**Тема ВСТУП. ПОНЯТТЯ ТОВАРОЗНАВСТВА. ПОНЯТТЯ ТОВАРУ**

**План**

**1. Предмет, цілі і завдання товарознавства.  
2. Принципи товарознавства.  
3. Поняття термінів «якість», «властивість» та «показники якості».  
4. Номенклатура споживних властивостей і показників.   
5. Методи визначення показників якості.**  
  
**Ключові поняття і терміни:**товарознавство; споживчі вартості товарів; міжпредметні зв’язки товарознавства; принципи товарознавства: безпека, ефективність, сумісність, взаємозамінність, систематизація, властивість товару; якість та показники якості; вимоги до якості; методи дослідження показників якості.  
  
**1. Предмет, цілі і завдання товарознавства**  
Товарознавство – наукова дисципліна, яка системно вивчає товари на всіх етапах життєвого циклу, методи пізнання їх споживчої вартості (цінності), закономірності формування асортименту, обігу та споживання. В сучасних умовах дослідження в галузі товарознавства і високої професійної підготовки товарознавців зі знанням маркетингу дозволяють вирішувати проблеми, пов’язані з постачанням населення високоякісними товарами.  
Вимоги до товарознавства як навчальної дисципліни – формування у студентів міцних знань з питань класифікації, асортименту, стандартизації непродовольчих товарів, їх корисних властивостей, якості, оптимальних умов, способів і режимів збереження (тара, пакувальні матеріали), вироблення уміння і навичок з оцінки якості товарів.  
**Об’єкт товарознавства**– товари як продукти праці для задоволення потреб споживача та методи їх теоретичного і практичного пізнання. Товар - це продукт праці, який володіє здатністю задовольняти конкретні потреби людини, що розподіляється в суспільстві шляхом купівлі-продажу. Товар як продукт праці має подвійний характер. З одного боку, він є вартістю, з іншого боку - споживною вартістю. Вартість товару характеризується витратами суспільно необхідної праці на його проектування, виробництво і розподіл.  
Виразом вартості є його ціна. Споживча вартість товару - це благо для людей, елемент багатства. Щоб стати споживчою вартістю, товар має володіти корисністю.  
**Корисність товару** - це його здатність задовольняти певні потреби людини. Корисність речі (продукту) робить її носієм споживчої вартості.  
**Корисність** - поняття суб'єктивне. Той самий товар для різних людей може бути і корисним, і марним, і навіть шкідливим, наприклад, окуляри або ліки без призначення.  
**Предмет товарознавства** – споживна вартість (цінність) товарів, закономірності її прояву і збереження.  
**Методи товарознавства** – системний підхід до пізнання споживної вартості (цінності) товарів і вивчення закономірностей її прояву і збереження.  
**Мета товарознавства** – вивчення основоположних характеристик товару, які складають його споживну вартість, а також їх змін на всіх етапах товароруху.  
Розділи товарознавства споживчих товарів:  
1. Загальна частина товарознавства присвячена розгляду теоретичних основ, які є підґрунтям для окремих розділів товарознавства.  
2. Окреме товарознавство аналізує стан і перспективи розвитку відповідного сегменту ринку, класифікацію товарів на асортиментні групи та інші структурні елементи.  
3. Завдання товарознавства  
Товарознавство як спеціальна наукова дисципліна призначене активно брати участь в управлінні якістю та асортиментом товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках.  
Актуальна проблема товарознавства - розробка науково-теоретичних основ формування торгового асортименту і управління якістю товарів в умовах ринкової економіки. Основні завдання товарознавства:  
• розвивати теоретичні положення про товар як споживчу вартість і виявлення закономірностей, пов'язаних із просуванням товару на ринку і задоволенням потреб населення на сучасному етапі;  
• розроблювати наукові принципи і правила класифікації і кодування товарів, які сприяють упровадженню комп'ютеризації в процеси управління асортиментом і якістю товарів і удосконалення інформаційного забезпечення;  
• участь у розробленні вимог до якості товарів, що закладаються в нормативно-технічні документи на продукцію;  
Товарознавство  
Предмет  
Методи  
наукового  
пізнання  
Етапи розвитку  
• створювати нові прилади і сучасні методи контролю якості товарів, що забезпечують об'єктивність результатів, мінімальні витрати ресурсів і часу;  
• досліджувати властивості нових товарів, насамперед властивості безпеки, розробляти номенклатуру показників якості цих товарів;  
• розробляти рекомендації щодо нагляду за товарами в процесі збереження і транспортування.  
**Зв’язок товарознавства з іншими науковими дисциплінами**  
Товарознавство передбачає широке використання зведень і положень різних наукових дисциплін. Філософія озброює товарознавство діалектичним методом пізнання споживчої вартості і якості товарів. Макро - і мікроекономіка дають можливість пізнати товар як економічну категорію, місце і роль товару в механізмі ринкових стосунків, розкривають природу попиту та пропозиції товару на ринку, порядок формування цін на товари.  
Маркетинг дозволяє визначити ефективні шляхи просування товару на ринку від виробника до кінцевого споживача для одержання стійкого рівня прибутку з урахуванням дослідження якості товарів, їх споживчих властивостей, місткості ринку і наявності конкурентів. Фізика, хімія, математика, біологія - знання цих наук використовується в товарознавстві при дослідженні властивостей товару, розробці методів визначення показників якості. Технічні і технологічні дисципліни (технології галузей промисловості, що виробляють товари, матеріалознавство) дозволяють вивчати формування властивостей товару, причини появи в товарах дефектів і шляхи їх усунення.  
Суміжні спеціальні дисципліни (комерційна діяльність організацій торгівлі, бухгалтерський облік, фінанси, статистика, менеджмент та ін.) збагачують товарознавство знаннями в галузі соціально-економічних, організаційних і правових питань.  
  
