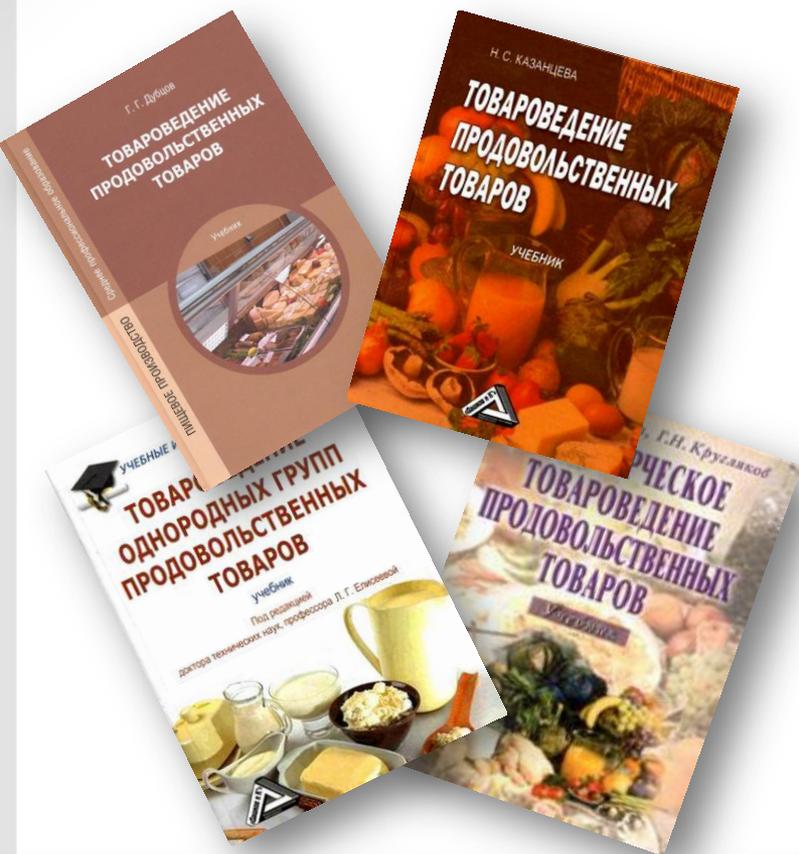


ЛЕКЦИЯ 1

Товароведение: цели, задачи, предмет, основные понятия



1. Общие принципы науки товароведение и ее методология
2. Задачи товароведения
3. Качество продовольственных товаров

Рекомендуемая литература

- ЭБС "Znanium": Чебакова, Г. В. Товароведение, технология и экспертиза пищевых продуктов животного происхождения : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 304 с.- (Гр. УМО)
- ЭБС "Znanium": Ляшко, А. А. Товароведение, экспертиза и стандартизация: учебник / А. А. Ляшко [и др.]. - 2. изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. - 660 с.
- ЭБС "Znanium": Петрище, Ф. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров. 5-е изд.- Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 508 с.
- 2.Чебакова, Г. В. Товароведение, технология и экспертиза пищевых продуктов животного происхождения : учеб. пособие для студентов вузов по специальности 080401 "Товароведение и экспертиза товаров (по областям применения)" / Г. В. Чебакова, И. А. Данилова. - М. : КолосС, 2011. - 312 с. - (Учебники и учебные пособия для студентов вузов. Гр. УМО).
- 3.Сычева, О. В. Товароведная характеристика и оценка качества молочных продуктов : практ. пособие / О. В. Сычева ; СтГАУ. - М. : Колос ; Ставрополь : АГРУС, 2009. - 108 с.

Товароведение – научная дисциплина

- Товароведение (нем. Warenkunde) - научная дисциплина, предметом которой являются потребительские свойства товаров, лежащие в основе их потребительской стоимости.
- Принадлежит группе прикладных экономических дисциплин, в составе которой развивается в тесном взаимодействии с учётно-экономическими дисциплинами, маркетингом (предпосылкой которого является) и рядом других.
- Наряду с базовыми для всех наук методами диалектической логики, а также методами других общественных наук, в ходе анализа обширно заимствует методы и приёмы естественных наук, медицины, эргономики и т. п.

