

Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 2 (38). С. 34—41.

Economic and Social Research. 2023. No. 2 (38). P. 34—41.

Научная статья

УДК 620.2; 339.1; 168.2

doi: 10.24151/2409-1073-2023-2-34-41

<https://elibrary.ru/fdlqtq>

Совместимость непродовольственных товаров

С. В. Клочков¹, В. П. Клочков², С. А. Виноградов³

¹ Сибирский федеральный университет, г. Красноярск, Россия

² Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Россия

³ Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО «УралГУФК», г. Екатеринбург, Россия

¹ therealarts@mail.ru

^{2, 3} klovlpav@mail.ru

Аннотация. Отмечено значительное развитие товароведения как относительно нового направления экономической науки. Подчеркнут междисциплинарный характер товароведческого знания. Выявлены и описаны теоретические и прикладные аспекты проблемы совместимости непродовольственных товаров, являющейся одной из актуальных для современного товароведения. Дано определение совместимости как свойства товара. Описаны (с применением дихотомического подхода) различные виды совместимости товаров. Предложена классификация видов совместимости товаров. Отмечено практическое значение описания различных видов совместимости для создания и цифровизации новых реестров потребительских товаров.

Ключевые слова: дихотомический подход, непродовольственные товары, потребительские свойства товаров, потребительская стоимость, совместимость товаров, товароведение

Для цитирования: Клочков С. В., Клочков В. П., Виноградов С. А. Совместимость непродовольственных товаров // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 2 (38). С. 34—41. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-2-34-41> EDN: FDLTQU.

Original article

Compatibility of non-food products

S. V. Klochkov¹, V. P. Klochkov², S. A. Vinogradov³

¹ Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

² Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia

³ Ekaterinburg Institute of Physical Education (branch) of UralSUPC, Ekaterinburg, Russia

© Клочков С. В., Клочков В. П., Виноградов С. А.

¹ therealarts@mail.ru

^{2, 3} klovlpav@mail.ru

Abstract. In this work, the significant development of commodity science as a relatively new direction of economic science is noted. The interdisciplinary nature of commodity knowledge is emphasized. The theoretical and applied aspects of the problem of compatibility of non-food products, which is one of the most relevant for modern commodity science, are identified and described. The definition of compatibility as a product property has been given. Various types of product compatibility are described (using a dichotomous approach). The classification of types of compatibility of goods is proposed. The practical significance of the description of various types of compatibility for the creation and digitalization of new registers of consumer goods is noted.

Keywords: dichotomous approach, non-food products, consumer properties of goods, consumer value, compatibility of goods, commodity science

For citation: Klochkov S. V., Klochkov V. P., Vinogradov S. A. “Compatibility of Non-Food Products”. *Economic and Social Research* 2 (38) (2023): 34–41. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-2-34-41> EDN: FDLTQU.

Введение

С достижением необходимого уровня социально-экономического развития общества, появлением многоступенчатых обменных операций возникла необходимость и в специальных знаниях. Сегодня одной из отраслей экономической науки является товароведение. Товароведение (нем. *Warenkunde*) — научная дисциплина, предметом которой являются *потребительские свойства* товаров, лежащие в основе их потребительной стоимости. Данная отрасль знания изучает товар как предмет торговли (товарно-денежного обмена): его происхождение, технологию производства, свойства и потребительское значение.

Традиционно товароведение изучает потребительские свойства товаров, т. е. те их характеристики, которые связаны со способностью товаров удовлетворять определенные потребности покупателей (физических лиц и организаций). С точки зрения потребительской ценности, товар имеет четыре основные группы характеристик: качественные, количественные, ассортиментные и стоимостные. Все эти характеристики являются атрибутами товара, которые имеют место в любом

товаре и проявляются в нем совместно, неразрывно, одновременно. Вместе с тем они могут быть изучены как в комплексе, так и абсолютно независимо друг от друга.

