

УДК 334.012

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТОВАРОЗНАВСТВА

Геращенко І.О.

В статті викладено теоретичні аспекти розвитку товарознавства, систематизовано поняття товарознавства, розглянуті класифікації у товарознавстві та основні кваліфікаційні ознаки, подано порівняльну характеристику ієрархічного і фасетного методів класифікації.

Ключові слова: *товарознавство, споживчі властивості, споживча вартість, класифікація товарів, методи класифікації, класифікаційні ознаки.*

Товарознавство - наукова дисципліна, що вивчає споживчі властивості товарів; їх класифікацію та кодування; стандартизацію і фактори, що обумовлюють якість товарів, контроль та його оцінку; закономірності формування асортименту товарів і його структуру; умови збереження якості товарів при їх транспортуванні, споживанні та експлуатації.

Теоретичні аспекти розвитку товарознавства знайшли місце в роботах Жиряєва Е.В. [1], Зайцева В. Г. [2], Йоганна Бекмана [3], Маркса К. [4], Никитинського Я. Я. [5], Ярбілової А.К. [6]. Розмаїття публікацій створило значний масив інформації, з якого доцільно систематизувати поняття товарознавства та класифікацій, які прийняті у товарознавстві.

Метою є виявлення особливостей методологічних аспектів концептуального підходу з розвитку товарознавства як наукової дисципліни.

Товарознавство (нім. Warenkunde) - наукова дисципліна, предметом якої є споживчі властивості товарів, що лежать в основі їх споживної вартості [1, 3]. У наведеному вище понятті містяться два наукових терміна, дві категорії:

- споживчі властивості є категорія в своїй основі об'єктивно - аналітична. Методами спеціальних дисциплін (хімія, механіка, біологія, тощо) визначаються елементний склад товару, його експлуатаційні характеристики, вплив на людину і середовище та ін., узагальнюється в синтетичному, інтегральному показнику якості. На основі тих чи інших істотних якостей розробляються класифікації, які покладені в основу наукових досліджень процесу руху товарів, формування асортименту тощо,
- споживаюча вартість (але не «споживча вартість!») - суто економічна категорія, парна до категорії «вартість», грошовим вираженням якої, у свою чергу, є «ціна». Обумовлена, як «здатність товару задовольняти ті чи інші потреби людини», споживча вартість є категорія суб'єктивно - синтетична: вона відображає суб'єктивну оцінку покупцем товару у всій сукупності його властивостей, і ця оцінка виражається в його готовності заплатити за товар ту чи іншу ціну.

У 1752-1756 рр.. в Лейпцигу видаються один за іншим п'ять томів фундаментального дослідження Карла - Гюнтера Людовіци (нім. Ludovici) з не менш фундаментальною назвою: Відкрита академія купецтва, або повний купецький словник: з якого торгівля і підприємництво, з усіма їх прийомами і мистецтвами доведені будуть для належного вивчення; і також всі гавані, імениті міста та ярмарки; всі види сирих та оброблених товарів; художники, фабриканти і ремісники; комерційні суди, банки, біржі, ломбарди, мануфактури, фабрики і майстерні; права і привілеї купецтва і т. д. викладені і роз'яснені.

Автор - талановитий лексикограф, який присвятив більшу частину свого життя складання словників і енциклопедій. Протягом 15 років (1739-1754) Людовіци був головним редактором Великій Енциклопедії Цедлера, і за два роки до завершення цього 64-томного видання взявся паралельно за свою, окрему 5-томну «купецьку енциклопедію». Вперше доведено, що загальна торгівля складається з трьох частин: - знання товарів, - торговельної науки, - рахівництва або порядного тримання купецьких книг [7].

Висновки К.Г.Людовіци небезпідставні: його праця поклала початок методу глибокої систематизації об'єктів вивчення в товарознавстві. Довгий час він був кращим довідковим джерелом у цій галузі; через 30 років після його видання, в 1795 році Йоганн Бекман привів багатослівне визначен-

ня товарознавства, дане своїм великим попередником. Перше академічне визначення товарознавства дав наприкінці XVIII століття Йоганн Бекман [3] Наука про властивості, отримання та випробуванні товарів, а також про їх економічний значенні. Необхідність у постановці товарознавства на наукову основу виникає в епоху Великих географічних відкриттів. Батьківщиною сучасного товарознавства є Італія, чий середньовічні міста - республіки приймають на себе функції основного торгового посередника між Європою і Сходом. Вже в 1549 році в Падуанському університеті відкривається кафедра товарознавства рослинних і тваринних фармацевтичних матеріалів.