Товароведение изучает

- **потребительские свойства.** Методами специальных дисциплин (химия, механика, биология, и т. п.) определяются элементный состав товара, его эксплуатационные характеристики, воздействие на человека и среду и пр. На их основе разрабатываются классификации, которые положены в основу научных исследований процесса товародвижения, формирования ассортимента и т. п.
- **потребительная стоимость** Определяемая, как «способность товара удовлетворять те или иные потребности человека», она отражает субъективную оценку покупателем товара во всей совокупности его свойств, и эта оценка выражается в его готовности заплатить за товар ту или иную цену.

Принципы товароведения

- Любая наука и профессиональная деятельность базируются на определенных принципах.
- Принцип (лат. *principium* – основа, начало) – основное исходное положение какой-либо теории, учения, руководящая идея, основное правило деятельности.
- Принципами товароведения являются:
 - безопасность,
 - эффективность,
 - совместимость,
 - взаимозаменяемость и систематизация,
 - соответствие.

Принцип безопасности

- Безопасность – основополагающий принцип, который заключается в отсутствии недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения товаром (или услугой, или процессом) ущерба жизни, здоровью и имуществу людей.
- Безопасность одновременно является одним из обязательных потребительских свойств товара, которое рассматривается как риск или ущерб для потребителя, ограниченный допустимым уровнем.
- В то же время в товароведении принцип безопасности для товаров и окружающей среды должен соблюдаться и в отношении процессов упаковывания, транспортирования, хранения, предреализационной подготовки к продаже. Безопасными должны быть упаковка, окружающая среда и др.

Принцип эффективности

- Эффективность – принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении (эксплуатации) товаров.
- Данный принцип имеет важное значение при формировании ассортимента, а также обеспечении качества и количества товаров на разных этапах товародвижения.
- Все виды товароведной деятельности должны быть направлены на повышение эффективности.
- Это достигается комплексным подходом, основанным на выборе таких методов и средств, которые обеспечивают наилучшие конечные результаты при минимальных затратах. Так, эффективность упаковки или хранения определяется количеством сохраненных товаров надлежащего качества и затратами на эти процессы.

Принцип совместимости

- Совместимость – принцип, определяемый пригодностью товаров, процессов или услуг к совместному использованию, не вызывающему нежелательных взаимодействий.
- Совместимость товаров принимается во внимание при формировании ассортимента, размещении их на хранение, выборе упаковки, а также оптимального режима.
- Совместимость деталей, комплектующих изделий при монтаже, наладке и эксплуатации сложнотехнических и других товаров – непереносимое условие сохранения их качества у потребителя.
- Совместимость товаров при их потреблении имеет важное значение для наиболее полного удовлетворения потребностей. Так, использование несовместимых пищевых продуктов может вызвать серьезные нарушения обмена веществ у человека.

Принцип взаимозаменяемости

- Взаимозаменяемость – принцип, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара, процесса или услуги в целях выполнения одних и тех же требований.
- Взаимозаменяемость товаров обуславливает конкуренцию между ними и в то же время позволяет удовлетворять аналогичные потребности различными товарами. Чем ближе характеристики отдельных товаров, тем больше они пригодны к взаимозаменяемому использованию.
- Так, взаимозаменяемость кефира и простокваши больше, чем кефира и молока; это имеет значение прежде всего для потребителей, организм которых не усваивает лактозу молока. Способность товара или отдельных комплектующих его изделий быть использованными вместо другого для выполнения тех же требований играет важную роль при формировании ассортимента взаимозаменяемых товаров.

Принцип систематизации

- Систематизация – принцип, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов или услуг. С учетом многообразия объектов систематизация в товароведении имеет чрезвычайно важное значение, так как позволяет объединить их во взаимосвязанные и взаимоподчиненные категории (систематические категории), составить систему, построенную по определенному плану.
- Принцип систематизации положен в основу группы методов, в состав которых входят классификация, обобщение и кодирование. Он широко применяется в товароведении. На этом принципе базируется изложение учебной информации во всех разделах «Товароведения продовольственных товаров» и «Товароведения непродовольственных товаров».

Принцип соответствия

- Соответствие – принцип, заключающийся в соблюдении установленных требований. При этом характеристики товаров или процессов производства, транспортирования, хранения, реализации и эксплуатации должны соответствовать регламентируемым требованиям нормативных документов или запросам потребителей.
- В товароведении данный принцип играет решающую роль при управлении ассортиментом, оценке качества, обеспечении условий и сроков перевозки, хранения и реализации, а также при выборе упаковки. На этом принципе базируется определение градаций качества, выявление дефектов и прогнозирование сохраняемости товаров.