**2. Принципи товарознавства**  
Будь-яка наука і професійна діяльність базуються на окремих принципах.  
  
Принцип (лат. ргіпсіріит - основа) - основне початкове положення якоїнебудь теорії, учення, керівна ідея, основне правило діяльності.  
Принципами товарознавства є: безпека, ефективність, сумісність, взаємозамінюваність і систематизація.  
Безпека – основоположний принцип, суть якого полягає у відсутності недопустимого ризику, пов’язаного з можливістю нанесення товаром чи послугою (процесом) шкоди життю, здоров’ю і майну.  
Ефективність – принцип, який полягає у досягненні найбільш оптимального результату при виробництві, упаковці, зберіганні, реалізації і споживанні (експлуатації) товарів.  
Сумісність – принцип, який визначається придатністю товарів, процесів чи послуг для сумісного використання, яке не призводить до небажаних взаємодій.  
Взаємозамінність – принцип, який визначається придатністю одного товару, процесу чи послуги для використання замість іншого товару, процесу чи послуги з метою виконання одних і тих самих вимог.  
Систематизація - принцип, який полягає у встановленні певної послідовності однорідних, взаємопов’язаних товарів, процесів чи послуг. Принцип систематизації покладений в основу групи методів, до складу котрих входять ідентифікація, класифікація, узагальнення і кодування. Він широко застосовується у товарознавстві.  
  