Століття Бекмана і Людовіци дає людству парову машину; знову наступив XIX століття відкрив наступний етап НТР [6], що ознаменувався небувалим прогресом у галузі фізики, електрики і хімії [1]. З одного боку, товарознавство встало перед масою якісно нових товарних об'єктів, а з іншого одночасно знайшло і великий інструментарій дослідження їх матеріальної основи. У Великобританії і США викладання товарознавства починає диференціюватися в розширених курсах технології різних груп товарів [8]. Тим самим товарознавчо - технологічний етап у розвитку товарознавства (вже давно змінив у Європі чисто описовий) придбав нову якість. І, нарешті, в тому ж XIX столітті яка заявила себе «царицею економічних наук» політична економія розвантажує товарознавство від рішення специфічного завдання знаходження співвідношення між категоріями споживної вартості (корисності), вартості і ціни як грошового вираження останньої. Саме у цей час відбулося розмежування, Карл Маркс записує в «Капіталі»: споживчу вартість товарів складають предмет особливої дисципліни - товарознавства [6].

Подальший розвиток науки товарознавства впродовж XIX століття йшло і по лінії поглиблення досліджень фізичної, матеріальної сторони предмета, і одночасно - по лінії вдосконалення оцінок комерційної сторони, збуту товарів. Це знайшло відображення у двох визначеннях тієї епохи, що приводяться Є. В. Жірєвою у своєму підручнику [1].

Товарознавство - це логічно і систематично впорядковане і зведено до найпростіших принципів і найпростіших висловів опис всіх відомостей, що стосуються товарів. Головним представником концепції, яка була запропонована, був Маннгеймський професор Віктор Пешль (1884-1948) [5].

Товарознавство - це природна наукова дисципліна, яка розглядає дослідження властивостей товарів з комерційної точки зору. Таким визначенням користувалися представники віденської школи товарознавців (з 1870 р.) Г.Томс, І.Гольферт, К.Охара. Наявність ухвали товарознавства в XIX столітті через «опис всіх відомостей» (Пешль) не вписується в класифікації [14], датується завершення «описового періоду» XVIII століттям. У визначенні ж віденської школи товарознавства наявності протиріччя між віднесенням товарознавства в клас природничих дисциплін і комерційним ракурсом, що задає науці зовсім інші методи. Як видно, ця школа на даному етапі не координувала свої дослідження з іншого, нині всесвітньо відомої школою думки, працювала в тому ж місті Відні. Це - віденська (австрійська) школа економічної думки, що розвивала альтернативну класикам (Сміт, Рікардо, Маркс) теорію вартості. Фундаментальною її категорією була гранична корисність. Неприпустимість змішування категорій споживної вартості і корисності у визначеннях, що стосуються товарознавства та обумовлена тим, що кожен з цих термінів спрямовано на свою фундаментальну теорію вартості.

Сучасні варіанти визначення товарознавства :

- наукова дисципліна, що вивчає споживчі властивості товарів; їх класифікацію та кодування; стандартизацію; фактори, що обумовлюють якість товарів, контроль і його оцінку; закономірності формування асортименту товарів і його структуру; умови збереження якості товарів при їх економічна дисципліна, що вивчає корисні властивості продуктів праці, класифікацію, стандартизацію, закономірності формування асортименту товарів і його структуру, фактори, що обумовлюють якість товарів, способи його контролю і оцінки, умови збереження товарів при їх транспортуванні і зберіганні.

В наукових працях до 1990- х років з'являлося поєднання споживча вартість, що було результатом недбалого поводження з історично сформованим категоріальним апаратом. Термін споживча вартість фігурує в економічній теорії понад півтора століття, та вагомим обґрунтувань необхідності його заміни поки науці не представлено. Зважаючи зазначених вище принципових відмінностей між науковими категоріями споживчі властивості і споживаюча вартість, новоутворення «споживча вартість» важко визнати доброякісним, так як воно призводить до змішання двох різних понять.

