

D.S. Ștef, Cecilia Pop

Merceologie și expertiză merceologică



TIPO MOLDOVA

D.S. Ștef, Cecilia Pop

Merceologie și expertiză merceologică

Coperta: *Cristian Almășanu*

Redactor: *Aurel Ștefanachi*

ISBN 978-973-168-074-3

© Tipo Moldova

Editura Tipo Moldova este acreditată de Consiliul Național al
Cercetării Științifice din Învățământul Superior (C.N.C.S.I.S.)

Iași, 2009

Tipo Moldova,
E-mail: office@tipomoldova.ro

D.S. Ștef, Cecilia Pop

Merceologie și expertiză merceologică

TIPO MOLDOVA

CUPRINS

INTRODUCERE	11
1. OBIECTUL DE STUDIU ȘI PROBLEMATICA MERCEOLOGIEI.....	13
1.1. Obiectul de studiu și abordarea tehnico-științifică a merceologiei în relație cu marfa.....	13
1.2. Evoluția și dezvoltarea merceologiei	18
1.3. Interdependența și conexiunile merceologiei cu alte științe	23
1.4. Metode de cercetare și analiză utilizate în merceologie	26
1.4.1. Metode generale.....	27
1.4.2. Metode clasice.....	29
1.4.3. Metode moderne	32
1.5. Funcțiile merceologiei.....	35
2. PROPRIETĂȚILE GENERALE ALE MĂRFURILOR.....	37
2.1. Aspecte generale și clasificări ale proprietăților mărfurilor.....	37
2.2. Proprietăți fizice generale	41
2.2.1. Forma și mărimea	42
2.2.2. Starea de agregare	42
2.2.3. Masa.....	44
2.2.4. Porozitatea.....	47
2.2.5. Capacitatea de sorbție	47
2.3. Proprietăți fizice speciale.....	53
2.3.1. Proprietăți optice.....	53
2.3.2. Proprietăți mecanice.....	59
2.3.3. Proprietăți termice.....	66
2.4. Proprietățile chimice ale mărfurilor	68
2.5. Proprietățile psihosenzoriale ale mărfurilor	72
2.6. Proprietățile estetice ale mărfurilor.....	78
2.7. Proprietățile microbiologice ale mărfurilor.....	81

3. CALITATEA MĂRFURILOR - CONCEPT, IPOSTAZE ȘI DETERMINANȚI.....	82
3.1. Calitatea - concept și caracteristici.....	82
3.2. Funcțiile calității și implicațiile lor	88
3.2.1. Funcția tehnică.....	88
3.2.2. Funcția economică	89
3.2.3. Funcția socială.....	92
3.3. Ipostazele calității mărfurilor	93
3.4. Factorii determinanți ai calității - clasificare și mod de acțiune	96
3.5. Particularitățile specifice calității serviciilor.....	103
3.6. Sistemul calității în managementul firmei	107
3.6.1. Asigurarea calității proceselor	107
3.6.2. Orientări și tendințe în implementarea Sistemelor de management al calitatii	111
4. STANDARDE, STANDARDIZARE SI SISTEME MODERNE DE MANAGEMENT	117
4.1. Conceptul și evoluția standardizării.....	117
4.2. Obiectivele generale ale standardizării	121
4.3. Standardele - tipologie și nivele de aplicabilitate	124
4.4. Standardul complet de produs - structură, conținut și utilitate	127
4.5. Standardizarea la nivelul întreprinderilor	132
4.6. Standardizarea la nivel național	132
4.7. Standardizarea la nivel regional și internațional.....	138
4.8. Standardele ISO și sistemele moderne de management.....	141
5. CLASIFICAREA ȘI CODIFICAREA MARFURILOR.....	148
5.1. Cadrul conceptual al sistematicii mărfurilor.....	148
5.2. Principalele tipuri de clasificări ale mărfurilor	151
5.2.1. Clasificări sistematice	151
5.2.2. Clasificări nesistematice	152
5.2.3. Clasificări combinate	152
5.3. Codificarea mărfurilor.....	152
5.3.1. Codificarea si rolul ei în practica economică.....	152
5.3.2. Aspecte ale relației clasificare – codificare.....	154
5.3.3. Codificarea cu bare - elemente de definiție și aplicabilitate Practică.....	155