**3. Поняття термінів «якість», «властивість» та «показники якості»**  
Вимоги до товару — сукупність якісних і кількісних характеристик товару, що відображають уявлення його споживачів про необхідну цінність товару в разі використання його за призначенням у встановлених умовах обігу і споживання.  
Кожний окремий вид товару можна характеризувати з точки зору його властивостей, якості та показників якості.  
Властивості товару — об'єктивна особливість продукції, яка може проявлятися при її створенні, експлуатації і споживанні.  
Властивості товару можна поділити на прості та складні. Прості властивості — кислотність, вологість продуктів харчування; міцність, стійкість до зносу тканин і т. д.  
До складних відносять надійність продукції, яка включає безвідмовність у роботі, довговічність, ремонтопридатність, наприклад побутової техніки, чи органолептичну оцінку продовольчих товарів, яка включає смак, запах і консистенцію.  
Споживна властивість товару — властивість товару, яка зумовлює його корисність і здатність задовольняти потреби споживачів.  
Якість товару — сукупність характеристик товару, які визначають ступінь його здатності задовольняти встановлені і передбачені потреби.  
Показник якості — кількісна характеристика однієї або кількох властивостей товару, складових його якості, яка розглядається відповідно до визначених умов його експлуатації або споживання. Кожний показник має найменування та значення. Значення показника є результатом кількісних та якісних вимірів. Значення показників якості застосовуються для встановлення відповідності чи невідповідності певним вимогам, які внесені у нормативні документи (стандарти), або для констатації результатів вимірів. Показники якості за найменуваннями поділяються на групи. Показник якості це кількісне і якісне вираження властивостей товару.  
Кожен показник має найменування і значення, за яким товари поділяються на групи залежно від властивостей, що характеризуються (одиничні і комплексні) або від призначення (базові і розрахункові).   
Фактичний показник – це конкретний одиничний або комплексний показник, встановлений для даного товару.  
Базовий показник – це показник, прийнятий як вихідний при порівнянні з фактичним при оцінюванні якості.  
Відносний показник характеризує співвідношення фактичного і базового показників.  
Номенклатуру показників якості відповідно до потреб можна згрупувати у вимоги.  
Вимоги до якості — відображення певних потреб через переведення їх у набір кількісно або якісно встановлених норм щодо характеристик товару для забезпечення можливості його перевірки при використанні за призначенням.  
Вимоги до якості оцінюються за нормами, які регламентовані стандартами і технічними умовами.  
  