В кінці XIX століття в товарознавство вторгається нова тематика - вивчення попиту, потім розроб-

ка реклами та інших форм просування товару на ринок аж до агресивних, що використовують психологічні особливості людини для надання на нього тиск з метою змусити зробити його вибір на користь конкретного товару. Останні методи прямого відношення до товарознавства не мають, і тому ця тематика незабаром концентрується в рамках нової прикладної економічної дисципліни - маркетингу. Між товарознавством і маркетингом має місце перетин в області предмета дослідження. Принципова ж відмінність між ними - у вихідній точці дослідження. Товарознавство виходить з товару, допомагаючи доставити його неушкодженим до покупця, дати покупцеві об'єктивну інформацію про товар і т. п., тобто задовольнити потреби покупця і позбавити продавця від зайвих втрат. Маркетинг ж виходить не з товару, а з необхідності знайти платоспроможного споживача, який готовий купити щось, причому в момент, найбільш зручний для продавця в контексті вирішення головного його завдання - отримання прибутку.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що товарознавство - наукова дисципліна, що вивчає споживчі властивості товарів; їх класифікацію та кодування; стандартизацію і фактори, що обумовлюють якість товарів, контроль і оцінку його; закономірності формування асортименту товарів і його структуру; умови збереження якості товарів при їх транспортуванні, споживанні та експлуатації. Велике значення у товарознавстві має класифікація товарів. Класифікація використовується в практиці навчання товарознавства, вона служить для вивчення споживчих властивостей товарів, виявляє загальні принципи формування і збереження цих властивостей, дозволяє найбільш повно вивчити асортимент товарів. Навчальна класифікація наближена до торгової класифікації, але відрізняється більшою послідовністю. У навчальних класифікаціях, метою яких є вивчення асортименту товарів, найважливішою ознакою вважається призначення.

Відповідно до навчальної класифікації товари також поділені на два розділи: продовольчі та непродовольчі [8]. Продовольчі товари. Всі продовольчі товари з навчальної класифікації об'єднують в 9 основних груп: з борошна товари; овочі, плоди і гриби; смакові товари; кондитерські товари; харчові жири; молочні товари; м'ясні товари; рибні товари; яйця і яєчні товари. В основі такої класифікації лежить спільність товарів за походженням, хімічним складом, особливостям технології виробництва, призначенням та умовами зберігання.

Непродовольчі товари. Відповідно до навчальної класифікації всі непродовольчі товари розділені на наступні групи: пластичні маси і товари побутової хімії; металеві товари; силікатні товари; деревно-меблеві товари; електротовари; текстильні товари; швейно - трикотажні товари; шкіряно - взуттєві товари; пушно - хутряні товари; парфюмерно - косметичні товари, ювелірні товари; електронні товари; іграшки, друкована продукція і пр.

Економіко-статистична класифікація вважається найбільш повною. Вона представлена в Класифікації продукції ОК 005-93 (ОКП). ОКП призначений для забезпечення достовірності, порівнянності та автоматизованої обробки інформації про продукцію в таких сферах діяльності, як стандартизація, сертифікація, управління якістю, виробництво продукції, статистика, економіка та інші. Кожна позиція ОКП містить шестизначний цифровий код, однозначне контрольне число і найменування угруповання продукції які записують за такою формою:

У ОКП передбачена 5-ступінчаста ієрархічна класифікація з цифровою десятковою системою кодування. На кожному ступеню класифікації розподіл здійснено за найбільш значущими економічними і технічними класифікаційними ознаками. На першому ступеню класифікації розташовуються класи продукції (XX 000), на другому - підкласи (XX ХОГО), на третьому - групи (XX ХХОО), на четвертому - підгрупи (XX ХХХО) і на п'ятому - види продукції (XX ХХХХ). Коди 2-5 - розрядних угруповань продукції доповнені нулями до 6 розрядів і записуються з інтервалом між другим і третім розрядами. Класифікація продукції в ОКП може бути завершена на третій, четвертій чи п'ятій рівнях класифікаційного поділу. Для однозначності розуміння та розмежування обсягів понять, які використовуються, окремі позиції ОКП включають пояснення. Пояснення приведені безпосередньо під найменуванням позиції, до якої вони належать. Пояснення наводяться для виключення можливості потрапляння в дану позицію класифікатора об'єкта, що входить в іншу його позицію, з метою однакового розуміння фахівцями окремих слів або словосполучень у складі найменування позиції при необхідності уточнення області застосування даної позиції або при необхідності перерахування об'єктів, які можуть

входити в дану позицію. Наприклад: 58 5300 4 Деталі водопропускних труб. Пояснення: включаючи плити днищ, блоки плитних перекриттів, оголовки .