Сегодня товароведение как научная дисциплина продолжает динамично развиваться. В этой области экономических знаний накоплен и проанализирован значительный объем разносторонней информации о товарах, их функциях и потребительских свойствах. Происходящие в данной дисциплине, как и в любой другой науке, процессы интеграции и дифференциации знаний позволяют выделить и, наоборот, объединить отдельные сегменты, составляющие общее знание о товарах. В последние десятилетия товароведение стало междисциплинарной областью, синтезирующей знания в области экономики, философии, психологии, социологии, антропологии. По существу, совокупность ряда современных отраслей научных знаний отчасти представляет собой в широком смысле целое направление экономической науки — товароведческое.

В то же время, несмотря на то что уже сложилась методологическая база товароведческого

направления экономической науки, изначально базирующаяся на знаниях фундаментальных наук, в методологии товароведения, с точки зрения авторов, недооценивается значение общих методов исследования. Это относится как к философской, так и к общенаучной и частно-научной части методологии. Кроме того, большинство исследователей основное внимание уделяет преимущественно практическим аспектам товароведения, ориентированным на решение прикладных и частных задач. Соответственно, сегодня имеет место несколько упрощенная точка зрения на товароведение как на исключительно прикладную науку, изучающую потребительские свойства товара через их материально-вещественную сущность.

С точки зрения авторов, в современном российском товароведении сложился и посте-

пенно становится всё более популярным метод рассмотрения таких феноменов, как сложность товара или совместимость товара, через дихотомическую мерность сложности, т. е. в рамках различных диад: как правило, в рамках диады *объект — объект*. Такой методологический подход представляется авторам перспективным. Однако рассмотрение свойств товара исключительно сквозь призму бинарной оппозиции *объект — объект* авторы считают несколько ограниченным, так как через единственную бинарную оппозицию не может быть описано всё многообразие товароведческих отношений производителя, продавца и покупателя. При таком подходе из поля зрения исследователя фактически исключаются субъективные факторы, которые оказывают значительное влияние на эти отношения.

Совместимость как характеристика непродовольственных товаров

В условиях товарного производства практически любой продукт труда является товаром: «Некоторые авторы отмечают, — пишет А. В. Кононова, — что под товаром в широком значении понимают материальную или нематериальную собственность, которая реализуется на рынке. Товаром могут быть продукты как физического, так и умственного труда, результат услуг, сама способность к труду, земле и ее недра — все, что имеет потребительскую стоимость и может обмениваться на другой товар (деньги) собственником. В узком значении под товаром понимают продукт труда, произведенный и предназначенный для продажи. В розничной торговле это могут быть материальные (вещественные) ценности, работы, услуги, т. е. все, что в процессе экономического оборота обменивается на деньги» [6, с. 259].

Ключевой характеристикой товара является потребительская стоимость. Современный исследователь Г. А. Герасимчик указывает на многогранность этого понятия, а также на то, что потребительская стоимость и цена, находясь в диалектических отноше-

ниях единства и противоположности, являются ядром экономической сущности товара [1]. Опираясь на такое символическое дихотомическое представление о товаре, его сущность можно представить в виде системно-параметрической формулы:

$$G = C_c \geq \leq C,$$

где **G** — товар (от начальной буквы английского слова Goods); **C_c** — потребительская стоимость (Consumer cost); **C** — стоимость; символ ($\geq \leq$) — тождество противоположностей.

Потребительская стоимость коррелирует с различными характеристиками товара. Часто (для определения потребительской стоимости) в товароведении используются такие характеристики товаров, как «совместимость» и «соответствие». Совместимость — это характеристика товаров, которая отражает возможность сформировать из двух и более товарных компонентов единую стабильную систему: «Например, делая заказ для себя на покупку каких-либо промежу-

точных продуктов, конкретный хозяйственный субъект среди нескольких поставщиков выбирает того, чей товар соответствует его собственным техническим и стоимостным стандартам. В конечном счете, совместимость обуславливает реализацию для предприятия дополнительных хозяйственных связей. Особенно это наглядно происходит при организации сетевых вертикальных и горизонтальных связей, как в сфере производства, так и в сфере потребления» [3, с. 58]. Проведенный нами предварительный анализ показал, что «соответствие» — понятие, которое представляет собой сокращенную до дихотомической сложности мерность совместимости [1; 2; 6].

