

Нам пишут

КИЛАДЗЕ Андрей Бондоевич – кандидат технических наук, ассистент кафедры международно-правовых дисциплин и таможенного дела Московского гуманитарно-экономического института

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОВАРОВЕДЕНИЯ И ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРОВ

Информационное обеспечение товароведения и экспертизы товаров — новое научное направление, развивающее представления о значении информации в процессе товародвижения. Появление данной дисциплины связано с рядом объективных причин, среди которых следует упомянуть, прежде всего, приоритетность неотъемлемого права потребителей на достоверную товарную информацию, которая зачастую подвергается искажению или даже полной фальсификации. В этой связи достаточно остро встает такая проблема, как создание необходимых механизмов информационной безопасности в сфере торговли. Поэтому введение данной дисциплины в учебные планы при подготовке товароведов — необходимая образовательная мера.

Информационное обеспечение товароведения и экспертизы товаров — это предельно частный курс, образованный в результате дифференциации в сфере общего товароведения. Дисциплина создавалась на стыке товароведного знания и информатики; сближение произошло не на уровне самого товара, а в сфере информации о нем, то есть на уровне средств товарной информации. Необходимость создания такой дисциплины очевидна, так как информатика дает необходимую методологию современной обработки и представления товарной информации. Большое теоретическое и практическое значение имеет и реализация функции товарной информации в системе «потребительная стоимость — потребитель», где ей отводится роль разъяснительного посредника, который должен наравне с другими факторами привлечь потребителя своим содержанием и внешним видом, укоренив в его сознании ощущение необходимости приобретения того или иного товара. В этом плане данная область знания тесно связана и с психологией.

В статье 8 Конституции РФ провозглашается свободное перемещение товаров. Совершенно очевидно, что без должного информационного обеспечения ни одна товарная единица не сможет на легитимных основаниях включиться во всеобщий товарно-денежный оборот страны, а уж тем более реализовать свою потребительную стоимость. Таким образом, информационная поддержка — необходимая мера придания законного статуса товара.

Современное товарное обращение насчитывает сотни тысяч товаров, находящихся в правовом поле Общероссийского классификатора продукции (ОКП). Экспортно-импортные операции учитываются Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности Российской Федерации (ТН ВЭД РФ). Вместе с тем потребности людей непрерывно эволюционируют и преобразуются в современные нужды, ответом на которые становится разработка и производство новых товаров, подчиняющихся закону возвышения потребностей и учитывающихся системой каталогизации. Именно для данного товарного контингента внешнее оформление и содержание товарной информации будет играть важнейшую роль. Модернизация достаточно традиционных товаров в различные современные модификации также требует должной информационной подпорки для успешного проведения сбыта, ибо тогда потребитель не сможет должным образом понять отличие традиционной модели от своего современного аналога. Кроме того, принцип информационной прозрачности должен соблюдаться и на всех этапах жизненного цикла товара, начиная от проектирования и заканчивая утилизацией. Совершенно естественно, что для сырья и полуфабриката предусмотрен один тип информационной подачи, нацеленный на оптимизацию производственно-технологического процесса. Несколько иной должна быть информация о товарах, предназначенных для эксплуатации или потребления конечными потребителями (рисунок 1). Как правило, сведения об основополагающей информации сырья, полуфабриката и готового изделия изложены в соответствующих нормативных документах. Требования к маркировке могут быть либо составной частью стандарта, либо представлять собой целый стандарт, посвященный этому вопросу.

Правовые основания информационного обеспечения товароведения регулирует ряд законов. Конституция РФ является основным законом, закрепляющим право на информацию. Во второй главе Конституции РФ (статья 29, пункт 4), посвященной основным правам и свободам человека, говорится буквально следующее: «Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом».

Анализируя данные аспекты информационного обеспечения, очевидно, что столь мощный информационный поток требует определенного упорядочения и систематизации, нацеленного на достижение максимальной экономической прибыли производителей и продавцов. В этом плане обнаруживается объективная потребность создания такой отрасли знания в рамках товароведно-экспертной и консалтинговой деятельности специалиста.

Границы методологических приоритетов данной дисциплины, разработанные такими известными учеными, как М.А. Николаева (1997, 1998, 2006), Л.В. Карташова (1997), М.А. Положишникова (1997), В.П. Федько (1998), Ф.А. Петрище (2004), Е.В. Жиряева (2004) и др., обобщены нами в виде аналитической схемы, представленной на рисунке 2.

Таким образом, понятийно-терминологический анализ структуры дисциплины, позволяющий в наглядной форме оценить границы межпредметной коммуникации, дает возможность привести следующее определение новой области знания. В нашем понимании информационное обеспечение товароведения и экспертизы товаров — это раздел общего товароведения, опирающийся на современные информационные технологии и разрабатывающий вопросы рационального представления товарной информации с целью формирования потребительских предпочтений.

Конечно, представленное определение еще далеко до совершенной дефиниции, а приведенное обоснование данной проблемы имеет вид только первого взгляда автора на данную проблему, тем не менее вопросы информационного обеспечения являются в настоящее время наиболее актуальными и значимыми в современной теории товароведения и, как нам кажется, имеют широчайшую перспективу дальнейшего развития.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Акалис, 1996. — С. 5-6, 10.
2. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. Учебник для вузов. — М.: Издательство НОРМА, 1998. — С. 226-273.
3. Николаева М.А., Карташова Л.В., Положишникова М.А. Средства информации о товарах: Товарный справочник. — М.: Экономика, 1997. — 176 с.
4. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: Учебник для вузов. — М.: Норма, 2006. — С. 2, 380-432.
5. Федько В.П. Упаковка и маркировка. Учебно-практическое пособие. — М.: Экспертное бюро-М, Издательство ПРИОР, 1998. — 240 с.
6. Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров: Учебник. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2004. — С. 71-76.
- 7.. Жиряева Е.В. Товароведение. 2-е издание. — СПб.: Питер, 2004. — С. 66-85, 264-284.