Використання цього класифікатора у практиці торгівлі та товарознавства утруднене, так як угруповання продукції не збігається ні з торговою, ні з навчальною класифікаціями товарів. Одні й ті ж товарні групи в ОКП входять в різні класи, оскільки випускаються різними галузями промисловості. Так, господарські товари входять до десятки класів і підкласів продукції, що мають різне кодове позначення. Таким чином, класифікатор ОКП не відображає багатьох особливостей товарів та інтересів торгівлі, зокрема, він не враховує споживчі властивості товарів [8].

У товарознавстві можливе використання стандартної класифікації, представленої в державних і галузевих стандартах. Стандартна класифікація використовується для визначення вимог, номенклатури показників якості, умов та методів випробувань, контролю якості, для розробки порядку проведення сертифікації товарів тощо. Ця система класифікації відображена в Класифікація стандартів (ВКБ).

Основні класифікаційні ознаки, що лежать в основі поділу товарів у відповідності зі стандартною класифікацією - галузевий і призначення. Класифікація за ознакою призначення зафіксована в державних стандартах четвертої системи, що отримала назву системи показників якості. Наприклад, трико-тажні товари відповідно з цією системою класифікації діляться на верхні, білизняні, панчішно-шкарпеткові та рукавички. Зовнішньоекономічна класифікація стала застосовуватися в Україні порівняно недавно. Ця класифікація розроблена на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів (ГС) і Комбінованої тарифно-статистичної номенклатури Європейського економічного співтовариства (КН ЄЕС). Вона знайшла своє відображення в Товарній номенклатурі зовнішньоекономічної діяльності (ТН ЗЕД) і служить основою для регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішньоекономічна класифікація узгоджена з міжнародними організаціями та систематизує всі товари, які є предметом міжнародної торгівлі.

У ТН ЗЕД СНД всі товари однозначно віднесені до певних класифікаційних угруповань. Пояснення по кожній класифікаційній угрупованню містяться в Примітках до розділів, груп, конкретних товарних позицій і в Основних правилах інтерпретації ТН ЗЕД СНД, що мають юридичну силу.

Правильне визначення положення товару в ТН ЗЕД СНД має вирішальне значення для аналізу діяльності фірм і підприємств, регулювання виробництва і торгівлі, кількісної та якісної оцінки товарів, страхування, визначення ставок митних зборів та інших платежів, розробки режиму експорту - імпорту тих чи інших товарів, зіставлення даних по зовнішній торгівлі різних країн і проведення економіко-статистичного аналізу, для зіставлення цін на товари.

У ТН ЗЕД СНД кодування товарів здійснюється десятизначним цифровим кодом, перші шість розрядів якого відповідають кодовому позначенню, прийнятому в системі кодування ГС. Ті ж шість розрядів, плюс сьомий і восьмий, формують код товару за КН ЄЕС. Дев'ятий і десятий розряди призначені для деталізації тих чи інших товарних позицій з урахуванням інтересів України та інших членів співдружності. Поки десятий розряд має нульовий код. Істотний недолік зовнішньоекономічної системи класифікації - складність у використанні: для визначення положення товару і його коду необхідні спеціальні знання. Класифікація дозволяє розділити товари на певні категорії або ступені відповідно до прийнятого методу класифікації. Ділення здійснюється від вищого ступеня класифікації до нижчого. Кількість ступенів класифікації залежить від її цілей, завдань, від складності та кількості класифікованих об'єктів [3].

Вищими ступенями класифікації є розділ і клас. Середніми ступенями класифікації - група і вигляд. Після «виду» розташовуються нижчі рівні класифікації, до яких відносяться: різновид, артикул. При класифікації застосовують також допоміжні категорії: підрозділ, підклас, підгрупа та ін.