Рассмотрим более подробно виды совместимости непродовольственных товаров и бинарную составляющую каждого из видов совместимости.

Примерами товаров, которые обладают многими видами совместимости, описываемыми через бинарные оппозиции, в основном являются сложные в изготовлении непродовольственные товары, такие как компьютерная и бытовая техника (бытовые или промышленные электротехнические, радиоэлектронные приборы, компьютеры и другие). Для подобной разновидности товаров очень важно, чтобы сами товары и их отдельные части совмещались с другими товарами, окружающей средой и потребителями (аккумулятор — автомобиль, картридж — принтер, фильтр — бытовой кондиционер, мышь — компьютер, барабан — стиральная машина; фен — розетка и т. д.) и чтобы бытовая техника или запасная часть могли быть использованы потребителем для выполнения своей прямой функции без ущерба для товара, потребителя и окружающей среды [2; 3; 4].

Существуют различные виды совместимости непродовольственных товаров. Опишем их через бинарные оппозиции.

В товароведении имеется достаточно много разновидностей совместимости, кото-

рые могут быть описаны через дихотомию *объект — объект*. Среди них важное место занимает *техническая совместимость товара и иных объектов*. Приведенные далее примеры технической совместимости в товароведении получили название конструктивных или технических параметров совместимости.

Техническая совместимость составных частей изделия: отражает их пригодность к взаимодействию в соответствии с установленными техническими требованиями.

Техническая совместимость изделия и его тары (упаковки) определяет пригодность упаковки к использованию для транспортирования и дальнейшего хранения определенного товара.

Техническая совместимость изделия и смазочного материала характеризует пригодность определенного вида масел для смазки агрегата, чтобы агрегат мог эксплуатироваться в рамках требуемых показателей качества.

Техническая совместимость между изделием и источником энергии: определяется соответствием источника энергии задачам выполнения техническим устройством своих функций.

Техническая совместимость изделия и материала: определяется пригодностью материала для изготовления продукта, обладающего требуемыми показателями качества.

Техническая совместимость отдельных смазочных материалов между собой означает их пригодность к смешиванию без ухудшения эксплуатационных свойств смеси и нарушения стабильности при ее хранении.

Техническая совместимость изделия и методов его контроля характеризует соответствие способа испытания рассматриваемого промышленного продукта задачам технического контроля; при соблюдении условия совместимости изделия и контроля контроль может быть произведен с необходимой точностью и достоверностью.

Электромагнитная техническая совместимость. Она характеризует способность

технических средств качественно функционировать, не создавая недопустимых электромагнитных помех работе других аналогичных приборов. Технические средства, отвечающие требованиям электромагнитной совместимости (совместимости по напряжению, максимальному току, нагрузке, частоте и т. д.), должны «правильно» воспринимать уровни сигналов друг друга, не искажать их.

Если конструктивная совместимость предполагает возможность выполнения аппаратом или системой своих функций только при соблюдении условия *полной совместимости* (она обеспечивается соответствием размеров и конструкций соединяемых элементов на основе методов стандартизации, системы точностей и допусков), то такое свойство товаров, как электромагнитная совместимость, может проявляться в полной или неполной мере. Так, если при условии наличия электромагнитных помех прибор может функционировать, но с определенными отклонениями от требуемого уровня качества, в этом случае имеет место *неполная электромагнитная совместимость* [5].

Электрическая техническая совместимость характеризуется пригодностью электрических приборов, машин и их элементов к совместному взаимодействию при заданных характеристиках электрообеспечения.

Программная (операционная, цифровая) совместимость — возможность использования одних и тех же прикладных программных продуктов в различных операционных системах и аппаратных устройствах.

Сетевая совместимость — способность двух программ обмениваться данными по телекоммуникационной (проводной или беспроводной) сети.