**4.Номенклатура споживних властивостей і показників якості  
товарів**  
  
Будь-який товар має безліч властивостей, різних за своєю природою. Властивостями товару називають його об'єктивні особливості, які виявляються на кожній стадії життєвого циклу товару (проектування, виготовлення, розподіл і споживання). Номенклатура споживчих властивостей для конкретного товару може включати десятки найменувань.  
Залежно від функціонального призначення товару вона може розрізнятися. Вибір номенклатури цих властивостей для конкретних товарів є важливим завданням товарознавства. У процесі споживання товару його споживчі властивості можуть робити позитивний чи негативний вплив на людину і навколишнє середовище. Відповідно виділяються позитивні і негативні властивості товару. Наприклад, до позитивних можна віднести теплозахисні властивості зимового одягу, а до негативних - його забруднення, ваговитість.  
Споживчі властивості поділяються на фізичні, хімічні, фізико-хімічні та біологічні. До фізичних властивостей відносяться механічні (міцність, деформація, твердість, стомленість тощо), термічні (теплоємність, теплопровідність, вогнестійкість, термостійкість, термічне розширення й ін.), оптичні (колір, блиск, прозорість, відбиття проміння тощо), акустичні (тембр, висота звуку, звуковий тиск та ін.), електричні, а також загальні фізичні властивості (маса, щільність, пористість). Хімічні властивості характеризують відношення товарів до дії різних хімічних речовин і агресивних середовищ. Ці властивості залежать від хімічного складу і змісту матеріалів.  
Найбільш важливими з них є водостійкість, кислотостійкість, лугостійкість, відношення до дії органічних розчинників, світла, погодних умов. Фізико-хімічні властивості поєднують властивості, прояв яких супроводжується фізичними і хімічними явищами одночасно. Найважливішими фізико-хімічними властивостями є сорбційні, тобто здатність поглинати і виділяти гази, воду і розчинені в ній речовини, адгезійні, тобто властивості злипання або склеювання, властивості проникності (повітряно -, паро -, водо- і пило проникнення).  
Біологічні властивості характеризують стійкість товарів до дії мікроорганізмів (бактерії, цвілеві грибки, дріжджі), комах (міль, таргани й ін.) і гризунів (миші, пацюки). Процеси гниття, пліснявіння товарів спричинюються відповідними видами мікроорганізмів.  
Залежно від характеру впливу на споживчу вартість виділяють функціональні, ергономічні, естетичні властивості товару, а також його надійність і безпеку. Функціональні властивості мають три групи показників: досконалість виконання основної функції; універсальність застосування; досконалість виконання допоміжних операцій.  
Ергономічні властивості забезпечують зручність і комфорт при користуванні товаром, створюють оптимальні умови для людини в процесі праці і відпочинку, знижують стомлюваність, підвищують продуктивність праці.  
Ергономічні властивості поділяються на такі групи: гігієнічні; антропометричні; фізіологічні; психофізіологічні; психологічні.  
Естетичні властивості товарів забезпечують задоволення духовних потреб людини. Властивості зовнішнього вигляду товару не ізольовані один від одного і його естетична цінність створюється їх сукупністю, взаємозв'язком і єдністю, вигляду називається художньою композицією. Естетичні властивості товарів повинні відповідати суспільним і особистим ідеалам, вимогам моди, стилю і смакам споживачів. Ці властивості формуються в процесі художнього конструювання виробів.  
Показники естетичних властивостей поділяються на чотири групи:  
інформаційна виразність;   
раціональність форми;   
цілісність композиції;  
досконалість виробничого виконання і стабільність товарного виду.   
До групи показників інформаційної виразності відносяться знаковість, оригінальність, виразність стилю і відповідність моді.  
Надійність товару - це властивість товару, що характеризує його здатність зберігати свою споживчу вартість у часі. Надійність є складною властивістю, що поділяється на більш прості: безвідмовність, довговічність, ремонтоздатність і зберігання.  
Безпека товару характеризує ступінь захищеності людини і навколишнього природного середовища від впливу небезпечних і шкідливих факторів, які виникають при його споживанні. Безпека товарів для здоров'я людини проявляється в їх здатності запобігати травматизму споживачів, у відсутності шкідливих для організму людини речовин, у тому числі токсичних, які спричинюють отруєння, канцерогенних, які зумовлюють злоякісні новоутворення, алергійних, які викликають підвищення або зниження чутливості організму, мутагенних, які спричинюють стійкі зміни спадкоємних ознак.  
Залежно від природи товару розрізняють електричну, хімічну, механічну, термічну, раціональну і біологічну безпеку.  
Соціальне призначення товару — споживна властивість товару, яка зумовлює його відповідність суспільним потребам населення, доцільність збуту і споживання.  
Екологічність товару — споживна властивість товару, яка в разі його споживання проявляється у впливі на довкілля.  
Взаємозамінність товару — здатність товару бути використаним без модифікації замість іншого для виконання тих самих вимог.  
 **5.Методи визначення показників якості**  
За способом отримання інформації методи дослідження показників якості товарів поділяються на:  
органолептичний,   
реєстраційний,   
розрахунковий,   
вимірювальний,  
експертний   
соціологічний.  
*Органолептичний метод*ґрунтується на визначенні показників за допомогою органів почуттів людини: зору, нюху, слуху, дотику, смаку. Показники виражаються в балах. Цей метод найбільш прийнятний у торгівлі.  
*Реєстраційний метод*ґрунтується на спостереженні і підрахунку числа визначених предметів, подій, слухів, витрат, явищ. Його використовують при статистичному контролі якості або при дослідному носінні.   
*Розрахунковий метод* грунтується на визначенні показників якості розрахунковим шляхом.  
*Вимірювальний метод* найбільш об'єктивний, він дає найточніші результати. Перспективними напрямами цього методу є прискорені експрес-методи, які не руйнують контролю.

**Запитання і завдання**

1.Назвіть мету, основний зміст і методи наукового пізнання курсу „Товарознавство”.

2.Охарактеризуйте розділи товарознавства споживчих товарів.  
3.Пригадайте основні принципи товарознавства.  
4.Що таке товар і його споживча вартість?  
5.Вплив яких наукових дисциплін сприяв створенню товарознавства як самостійної дисципліни?  
6.Історія розвитку товарознавства.  
7.Які три головні періоди розвитку товарознавства як науки ви знаєте?  
8.Визначте завдання товарознавства.  
9.Дайте визначення термінів „якість”, „властивість” та „показники” якості.  
10.Охарактеризуйте класифікацію показників якості.  
11. Поясніть сутність терміна „вимоги до якості”, та розкажіть про номенклатуру вимог до якості товарів.

**Література**

1. Власова А.В. Основи товарознавства непродовольчих товарів.  
Навчальний посібник.-К.: Центр навчальної літератури, 2006. с.8-19  
2. Моисеенко Н.С. Товарознавство непродовольственных товаров. - Ростов-  
на Дону: Феникс, 2005. с.3-10