Вид - це основна класифікаційна характеристика товарів. Він являє собою кінцевий продукт виробництва, має конкретне призначення і власну назву, яка відображає його зовнішню особливість чи внутрішній зміст. Наприклад, склянку, диван, сито, яблуко, тріска відносяться до категорії виду. Але, посуд, меблі, тканини, плоди і риба до цієї категорії не відносяться, оскільки об'єднують кілька видів.

Загальними правилами побудови класифікації слід вважати: - встановлення мети класифікації; - вибір методу класифікації; - визначення класифікаційних ознак; - встановлення послідовності класифікаційних ознак від більш істотного до менш істотного; - визначення числа ступенів класифікації (кількість

фасет). Кількість ознак і ступенів класифікації залежить від складності та кількості об'єктів, які класифікуються, від цілей класифікації. Рівень класифікації - це етап поділу множини на складові його частини по одному з ознак. Глибина класифікації характеризується числом ступенів класифікації, тобто числом використаних ознак.

Методом класифікації називають сукупність прийомів (способів) поділу множини об'єктів на підмножини. Розрізняють два методи класифікації: Фасетний і ієрархічний. Розподіл безлічі об'єктів кожним методом підпорядковується певним правилам. Методи і правила класифікації складають систему класифікації [3]. Фасетний метод класифікації передбачає паралельний поділ безлічі об'єктів за однією ознакою на окремі, що не залежні одна від одної групи - фасети (від франц. Facette - грань відшліфованого каменю). Окремі фасети не залежить і не підкоряються один одному, але вони пов'язані тим, що відносяться до одного і того ж безлічі. Кожен фасет характеризує одну із сторін множини, яка розподіляється. Таким чином, фасетна система класифікації являє собою систему окремих незалежних (не підпорядкованих один одному) угруповань. Використання фасетної системи в багатьох випадках полегшує складання класифікаторів і кодування об'єктів класифікації.

Ієрархічний метод класифікації характеризується послідовним розподілом заданої відповідної множини об'єктів на підлеглі підмножини). Ієрархічна система класифікації відрізняється послідовністю і можливістю угруповання об'єктів по максимальній кількості ознак, але в той же час створює багато труднощів при побудові. Порівняльна характеристика методів наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика ієрархічного і фасетного методів класифікації

Метод	Переваги	Недоліки
Ієрархічний	Послідовний розподіл множини на підмножини з взаємопов'язаним підпорядкуванням. Ясно простежується підпорядкованість. Кожна ступінь класифікації являє собою сукупність подібних за однією ознакою об'єктів. Фіксуються відмінності між об'єктами на різних рівнях класифікації. Класифікація добре пристосована для ручної обробки інформації	Мала гнучкість. Труднощі побудови. Визначеність ознак і встановлений порядок їх проходження. Труднощі включення нових ознак поділу і нових товарів
Фасетний	Кожен фасет характеризує одну особливість множини, яка розподіляється. Можливість охоплення або обмеження всіх характеристик об'єктів класифікації. Гнучкість і пристосованість для комп'ютерної обробки	Угруповання не підпорядковані один одному. Труднощі у визначенні вагомості характеристик об'єкта, які класифікуються

Обов'язковим правилом побудови ієрархічної класифікації є те, що об'єкти на кожному ступені класифікації групують тільки за однією класифікаційною ознакою. Наприклад, не можна одночасно ділити посуд на скляну, з якої їдять і емальована, а взуття - на гумове, спортивне та лаковане, тому що в цих угрупованнях використано кілька класифікаційних ознак (матеріал, призначення, характер покриття).

Кожен метод класифікації має свої плюси і мінуси. Тому при практичному вирішенні класифікаційних завдань найбільш доцільно поєднувати переваги та недоліки фасетного та ієрархічного методів класифікації.

Розподіл сукупності товарів за категоріями (ланкам) відбувається відповідно з ознаками класифікації. Найважливішими класифікаційними ознаками товарів є призначення, вихідні матеріали (сировинний склад), область застосування, спосіб виробництва (особливості технології), особливості походження, транспортабельність та ін. Ці ознаки є підставою для об'єднання (або виділення) товарів в окремі категорії (групи). Ознака призначення визначає мету використання товару. Він може бути використаний як на вищих, так і на нижчих рівнях класифікації (наприклад, продовольчі та непродовольчі товари). На наступних рівнях класифікації ця ознака може конкретизуватися. Так, ножі, що входять до групи ножових виробів разом з ножицями, за призначенням поділяються на столові, буфетні, кабінетні, господарські, ремісничо-промислові й складні.