Техническая совместимость между человеком и изделием может быть описана через дихотомию *субъект — объект* [7; 8; 9]. Как правило, техническая совместимость продукта и потребителя отражает такое свойство продукта, как эргономичность, т. е. способность создавать у потребителя ощущение

комфорта, удобства в использовании. Примерами эргономичности могут служить форма компьютерной мыши, контрастность клавиатуры, размеры, форма и расположение ручек на мебели и т. п. Для отдельных видов и групп товаров эргономические показатели стандартизованы и обязательно указываются в маркировочно-справочной информации.

Вопросы технической совместимости как потребительских товаров, так и товаров промышленного назначения с человеком сегодня активно обсуждаются в товароведении. Одним из аспектов этой проблемы является то, что обеспечение совместимости товара и покупателя достигается как при производстве, так и при продаже товаров. В частности, различные торговые организации проводят различную ассортиментную политику, т. е. формируют на своих торговых площадках ассортиментные линейки, ориентированные на конкретные категории потребителей. Так, специфический ассортимент продукции может быть ориентирован на такие категории потребителей, как дети, подростки, пожилые люди, покупатели с ограниченными физическими возможностями, иностранные граждане и т. д.

Техническая совместимость между изделием и средой может быть описана через дихотомию *объект — среда*: она характеризует пригодность изделия сохранять потребительские свойства и выполнять установленные функции при определенных внешних условиях (температуре воздуха, уровне загрязнения и т. п.). Аналогичным образом (через дихотомию *объект — среда*) может быть описана *экологическая совместимость* как способность товара сохранять потребительские свойства и выполнять свои основные функции, не нанося вреда экологии окружающей среды.

Свою специфику имеет содержательная дихотомия, описывающая химические и физические свойства таких продуктов, как различного рода лакокрасочные материалы, и определяющая совместимость таких товаров.

Главным условием *физической совместимости лакокрасочных материалов* является наличие в этих товарах ряда компонентов, которые определяют цвет краски, скорость высыхания, образование пленки и т. п.

Такое свойство, как *химическая совместимость*, важно при совместном использовании краски со связующими элементами, грунтом, растворителями, которые при соединении с краской могут обеспечивать необходимую межслойную адгезию или качественное равномерное послойное покрытие окрашиваемой поверхности.

Многогранно проявление *парфюмерной совместимости*, которая может быть определена по-разному: в широком смысле как максимальное соответствие аромата имиджу и физическим особенностям покупателя (объект — субъект), и в узком смысле как совместимость ароматов между собой (объект — объект). Концепция парфюмерной совместимости лежит в основе различных методик смешивания базовых ароматов и создания парфюмерных композиций для разных категорий потребителей. Парфюмерная совместимость различных ароматов проявляется в *синергетической совместимости* (имеющей место, если в результате соединения отдельных компонентов стойкости сила полученной ароматической композиции сохраняется или возрастает); *ингибиционной совместимости* (она проявляется в том, что в результате соединения отдельных компонентов стойкость и сила аромата уменьшается); *комплементарной совместимости*, которая представляет собой свойство ароматов изменять (корректировать) при *добавлении* в парфюмерную композицию весь аромат в целом.

Один из видов парфюмерной совместимости, понятой как совместимость товара

с человеком, — *ароматерапевтическая совместимость*. Она является характеристикой парфюмерных композиций, которые могут (или не могут — в случае несовместимости) применяться в ароматерапевтических курсах лечения конкретных категорий пациентов.

Специфическим свойством товара является его *эстетическая совместимость* с покупателем. Как правило, это свойство товара проявляется только в оценке конкретным покупателем. Эстетическая совместимость имеет место, если покупатель высоко оценивает внешний вид товара: товар вызывает у покупателя чувства удовлетворения, радости, эмоционального подъема.

