

Оглавление

От авторов	3
Глава 1. Предмет и основные категории товароведения	4
1.1. Предмет товароведения — потребительная стоимость	4
1.2. Содержание товароведения	8
1.3. Методы товароведения	10
1.4. Основные категории товароведения	13
1.5. Этапы становления товароведения как научной дисциплины	14
1.6. Связь товароведения с другими науками и научными дисциплинами	19
1.7. Современные задачи, стоящие перед товароведением	21
Глава 2. Классификация и кодирование товаров	23
2.1. Цели, задачи и значение классификации товаров	23
2.2. Общие правила и методы классификации	24
2.3. Признаки классификации товаров	29
2.4. Системы классификации товаров	31
2.5. Условное обозначение классификационных группировок	41
2.6. Виды классификаторов	44
2.7. Штриховое кодирование	46
Глава 3. Ассортимент товаров. Принципы управления ассортиментом	50
3.1. Виды ассортимента	50
3.2. Основные характеристики ассортимента товаров	52
3.3. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров	54
3.4. Управление ассортиментом	56
Глава 4. Качество товаров	58
4.1. Потребности и требования к качеству	58
4.2. Факторы, обеспечивающие качество	66
4.3. Факторы, влияющие на формирование качества	67
4.4. Факторы, способствующие сохранению качества	75
Глава 5. Свойства товаров	89
5.1. Общие сведения	89
5.2. Химические свойства	89
5.3. Физические свойства	93
5.3.1. Внешние параметры материалов и изделий	93
5.3.2. Механические свойства	95
5.3.3. Теплофизические свойства	104
5.3.4. Оптические свойства	107
5.3.5. Акустические свойства	110
5.3.6. Электрические свойства	113

5.4. Физико-химические свойства	115
5.4.1. Сорбционные свойства	115
5.4.2. Свойства, характеризующие проницаемость	118
5.5. Биологические свойства	121
Глава 6. Потребительские свойства товаров	122
6.1. Понятие потребительских свойств	122
6.2. Номенклатура потребительских свойств	124
6.2.1. Функциональные свойства	127
6.2.2. Свойства надежности	128
6.2.3. Эргономические свойства	131
6.2.4. Эстетические свойства	134
6.2.5. Свойства безопасности	138
6.2.6. Экологические свойства	143
Глава 7. Показатели качества товаров	146
7.1. Общие сведения	146
7.2. Классификация показателей	148
Глава 8. Оценка качества продукции	165
8.1. Понятие и методы оценки качества продукции	165
8.2. Нормы показателей качества	169
Глава 9. Методы определения значений показателей качества	171
9.1. Общие сведения	171
9.2. Объективные методы определения показателей качества	172
9.2.1. Измерительный метод	172
9.2.2. Математическая обработка данных и анализ результатов измерений (испытаний)	174
9.2.3. Регистрационный метод	179
9.2.4. Расчетный метод	179
9.2.5. Метод опытной эксплуатации	180
9.3. Эвристические методы	180
9.3.1. Органолептический метод	180
9.3.2. Экспертный метод	182
9.3.3. Социологический метод	187
9.4. Статистические методы контроля и управления качеством ...	189
Глава 10. Контроль качества	190
10.1. Порядок осуществления контроля качества	190
10.2. Количественные характеристики продукции	193
10.3. Виды испытаний	195
10.4. Правила отбора проб (выборок)	197
10.5. Виды контроля качества	202
Глава 11. Информация о товаре	206
11.1. Общие требования к информации о товарах	206
11.2. Информация о непродовольственных товарах	208
11.3. Информация о продовольственных товарах	211
11.4. Маркировка товаров	218
Список литературы	237