

Продукция



Товар

# Лекция 1

## Введение в теоретические основы товароведения

### План лекции

1. Основные понятия
2. Предмет и задачи товароведения
3. Принципы товароведения

# Рекомендуемая литература

## *Основные источники:*

- ЭБС Znanium.com Товароведение продовольственных товаров: Учебное пособие / Н.В. Коник. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 416 с.
- ЭБС Znanium.com Товароведение непродовольственных товаров: Учебное пособие / Голубенко О.А., Новопавловская В.П., Носова Т.С. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 336 с.

## *Дополнительные источники:*

- ЭБС Znanium.com Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров [Электронный ресурс] : Словарь-справочник / Под общ. ред. д. т. н., проф. С. А. Вилковой. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 264 с.



**ПОНЯТИЯ:**

**ПРОДУКЦИЯ, ТОВАР,  
ТОВАРОВЕДЕНИЕ**

# Продукция

- материальный и нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных или потенциальных потребностей.
- Следовательно, продукции присущи две основные особенности: во-первых, она должна быть произведена, а во-вторых, должна удовлетворять чьи-то потребности (должна быть кому-то нужна).

# Продукция → товар

- Продукция становится товаром, когда она является объектом купли-продажи, т.е. коммерческой деятельности.
- *Выращенные садовые или собранные дикорастущие плоды, использованные для целей личного потребления, – продукция, а не товар, и только на рынке они превращаются в готовый товар.*

# Товар

- это объект купли-продажи и средство удовлетворения потребностей потребителей.
- К товарам относятся не только материальная продукция, но и нематериальная (услуги, информация, ценные бумаги, деньги, продукция интеллектуального труда и т.д.).
- Товар выступает как один из основных объектов коммерческой деятельности.

Товар есть вещественный продукт, вещь, которая благодаря своим свойствам удовлетворяет какие-либо человеческие потребности.



К.Маркс, Капитал, т.1

**Товар – все то, что может удовлетворять потребности и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения и использования или потребления.**

Современный маркетинг

**Товар обладает стоимостью и потребительской стоимостью.**



**Стоимость** – абстрактный труд, затраченный на производство, реализацию и эксплуатацию товара.

**Товар** – это материальная продукция, предназначенная для купли-продажи. Является одним из объектов коммерческой деятельности, обладает определенными потребительскими свойствами. Товар является объектом товароведения.

**Потребительная стоимость** – полезность вещи, ее способность удовлетворять потребности.

# Товароведение

- наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительские стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик. То есть, можно сказать, что товароведение – **знание о товарах.**
  - *Эти знания необходимы как экономистам, бухгалтерам, менеджерам, экспертам, коммерсантам, так и покупателям.*



# ПРЕДМЕТ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

# Предметом товароведения

- являются потребительные стоимости товаров, то есть способность удовлетворять какую-либо конкретную человеческую потребность.
- Если потребительная стоимость товара не отвечает реальным запросам потребителей, то он не будет востребован, а следовательно, не будет использован по назначению.

- Предметом товароведения является как единичная потребительная стоимость, удовлетворяющая потребности отдельного человека и/или семьи и характеризуемая в товароведении через категорию "качество", так и совокупно-общественная потребительная стоимость, призванная удовлетворять потребности специальных групп и характеризуемая через категорию "ассортимент".

# Товароведение состоит из общей и специальной частей

## Общие теоретические вопросы:

- Определение категорий товароведения
- Разработка и совершенствование классификации товаров
- Установление требований к товарам
- Разработка перечня потребительских свойств
- Оценка факторов, влияющих на сохранение качества товаров
- Определение показателей качества товаров, и факторов, влияющих на качество

## Общие теоретические вопросы:

- Оценка конкурентоспособности товаров
- Выбор нормативов показателей качества
- Определение сроков, способов и условий хранения, потребления и транспортировки товаров
- Изучение проблем формирования оптимального ассортимента товаров
- Улучшение способов выявления фальсифицированного товара
- Правила и порядок сертификации товаров

**Цель товароведения – изучение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительную стоимость, а также их изменений на всех этапах товародвижения.**

- **Для достижения этой цели товароведение должно решать следующие задачи:**
- **определение основополагающих характеристик, составляющих потребительную стоимость;**
- **установление принципов и методов товароведения, обуславливающих его научные основы;**

# Задачи товароведения (продолжение)

- систематизация множества товаров путем рационального применения методов классификации и кодирования;
- изучение свойств и показателей ассортимента;
- определение номенклатуры потребительских свойств и показателей товаров;
- оценка качества товаров;
- выявление градаций качества и дефектов товаров, причин их возникновения и мер по предупреждению;
- определение количественных характеристик единичных товаров и товарных партий;

# Задачи товароведения (продолжение)

- обеспечение количества и качества товаров на разных этапах их технологического цикла путем учета формирующих и регулирования сохраняющих факторов;
- установление видов товарных потерь, причин их возникновения и разработка мер по их предупреждению или снижению;
- информационное обеспечение товародвижения от изготовителя до потребителя;
- товароведная характеристика конкретных товаров.

Товароведение как научная дисциплина призвана активно участвовать в управлении качеством и ассортиментом товаров на всех стадиях жизненного цикла:





# ПРИНЦИПЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

# Любая наука базируется на определенных принципах

- Принципами товароведения являются:
- безопасность,
- эффективность,
- совместимость,
- взаимозаменяемость и
- систематизация.

# Безопасность

- заключается в отсутствии недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения товаром, (услугой, процессом) ущерба жизни, здоровью и имуществу людей.
- Это один из обязательных потребительских свойств товара, которое рассматривается как риск или ущерб для потребителя, ограниченный допустимым уровнем.
- Товар должен обладать безопасностью для всех субъектов коммерческой деятельности.
  - В то же время в товароведении принцип безопасности для товаров и окружающей среды должен соблюдаться и в отношении процессов упаковывания, транспортировки, хранения, предреализационной подготовки к продаже. Безопасными должны быть упаковка, окружающая среда и др.

# Эффективность

- принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, реализации и потреблении (эксплуатации) товаров.
  - *Этот принцип имеет большое значение при формировании ассортимента, а также обеспечении качества и количества товаров на различных 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 определяются количеством сохраненных товаров надлежащего качества и затратами на эти процессы.*

# 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 сложно-технических и других товаров – неременное условие сохранения их качества у потребителя.

# 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 это позволяет удовлетворять аналогичных потребности различными товарами. Чем ближе характеристики отдельных товаров, тем больше они пригодны к взаимозаменяемому использованию.
  - *Способность товара или отдельных комплектующих его изделий быть использованными вместо другого для выполнения тех же требований играет важную роль при формировании ассортимента взаимозаменяемых товаров.*

# Систематизация

- принцип, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов или услуг.
  - *Принцип систематизации положен в основу группы методов, в состав которых входят идентификация, классификация, обобщение и кодирование.*
- Системный подход к управлению товародвижением, базирующийся на принципе систематизации, означает, что *каждая система является интегрированным целым, даже если она состоит из отдельных подсистем.*
  - *Системный подход позволяет увидеть товар, его товароведные характеристики, процессы по обеспечению качества и количества как комплекс взаимосвязанных подсистем, объединенных общей целью, раскрыть его основные свойства, внутренние и внешние связи.*

# 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.
  - *Этот принцип играет решающую роль в 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.*



**БЛАГОДАРЮ ЗА  
ВНИМАНИЕ**