Приведем примеры еще нескольких видов совместимости, описываемых через дихотомию товар — человек. *Информационная совместимость* характеризует то, в какой степени покупатель воспринимает информационное поле товара (ту информацию, которая сопутствует товару, в частности рекламу товара и бренда, отзывы других покупателей) как положительно окрашенное. *Совместимость стабильности* — свойство товара сохранять первоначальный внешний вид и быть устойчивым к внешним воздействиям (в частности, способность предмета одежды не растягиваться, не «садиться» и не терять цвет при стирке). *Мотивационная совместимость* — свойство товара удовлетворять именно ту потребность покупателя, для удовлетворения которой он был приобретен. *Функциональная совместимость*, как правило, свойственна таким товарам, как временное или постоянное жилье, автомобиль, товары для спорта и отдыха; она может быть определена как свойство товара создавать комфортные условия для различных видов деятельности человека.

Выводы

Авторы полагают, что в результате проведенного исследования им удалось описать все или большинство разновидностей товарной совместимости непродуктивных

товаров. Зафиксировано, что совместимость как свойство товара может быть описана через дихотомии. Перечень различных видов совместимости может иметь прикладное

значение при создании или цифровизации различных товарных реестров: каждый товар в реестрах может быть описан среди прочего через такую качественную характеристику, как совместимость.

Список литературы и источников

1. **Герасимчик Г. А.** Товароведение. Товары для туризма. Минск: ФУАинформ, 2007. 414 с.: ил.
2. Дихотомии в учебниках гуманитарного цикла: монография / В. П. Клочков, И. С. Казаков, И. В. Кротова [и др.]. Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2021. 178 с.
3. **Клочков В. П., Васильева Н. О.** Первый этап дихотомического анализа категории «совместимость» в гуманитарных науках // Научное обозрение. Сер. 2: Гуманитарные науки. 2011. № 4. С. 56—64. EDN: PKZETL.
4. **Клочков С. В., Овсянникова А. В.** Компьютерная модель совместимости профессиональных терминов по товароведению и коммерции // Наука XXI века: проблемы, поиски, решения: материалы науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. 75-летию Победы в Великой Отечественной войне, Миасс, 21 февр. 2020 г. Курган: Курганский гос. ун-т, 2020. Т. 1. С. 230—243. EDN: HJHSDB.
5. **Клочков С. В., Клочкова Н. М., Малькова Т. В.** Полихотомические классификации в динамике, прочности машин, приборов и аппаратуры // Наука XXI века: проблемы, поиски, решения: материалы науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. 75-летию Победы в Великой Отечественной войне, Миасс, 21 февр. 2020 г. Курган: Курганский гос. ун-т, 2020. Т. 2. С. 49—58. EDN: ELWIMY.
6. **Кононова А. В.** Экономическое содержание понятий *товар, товарные запасы и тара* // Экономика и социум. 2018. № 2 (45). С. 258—261. EDN: YXNOHP.
7. Цифровизация в сферах физической культуры, спорта и туризма: монография / А. С. Сигидаев, В. П. Клочков, А. Ю. Близневский [и др.]. Курган: Курганский гос. ун-т, 2022. 200 с.
8. **Швецов М. Ю.** Полихотомический анализ системопорождающих факторов совместимости учебных текстов // Актуальные вопросы полихотомического анализа: материалы регион. тематич. сб. Вып. 2. Курган: Курганский гос. ун-т, 2019. С. 152—158. EDN: XDYJFC.
9. **Швецов М. Ю., Рыбакова Г. Р.** Полихотомические классификации терминов в научной, учебной литературе по физической электронике // Актуальные вопросы научного знания: материалы межрегионального тематич. сб. с междунар. участием / под ред. В. Г. Дегтяря, В. П. Клочкова, Ф. Ф. Харисова. Курган: Курганский гос. ун-т, 2020. С. 291—297. EDN: NQLAOK.