Основные категории товароведения:

- 1) товар;
- 2) его потребительские свойства – совокупность характеристик, удовлетворяющих те или иные потребности человека, и проявляющиеся при потреблении товара (эффект от потребления);
- 3) информация о товаре (маркировка, реклама, рекомендации по применению и др.).



В соответствии с международным стандартом ИСО 8402

- под качеством продукции (услуги) понимают совокупность свойств и характеристик продукции (услуги), которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности».
- Продукты питания характеризуются свойствами, проявляющимися как при производстве так и при их потреблении.

Показатели качества

- могут быть единичными, т.е. определяющими одно свойство продукции (*например, содержание влаги, жира, углеводов*) и
- комплексными, характеризующими два и более свойств продукции (*например, внешний вид плодов и овощей объединяет несколько свойств – степень зрелости, окраску, форму, размеры, наличие повреждений и др.*).
- Для количественной оценки качества продукта используют определяющий и интегральный показатели качества.

Определяющий показатель качества

- Под определяющим понимают показатель, по которому оценивают качество продукции. Им пользуются при балльной оценке качества продукции.
- При оценке качества продукции устанавливают уровень ее качества, который представляет собой относительную характеристику, основанную на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей.

Интегральный показатель качества

- продукции определяют отношением суммарного эффекта от эксплуатации или потребления продукции к ее суммарным затратам на ее создание, эксплуатацию или потребление.
- Для пищевых продуктов этот показатель определить непросто, так как не всегда количественно можно измерить полезный эффект при их потреблении.

Базовый и регламентированный показатели качества

- Под базовым показателем качества продукции понимают значение показателя продукции, которое принимают за основу (эталон) при сравнительной оценке.
- Относительное значение показателя качества – это отношение значения показателя качества оцениваемой продукции к базовому значению этого показателя.
- Нормативная документация устанавливает также регламентированные показатели качества. Например, содержание сахарозы в сахаре-песке должно быть не менее 99,75 %.

Группы показателей качества

- Показатели качества пищевых продуктов можно условно объединить в следующие группы:
- показатели назначения,
- сохраняемости (надежности в потреблении),
- эстетические,
- транспортабельности,
- экологические,
- безопасности в потреблении.

Показатели назначения

- характеризуют свойства продукции, определяющие ее основные функции и обуславливающие область применения.
- К ним относят органолептические (внешний вид, вкус, запах, цвет, консистенция) и
- физико-химические показатели (содержание сухих веществ, сахаров, белков, жира, кислотность, содержание солей тяжелых металлов и др.),
- фасовку,
- упаковку, маркировку (вид упаковочных материалов, фасовки и упаковки).

Показатели сохраняемости

- характеризуют способность продукта сохранять качество в течение определенного времени при условии соблюдения оптимальных режимов хранения.
- Сроки хранения товаров определены соответствующей нормативно-технической документацией.

Эстетические показатели качества

- характеризуют информационную выразительность изделия, рациональность форм, стабильность товарного вида, тщательность отделки изделия, четкость исполнения фирменных знаков, упаковки и т.д.



Показатели транспортабельности

- характеризуют способность пищевых продуктов сохранять потребительские свойства при перевозках.

Экологические показатели

- характеризуют степень воздействия вредных веществ, возникающих при хранении, транспортировании или потреблении товаров, на окружающую среду.



Показатели безопасности

- характеризуют особенности продукта, которые обеспечивают его безвредность и безопасность для человека при потреблении.
- Например, ограничение солей тяжелых металлов в пищевых продуктах и т.д.

Основные задачи современного товароведения

- - изучение потребительских свойств и качества товаров (см. ниже);
- - изучение факторов, влияющих на формирование качества товаров (сырье, технологические процессы производства);
- - проведение оценки, контроля, сертификации качества, а также диагностики дефектов товаров;
- - изучение процессов, происходящих при хранении, транспортировании и реализации продовольственных товаров и нахождение оптимальных условий для максимального сохранения качества и сокращения потерь;
- - изучение ассортимента товаров, активное воздействие на его улучшение и расширение, формирование покупательского спроса;
- - изучение товаров с новыми потребительскими свойствами, появляющимися вследствие изменения состава сырья и технологий производства;
- - разработка современных методов исследования различных характеристик товаров, используемых для их идентификации и экспертизы;
- - участие в обновлении фонда нормативной документации.