

Тема 1. Суспільне значення товарів, основи раціонального споживання та використання

Лекція 1

План лекції

- 1.1. Товарознавство - наука про товари
- 1.2. Предмет і зміст товарознавства. Об'єкти та суб'єкти товарознавства та товарознавчої діяльності
- 1.3. Основи раціонального споживання продовольчих та непродовольчих товарів.

Рекомендована література:[1], [4], *нормативна документація*

Основні поняття: *товарознавство, об'єкт, суб'єкт, предмет, товар, споживна вартість, продукція*

1.1. Товарознавство - наука про товари

Термін "товарознавство" походить від двох слів – "товар" і "знати" (вивчати, знати) і в прямому понятті означає "знання про товар". Товарознавство – це наукова дисципліна, що вивчає споживні властивості і асортимент товарів.

Державний стандарт України (ДСТУ 3993-2000 "Товарознавство. Терміни та визначення") дає таке визначення товарознавства як наукової дисципліни:

Товарознавство – наукова дисципліна, яка системно вивчає товари на всіх етапах життєвого циклу, методи пізнання їхньої споживної вартості (цінності), закономірності формування асортименту та вимог до якості для забезпечення ефективності їх виробництва., обігу та споживання.

Товарознавство як наукова дисципліна складається з теоретичних основ та товарознавства конкретних груп продовольчих товарів.

Метод товарознавства – системний підхід до пізнання споживної вартості (цінності) товарів і вивчення закономірностей її прояву і збереження (ДСТУ 3993-2000).

Основні завдання товарознавства – дослідження споживних властивостей товару в процесі його життєвого циклу (від виробництва до споживання), встановлення оптимальних способів і умов транспортування, реалізації та споживання з метою максимального збереження якості та зниження втрат товарів та ін.

1.2. Предмет і зміст товарознавства. Об'єкти та суб'єкти товарознавства та товарознавчої діяльності

Предмет товарознавства – споживна вартість (цінність) товарів, закономірності її прояву і збереження (ДСТУ 3993-2000).

Об'єкт товарознавства – товари як продукти праці для задоволення потреб споживача та методи їх теоретичного і практичного пізнання (ДСТУ 3993-2000).

Відповідно о ДСТУ 3993 **товар** - це будь-яка річ, що на момент надходження в обіг повинна бути відокремлена з-поміж інших за визначальними ознаками для конкретного договору купівлі - продажу.

Перш, ніж товар потрапить до споживача, він проходить кілька стадій, що складає його життєвий цикл. Відповідно до стандарту Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) життєвий цикл продукції включає в себе 11 етапів: маркетинг, пошук і вивчення ринку; проектування і розробку технічних вимог, розробку продукції; матеріально-технічне постачання; підготовку і розробку виробничих процесів; виробництво; контроль, проведення випробувань і обстежень; упаковку і зберігання; реалізацію і розподіл продукції; монтаж і експлуатацію; технічну допомогу і обслуговування; утилізацію після використання.

Ці етапи можна об'єднати в стадії: проектування, виготовлення (переробки), товарного обігу, споживання або експлуатації, утилізації.

На стадії проектування закладаються властивості товару. На цій стадії товар розглядається в формі проекту. Проект має потенційну споживною вартістю. Щоб проект успішно втілювався в товар, необхідно врахувати поточні та перспективні потреби суспільства. Товарознавець не може безпосередньо брати участь в процесі проектування (переробки), але може побічно впливати на якість проекту, розробляючи критерії оцінки споживчої вартості, беручи участь в стандартизації, сертифікації товарів і розробці систем якості.

На стадії виготовлення проект перетворюється в продукт праці. Продукт виробництва має властивості, що відрізняються від властивостей вихідної сировини і матеріалів. На цій стадії формується якість товарів, потенційна споживча вартість. На цій стадії товарознавство приділяє увагу факторам, що впливає на формування якості товарів, можливість виникнення і усунення дефектів готових виробів.

Продукт виробництва на стадії (сфери) звернення набуває все характеристики товару, що володіє певною споживчою вартістю. На цій стадії в процесі просування товару від виробника до споживача важливо зберегти споживчу вартість, оскільки товар в процесі зберігання і транспортування піддається зовнішнім впливам. Товарознавець повинен знати умови зберігання і транспортування товарів, їх терміни служби, придатності або реалізації. Він повинен знати способи і методи реалізації товарів, правила сертифікації та порядок проведення експертизи, а також кон'юнктуру ринку товарів, вміти оцінювати їх конкурентоспроможність.