5.4. Sisteme de clasificare și codificare a mărfurilor la nivel Microeconomic	158
5.4.1. Codul universal al produselor (UPC).....	158
5.4.2. Codul european al articolelor (EAN).....	160
5.4.3. Imprimarea, citirea și aplicarea codului pe produse	165
5.4.4. Probleme și soluții în utilizarea codurilor	168
5.4.5. Alte tipuri de codificări utilizate la nivel microeconomic	169
5.4.6. Sistemul japonez de codificare a mărfurilor	170
6. MĂRCILE ȘI ROLUL LOR ÎN ECONOMIA MODERNĂ	172
6.1. Evoluția și reprezentarea mărcilor	172
6.2. Funcțiile mărcilor și rolul lor în economia modernă.....	177
6.3. Clasificarea mărcilor. Tipuri de mărci	180
6.3.1. Mărci de fabrică. Mărci de comerț.....	181
6.3.2. Mărci de produse. Mărci de servicii.....	181
6.3.3. Mărci auditive. Mărci vizuale. Mărci intelectuale	183
6.3.4. Mărci individuale. Mărci colective	183
6.3.5. Mărci facultative. Mărci obligatorii.....	184
6.3.6. Marca defensivă.....	184
6.3.7. Marca de rezervă.....	185
6.3.8. Marca notorie.....	185
6.3.9. Marca de certificare	185
6.3.10. Marca ecologică.....	186
6.4. Protecția mărcilor și reglementări privind marcarea produselor și serviciilor.....	188
6.4.1. Cadrul juridic și instituțional al protecției mărcilor	188
6.4.2. Dreptul asupra mărcii și condițiile necesare pentru protecția sa	191
6.4.3. Drepturi conferite de marcă	194
6.4.4. Indicațiile geografice și protecția acestora.....	196
6.4.5. Aspecte ale protecției mărcilor la nivel internațional și regional.....	198
7. CONTROLUL ȘI VERIFICAREA CALITĂȚII MĂRFURILOR.....	204
7.1. Concept și nivele de verificare și control.....	204
7.2. Recepția calitativă și cantitativă a loturilor de mărfuri	207

7.2.1. Aspecte generale privind recepția și circuitul mărfurilor.....	207
7.2.2. Locul efectuării recepției	209
7.2.3. Metodologia recepției	210
7.2.3.1. Verificarea documentelor.....	210
7.2.3.2. Verificarea cantitativă a loturilor de mărfuri	210
7.2.3.3. Verificarea calitativă (recepția calitativă) a loturilor de Mărfuri	211
8. CALIMETRIA ȘI ROLUL SĂU ÎN MĂSURAREA ȘI EVALUAREA CALITĂȚII	218
8.1. Calimetria - concept și principii de lucru.....	218
8.2. Evaluarea calității prin indicatori analitici și sintetici.....	220
8.2.1. Metoda punctării valorilor caracteristicilor.....	220
8.2.2. Utilizarea sistemului agregat de indicatori.....	221
8.3. Evaluarea noncalității mărfurilor	225
8.3.1. Conținutul noncalității.....	225
8.3.2. Diagrama PARETO	226
8.3.3. Metoda DEMERITELOR	229
8.4. Evaluarea calității produselor în procesul utilizării	232
8.4.1. Fiabilitatea. Indicatori ai fiabilității	233
8.4.2. Mentenabilitatea și mentenanța. Indicatori și factori de Influență	239
8.4.3. Disponibilitatea. Concept și factori de influență.....	242
9. ATESTAREA, OMOLOGAREA SI GARANTAREA CALITATII PRODUSELOR SI SERVICIILOR.....	245
9.1. Certificarea produselor, serviciilor și sistemelor calității	245
9.1.1. Cadrul conceptual al certificării conformității	245
9.1.2 Certificarea conformității produselor și serviciilor în UE și în România	248
9.1.3. Certificarea sistemelor de management al calității	255
9.2. Omologarea produselor și serviciilor.....	262
9.3. Garantarea calității produselor și serviciilor	263
10. AMBALAREA MĂRFURILOR.....	265
10.1. Definierea și clasificarea ambalajelor.....	265
10.2. Funcțiile ambalajelor.....	268

10.2.1. Funcția de conservare și protecție a mărfurilor.....	268
10.2.2. Funcția de transport - manipulare – stocare	271
10.2.3. Funcția de promovare a mărfurilor	272
10.3. Materiale utilizate pentru confecționarea ambalajelor.....	275
10.3.1. Materiale celulozice	275
10.3.2. Materiale plastice	277
10.3.3. Materiale metalice.....	280
10.3.4. Lemnul și subprodusele sale	281
10.3.5. Sticla.....	282
10.4. Metode și tehnici moderne de ambalare a mărfurilor	283
10.5. Aprecierea economică a ambalajelor	289

11. ETICHETAREA MĂRFURILOR ÎN ECONOMIA

MODERNĂ.....	292
11.1. Importanța etichetării mărfurilor în economia modernă	292
11.2. Preocupări privind etichetarea mărfurilor alimentare pe plan european și internațional	294
11.3. Preocupări și reglementări privind etichetarea mărfurilor alimentare în țara noastră	301
11.3.1. Cadrul legislativ referitor la etichetare.....	301
11.3.2. Aspecte normative și metodologice privind etichetarea	304
11.3.3. Etichetarea nutrițională a mărfurilor alimentare	310
11.4. Etichetarea mărfurilor textile	314

12. PASTRAREA CALITATII MARFURILOR..... 316

12.1. Factorii care influențează păstrarea calității mărfurilor pe Circuitul tehnic producător-consumator	316
12.1.1. Ambalarea	316
12.1.2. Transportul și manipularea.....	317
12.1.3. Depozitarea	319
12.1.3.1. Factorii interni care influențează calitatea mărfurilor pe perioada depozitării.....	319
12.1.3.2. Factorii externi care influențează calitatea mărfurilor pe perioada depozitării.....	322
12.2. Principalele modificări ale calității mărfurilor pe perioada Depozitării.....	325
12.2.1. Modificări fizice.....	325