References

1. Gerasimchik G. A. *Commodity Science. Goods for Tourism*. Minsk: FUAinform, 2007. 414 p., ill. (In Russian).
2. Klochkov V. P., Kazakov I. S., Krotova I. V. [et al.]. *Dichotomies in Textbooks of the Humanities: monograph*. Kurgan: Kurgan State Univ. Publ., 2021. 178 p. (In Russian).
3. Klochkov V. P., Vasilyeva N. O. “The First Stage of the Dichotomizing Analysis of a Category ‘Compatibility’ in the Humanities”. *Nauchnoe obozrenie. Ser. 2: Gumanitarnye nauki = Scientific Review. Series 2: Humanities* 4 (2011): 56—64. (In Russian). EDN: PKZETL.
4. Klochkov S. V., Ovsyannikova A. V. “Computer Simulation of Compatibility of Professional Terms in Commodity Science and Commerce”. *Nauka XXI veka: problemy, poiski, resheniya: materialy nauch.-prakt. konf. s mezhdunar. uchastiem, posvyashch. 75-letiyu Pobedy v Velikoy Otechestvennoy voyne*, Miass, 21 fevr. 2020 g. Vol. 1. Kurgan: Kurgan State Univ., 2020. 230—243. (In Russian). EDN: HJHSDB.
5. Klochkov S. V., Klochkova N. M., Mal'kova T. V. “Polychotomic Classifications in Dynamics, Strength of Machines, Devices and Equipment”. *Nauka XXI veka: problemy, poiski, resheniya: materialy nauch.-prakt. konf. s mezhdunar. uchastiem*,

- posvyashch. 75-letiyu Pobedy v Velikoy Otechestvennoy voyne*, Miass, 21 fevr. 2020 g. Vol. 2. Kurgan: Kurgan State Univ., 2020. 49—58. (In Russian). EDN: ELWIMY.
6. Kononova A. V. “Economic Content of Goods, Commodity Stocks and Container”. *Ekonomika i sotsium = Economy and Society* 2 (45) (2018): 258—261. (In Russian). EDN: YXNOHP.
 7. Sigidaev A. S., Klochkov V. P., Bliznevskiy A. Yu. [et al.]. *Digitalization in the Spheres of Physical Culture, Sports and Tourism*: monograph. Kurgan: Kurgan State Univ., 2022. 200 p. (In Russian).
 8. Shvetsov M. Yu. “Polychotomous Analysis of System-Generating Factors of Compatibility of Educational Texts”. *Aktual'nye voprosy polikhotomicheskogo analiza: materialy region. tematich. sb.* Iss. 2. Kurgan: Kurgan State Univ., 2019. 152—158. (In Russian). EDN: XDYJFC.
 9. Shvetsov M. Yu., Rybakova G. R. “Polychotomous Classifications of Terms in Scientific, Educational Literature on Physical Electronics”. *Aktual'nye voprosy nauchnogo znaniya: materialy mezhdunar. uchastiem.* Eds V. G. Degtyar', V. P. Klochkov, F. F. Kharisov. Kurgan: Kurgan State Univ., 2020. 291—297. (In Russian). EDN: NQLAOK.

Информация об авторах

Клочков Святослав Владимирович — кандидат физико-математических наук, доцент кафедры теоретических основ и менеджмента физической культуры и туризма, Сибирский федеральный университет (Россия, 660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 79/10).

Клочков Владимир Павлович — доктор педагогических наук, старший научный сотрудник, Челябинский государственный университет (Россия, 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129).

Виноградов Станислав Александрович — кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и методики физической культуры, Екатеринбургский институт физической культуры (филиал) ФГБОУ ВО «УралГУФК» (Россия, 620146, г. Екатеринбург, ул. Шаумяна, д. 85).

Information about the authors

Svyatoslav V. Klochkov — Cand. Sci. (Phys.-Math.), Associate Professor at the Department of Theoretical Foundations and Management of Physical Culture and Tourism, Siberian Federal University (Russia, 660041, Krasnoyarsk, Svobodny ave., 69/10).

Vladimir P. Klochkov — Dr. Sci. (Ped.), Senior Researcher, Chelyabinsk State University (Russia, 454001, Chelyabinsk, Brothers Kashirin str., 129).

Stanislav A. Vinogradov — Cand. Sci. (Ped.), Associate Professor at the Department of Theory and Methodology of Physical Culture, Ekaterinburg Institute of Physical Education (branch) of UralSUPC (Russia, 620146, Ekaterinburg, Shaumyan str., 85).

Статья поступила в редакцию 25.04.2023.

The article was submitted 25.04.2023.