На стадії споживання (експлуатації) товар поступово витрачається сам (витрачає свій ресурс). На цій стадії споживну вартість товару можна зберегти більш тривалий час, якщо є рекомендації про способи і режимах зберігання товарів, раціональне використання, правила по догляду, про оптимальну упаковці товарів, про відповідну маркування.

Товари, які закінчили свій цикл і підлягають утилізації, повинні бути систематизовані за видами переробки з метою підвищення рівня використання відходів. Товарознавець повинен брати участь в розробці номенклатури перероблюваних відходів, знати режими переробки і умови повернення в оборот перероблених відходів, а також особливості властивостей матеріалів і виробів, що виготовляються з вторинної сировини.

Товари як об'єкти товарознавчої діяльності мають чотири основні характеристики:

- асортименту;
- якісну;
- кількісну;
- вартісну.

Перші три характеристики - товарознавчі, задовольняють реальні потреби людини (фізіологічні, соціальні, психологічні та ін.), визначаючи споживну вартість товару. Завдяки цим характеристикам продукція набуває корисності для певних сегментів споживачів і стає товаром.

Споживна вартість товарів проявляється при їх споживанні відповідно до призначення. Харчові продукти з різними характеристиками неоднаково задовольняють потребу організму людини в енергії, біологічно цінних речовинах і органолептичних відчуттях.

Визначення ступеня задоволення потреб адекватно оцінці споживної вартості товарів і неможливо без урахування ринкової кон'юнктури, яка може бути виявлена за допомогою маркетингових досліджень сегментів ринку конкретних асортиментних груп товарів.

Таким чином, споживна вартість товарів виступає як міра їх корисності і проявляється через основоположні товарознавчі характеристики.

Суб'єкти, товарознавчої діяльності поділяються на дві групи. До першої групи входять товарознавці - фахівці, які здійснюють цю діяльність в силу своїх посадових обов'язків.

Друга група представлена суб'єктами, на задоволення потреб яких націлена товарознавча діяльність - споживачі товарів.

Товарознавці - фахівці, що забезпечують просування товарів від виробників до споживачів з урахуванням асортиментної, якісної, кількісної та вартісної характеристик товару, а також запитів споживачів

В наш час людина живе у світі товарів, що виробляються, продаються, купуються, споживаються або експлуатуються. Сучасний ринок товарів пропонує широкий вибір традиційної продукції, а також товарів з новими функціональними властивостями, що раніше не пропонувалися вітчизняному споживачеві.

З розвитком людського суспільства товари зазнають зміни:

=> перестають використовуватися (моральне старіння) і поступово зникають з товарообігу;

=> **видозмінюються:**

- форма;
- функції, що виконуються;
- матеріал, з якого виготовляють;

=> **з'являються нові товари.**

Товарні ресурси – продукція промислового чи сільськогосподарського виробництва, яка надходить у сферу обігу з метою продажу споживачам, а також для створення товарних запасів.

Між виробником і споживачем товару сполучною ланкою є торгівля:
ВИРОБНИК ↔ ТОРГІВЛЯ ↔ СПОЖИВАЧ ТОВАРУ

Виробник зацікавлений виробити товар дешевше й продати дорожче;
торгівля – посередник – купити дешевше й вигідно продати;

Споживач – купити дешевше і максимально задовольнити власні потреби.

Споживач товару – особа чи група, які придбають або мають намір придбати товар і використовують за призначенням для задоволення певної потреби.

Предмет товарознавства – споживна вартість (цінність) товарів, закономірності її прояву і збереження.

Всі товари як продукти праці мають споживну вартість:

=> товари як продукти праці для задоволення особистих потреб людей – продукти харчування, одяг, взуття;

=> товари як засоби виробництва матеріальних благ – сировина, верстати, машини.

Виробництво створює предмети, що відповідають потребам; без виробництва немає споживання, однак і без споживання немає виробництва, тому що виробництво було б у такому випадку недоцільно... Без потреби немає виробництва. Але саме споживання відтворює потреби. У цьому складається діалектичний зв'язок між виробництвом і споживанням.