12.2.2. Modificări chimice.....	328
12.2.3. Modificări biochimice.....	329
12.2.4. Modificări microbiologice	331
12.2.4.1. Fermentația.....	331
12.2.4.2. Putrefacția	334
12.2.4.3. Mușcăirea.....	336
12.2.4.4. Bombajul microbiologic	337
12.3. Perisabilitatea mărfurilor.....	337

13. EXPERTIZA MERCEOLOGICĂ ȘI ROLUL SĂU ÎN

FLUIDIZAREA RELAȚIILOR COMERCIALE 340

13.1. Expertiza merceologică - concept, importanță și tipologie.....	340
13.2. Cadrul juridic privind expertii și expertiza	343
13.3. Organizarea activității expertului.....	349
13.4. Obligațiile și drepturile experților.....	350
13.5. Procedura și metodologia expertizei merceologice	352
13.6. Surse de litigii generatoare de expertize merceologice.....	356
13.6.1. Deprecierea calitativă a mărfurilor pe perioada păstrării.....	356
13.6.2. Substituirea produselor	357
13.6.3. Denaturarea produselor	357
13.6.4. Falsificarea produselor.....	358
13.6.5. Substanțele chimice străine și contaminarea mărfurilor	359
13.6.6. Criterii de identificare a unor produs alimentare depreciate, contaminate sau falsificate	366

14. PROTECȚIA CONSUMATORILOR ÎN VIZIUNEA

EUROPEANĂ PRIVIND CALITATEA 376

14.1. Aspecte generale și specifice privind protecția consumatorilor... 379	379
14.2. Strategii actuale privind protecția consumatorilor in domeniul calității și siguranței produselor alimentare	383
14.2.1. Calitatea și siguranța produselor alimentare în viziunea Politicii Europene pentru Calitate	383
14.2.2. Securitatea și siguranța alimentară - preocupări actuale pentru asigurarea protecției consumatorilor	387

BIBLIOGRAFIE.....	396
--------------------------	------------

INTRODUCERE

Creșterea tot mai accentuată a diversității și complexității mărfurilor a condus la necesitatea intensificării preocupărilor legate de o cât mai completă cunoaștere a acestora.

Merceologia, ca știință a cercetării multilaterale a mărfurilor, se remarcă printr-o impetuoasă dezvoltare și afirmare contribuind alături de management și marketing la creșterea competenței oamenilor în calitate de producători, comercianți sau consumatori ai mărfurilor. Scopul său principal nu se rezumă la simpla cunoaștere a mărfurilor, ci vizează sprijinirea eforturilor manageriale de a anticipa și răspunde cât mai bine dorințelor consumatorilor și, prin aceasta, de eficientizare a demersului firmei pe piață.

Cunoscând problematica mărfurilor în ansamblul său – de la concept și până la elementul în sine - cu proprietățile și implicațiile sale în viața economică și socială, se va putea acționa cu mai multă convingere în direcția promovării produselor, a informării și educării consumatorilor asupra proprietăților, performanțelor și în general, asupra calității mărfurilor, ceea ce va conduce la orientarea ofertei contemporane de mărfuri în direcția satisfacerii cât mai depline a cerințelor cumpărătorilor.

Știința mărfurilor asigură totodată formarea competenței consumatorilor în luarea deciziei de cumpărare care să corespundă cel mai bine intereselor cotidiene sau de perspectivă ale acestora.

Lucrarea își propune o abordare multilaterală a mărfurilor care, alături de *noțiunile fundamentale și proprietățile generale ale mărfurilor* aprofundează și aspecte mai complexe și de actualitate referitoare la: *conceptul de calitate și impactul acestuia asupra firmei și mediului înconjurător; clasificarea și codificarea mărfurilor, marcarea produselor și serviciilor, standardizarea și rolul acesteia în economia modernă; calimetrie; controlul și verificarea calității*

mărfurilor; elemente de expertiză merceologică; certificarea conformității produselor, serviciilor și sistemelor de management al calității; garantarea calității produselor și serviciilor; ambalarea și etichetarea mărfurilor; păstrarea calității mărfurilor; protecția consumatorului.

Lucrarea de față continuă preocupările noastre de elaborare a unor manuale universitare în domeniul merceologiei, anterior fiind publicată lucrarea "Merceologie generală" (Editura Junimea, Iași, 2002), „Merceologia produselor alimentare" (Editura Tipo Moldova, Iași, 2004, Edict Production, Iași 2006.).

Nutrim speranța că eforturile de elaborare a acestor lucrări au condus la îmbogățirea și actualizarea cunoștințelor de specialitate, oferind celor interesați - studenți, specialiști sau practicieni din domeniul economic, al producției și serviciilor - o sursă de informație binevenită și utilă.

Autorii