Поділ за видом вихідної сировини (матеріалів) дозволяє виділити категорії товарів з певними споживчими властивостями. Наприклад, взуття з підшвою з натуральної шкіри, взуття на гумовій підшві, взуття з верхом з натуральних і штучних матеріалів.

За складом сировини ковбасні вироби класифікують на м'ясні, субпродуктові і кров'яні. Ділення товарів за ознакою конструкції характерно для непродовольчих товарів. Так, залежно від особливостей конструкції пральні машини можуть бути барабанного й активаторного типу.

Для багатьох груп товарів важливий класифікаційний ознака поділу їх за способом виробництва. Спосіб виробництва зумовив формування таких товарних груп, як тканини та трикотажні полотна. Близькі до способу виробництва класифікаційні ознаки - спосіб вирощування, спосіб обробки, особливості технології. За цими ознаками класифікують в основному продовольчі товари. Наприклад, за способом вирощування овочі поділяються на ґрунтові, тепличні, парникові.

За походженням продовольчі товари бувають рослинного походження (плоди, овочі, гриби, зернові тощо), тваринного походження (м'ясні, рибні та ін.), мінерального походження (кухонна сіль), біосинтетичного походження (оцет). Дуже часто товари ділять за такими ознаками, як термін і спосіб зберігання, транспортабельність і т. п. Наприклад, залежно від термінів зберігання та якості яйця бувають дієтичними і столовими. До класифікаційних ознак, які зустрічаються рідше і не у всіх товарних групах, можна віднести: половий та віковий розподіл (наприклад, жіноче, чоловіче, дитяче взуття); умови експлуатації (холодильники для тропічного і помірного клімату); сезонність користування (одяг зимова, літня, демісезонна, всесезонна); розмірні ознаки (розміри, габарити); комплектність (набори, прилади, сервізи, гарнітури); агрегатний стан (мило тверде та рідке); спосіб упаковки (карамель фасована, вагова, штучна) та ін. Очевидно, що ці класифікаційні ознаки переважніше використовувати на нижчих рівнях класифікації.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження встановлено, що товарознавство є досить важливою науковою дисципліною у економічній науці, було представлено історичний аспект розвитку даної дисципліни. В результатів систематизації теоретичних понять, було встановлено, що товарознавство - наукова дисципліна, що вивчає споживчі властивості товарів; їх класифікацію та кодування; стандартизацію і фактори, що обумовлюють якість товарів, контроль та його оцінку; закономірності формування асортименту товарів і його структуру; умови збереження якості товарів при їх транспортуванні, споживанні та експлуатації.

Було виявлено, що класифікація, яка використовується в практиці навчання товарознавства, служить для вивчення споживчих властивостей товарів, виявляє загальні принципи формування і збереження цих властивостей, дозволяє найбільш повно вивчити асортимент товарів. Було розроблено класифікації товарів та наведено порівняльну характеристику ієрархічного і фасетного методів класифікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жиряева Е.В. Товароведение / Е.В. Жиряева. – СПб.: Питер, 2002. — 416 с.
2. Зайцев В. Г. Товароведение. Большая Советская энциклопедия, т.26. / В.Г.Зайцев. — М.: Советская энциклопедия, 1977. — 430 с.
3. Зайцев В. Г. Введение в товароведение промышленных товаров / В.Г.Зайцев. — М.: Альфа, 1975. — 247 с.
4. Иоганн Бекман. Vorbereitung zur Waarenkunde. 2 Bande, Gottingen 1795 bis 1800
5. Маркс К. Капитал. Том первый. / Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд. — М.: Пол., С. 440.
6. Никитинский Я. Я. Товароведение. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона, т.33. / Я. Я. Никитинский. — СПб.: Питер, 1901. — 387 с.
7. Товароведение. Большой Энциклопедический Словарь.- М.: АСТ, 2005., С. 420.
8. Ярбилова А. К. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Товароведение непродовольственных товаров»/ А. К. Ярбилова — Махачкала: ДГИНХ, 2008. — 163 с.