Тому у широкому розумінні предметом товарознавства є вивчення споживної вартості всіх продуктів праці: як предметів особистого споживання, так і засобів виробництва.

Предметом товарознавства є споживні вартості товарів, оскільки тільки споживна вартість робить продукцію товаром, тому що має здатність задовольняти конкретні потреби людини.

Споживна вартість товару – корисність товару, яка визначається сукупністю споживних властивостей кількості встановлених умов споживання або експлуатації.

Споживна вартість притаманна окремому продукту або набору продуктів, призначених для задоволення якої-небудь конкретної потреби людини – *це є одинична суспільна споживна вартість*.

У процесі експлуатації або споживання, задовольняючи певні потреби людей, товар «вмирає» в результаті фізичного або морального зносу. Процес експлуатації або споживання товарів також пов'язаний з багаторазовими різними впливами зовнішнього середовища.

Споживання товару – використання товару споживачем за призначенням для задоволення певної потреби.

Експлуатація товару – використання споживачем непродуктивних товарів за призначенням згідно з правилами експлуатації.

Правильний догляд за товарами сприяє більш тривалому збереженню споживної вартості. Тому актуальним для товарознавства є вивчення змін у товарах у процесі експлуатації або споживання.

Властивість товару – об'єктивна особливість товару, яка проявляється у сфері товарного обігу, споживання або експлуатації.

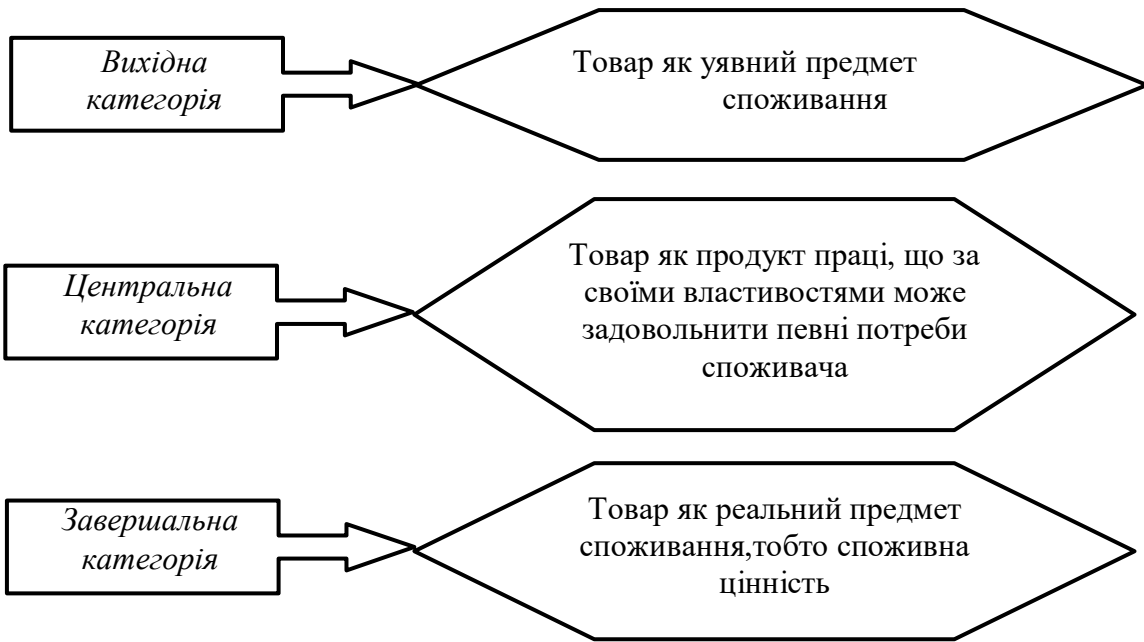
Споживна властивість товару – властивість товару обумовлює його корисність і здатність задовольняти потреби споживачів і проявляється в процесі споживання.

Чинники, що впливають на формування споживних властивостей товару.



Принципи формування категоріального апарату товарознавства

Категорія – це філософське загальне поняття, що відображає найбільш істотні властивості й відносини предметів, явищ об'єктивного світу, а також групу предметів, явищ, осіб, об'єднаних спільністю яких-небудь ознак.



Предмет споживання – придбаний товар, який використовується споживачем для задоволення матеріальних потреб.