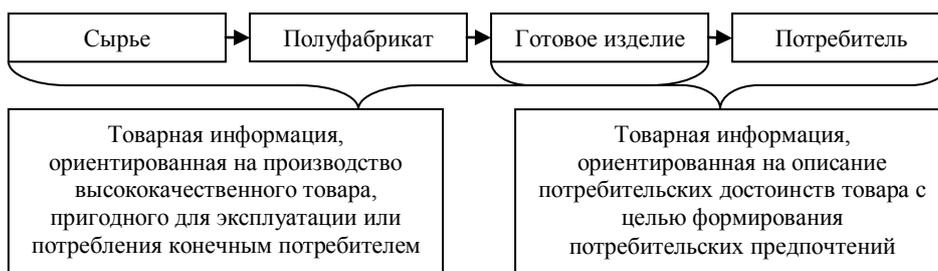


Рисунок 1 – Приоритеты в подаче товарной информации на разных этапах производства товара

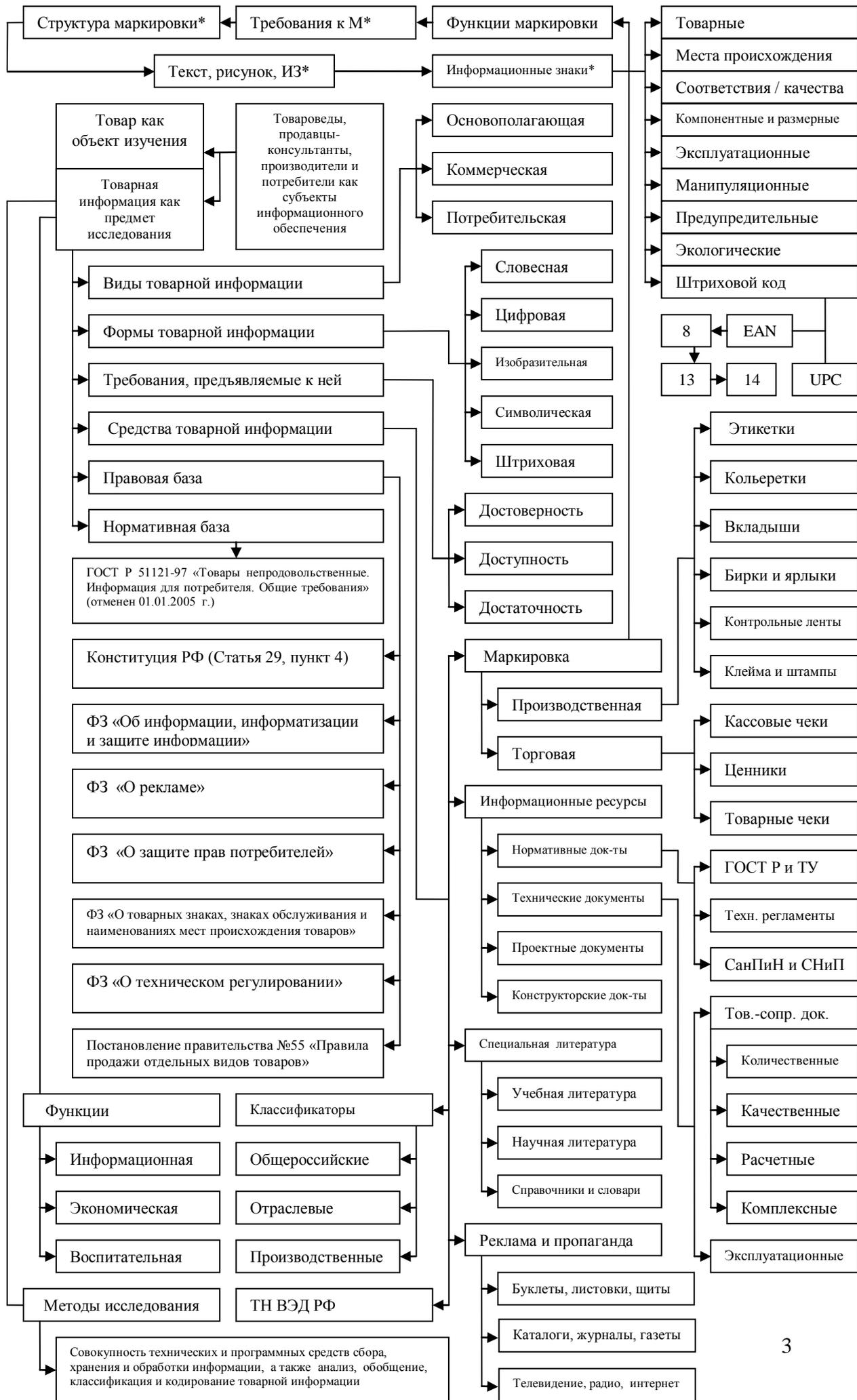


Рисунок 2 – Структурно-логическая карта дисциплины «Информационное обеспечение товароведения и экспертизы товаров»