Курс «Товарознавство»

Теоретичні основи товарознавства(загальне уявлення про товарознавство як наукову дисципліну).

Спеціальні курси товарознавства(конкретні групи продовольчих та непродовольчих товарів).

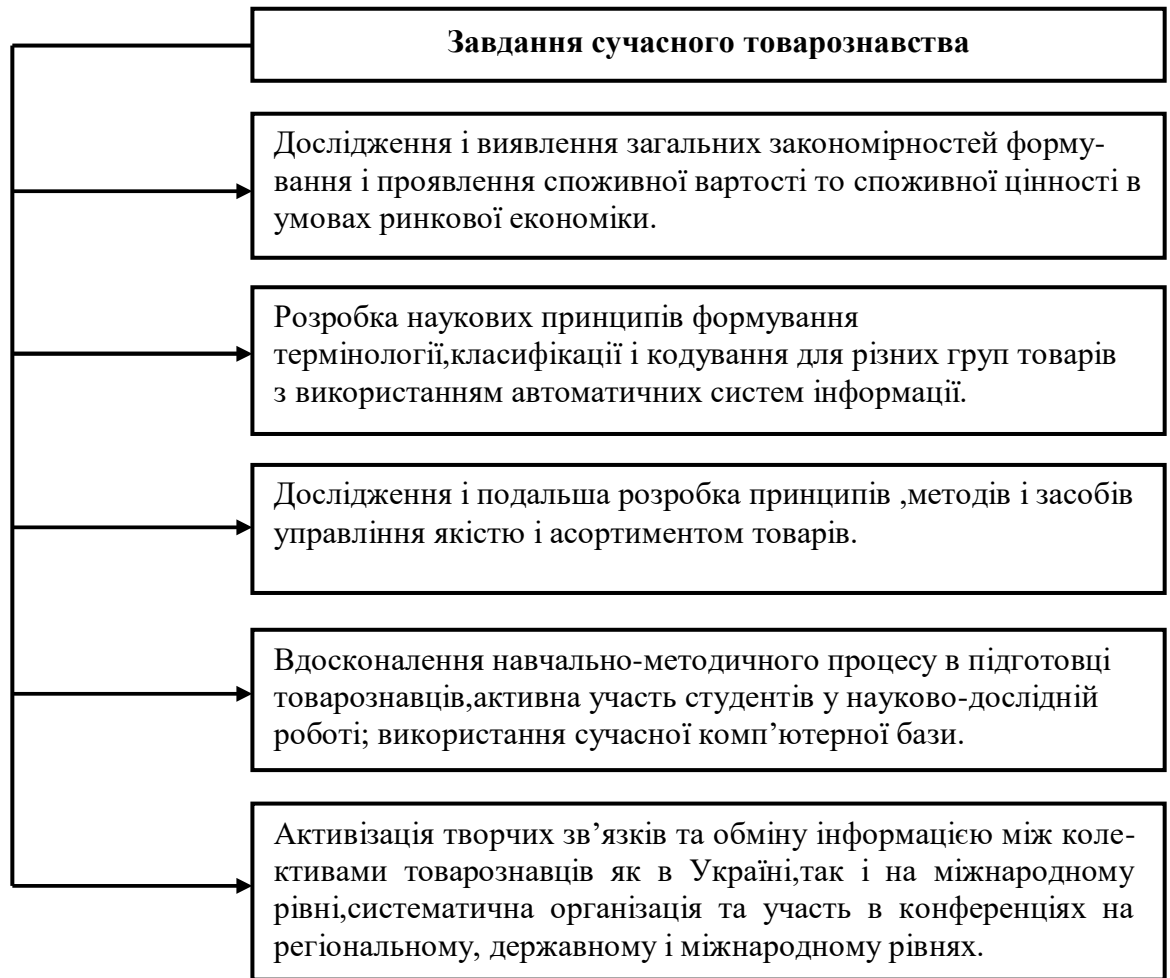
Задачі товарознавства:

- визначення споживних властивостей товарів»;
- вивчення асортименту товарів;
- визначення якості товарів та засобів їх покращення;
- виявлення споживчих переваг щодо асортименту;
- виявлення більш раціональних засобів використання товарів;
- формування попиту на нові види товарів;
- дослідження збереження якості у процесі товаропросування;
- вивчення безпеки та нешкідливості товарів;
- дослідження впливу товарів та упаковки на збереження якості;
- вивчення кодування та маркування товарів.

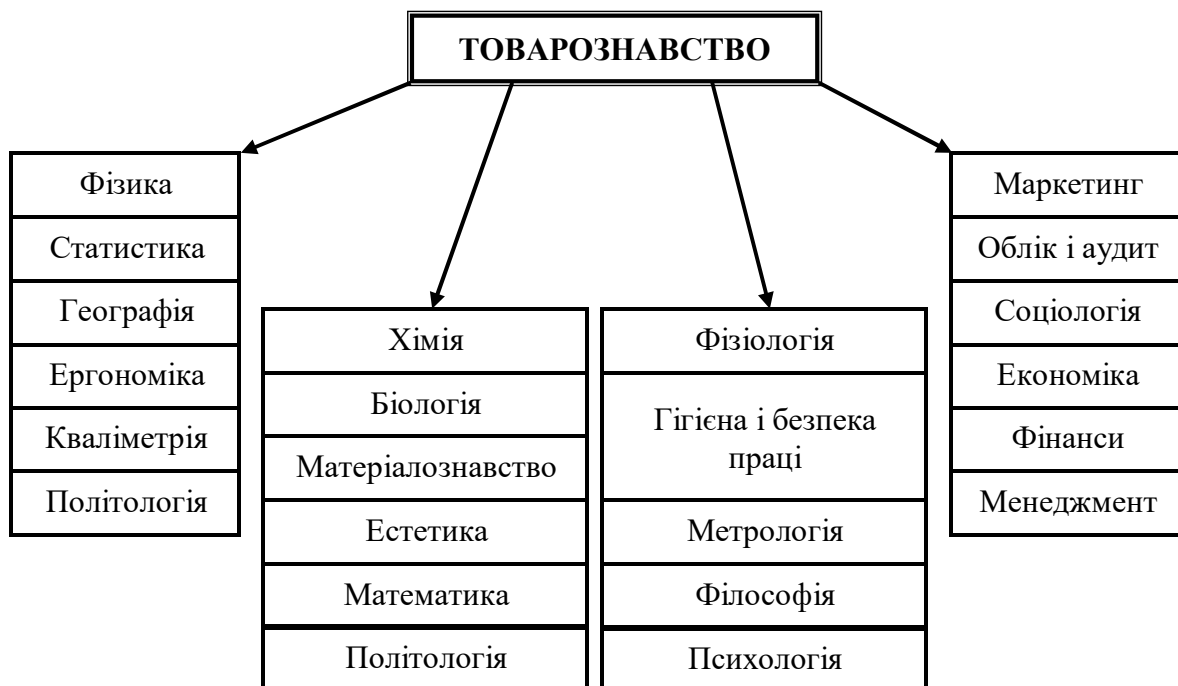
- Розробка держстандартів України (термінологічні методи випробувань, номенклатури показників якості);
- Управління асортиментом товарів;
- Розробка моделей споживання;
- Розробка наукової класифікації товарів;
- Розробка товарної номенклатури;
- Виявлення споживчих переваг щодо асортименту.

Проблеми товарознавства:

- Управління якістю товарів у процесі товаропостачання;
- Визначення якості товарів;
- Обґрунтування номенклатури показників вартості;
- Розробка методів оцінки споживних властивостей;
- Розробка експрес-методів ідентифікації та експертизи;



Зв'язок товарознавства з іншими дисциплінами



1.3. Основи раціонального споживання продовольчих та непродовольчих товарів

Потреби залежать від прийнятих біологічних, економічних, соціальних, споживчих норм, які здатні забезпечити життя людини на оптимальному рівні реально існуючих можливостей.

Стандарти споживання розробляються для розв'язання проблеми забезпечення матеріальних потреб населення.



Система споживання товарів у споживчому комплексі кожної країни визначає діапазон розвитку (min-max) вказаного комплексу, тобто фактично його спроможність задовольняти потреби населення у тих чи інших товарах.

Питання для самоперевірки

1. Що вивчає товарознавство?
2. Які завдання товарознавства?
3. Чим відрізняється продукція від товару?
4. Які характеристики властиві для товару?
5. Споживні властивості товарів?

