

І. В. СИРОХМАН

**ТОВАРОЗНАВСТВО
ПРОДОВОЛЬЧИХ
ТОВАРІВ**

ПІДРУЧНИК



ТОВАРОЗНАВСТВО

ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ
«БАКАЛАВР» ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ 076
«ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА
ДІЯЛЬНІСТЬ» ТА 075 «МАРКЕТИНГ»



ЛЕКЦІЯ 1.

Теоретичні основи товарознавства

- 1.1. Сутність, мета та значення товарознавства
- 1.2. Класифікація товарів, якість і стандартизація продукції

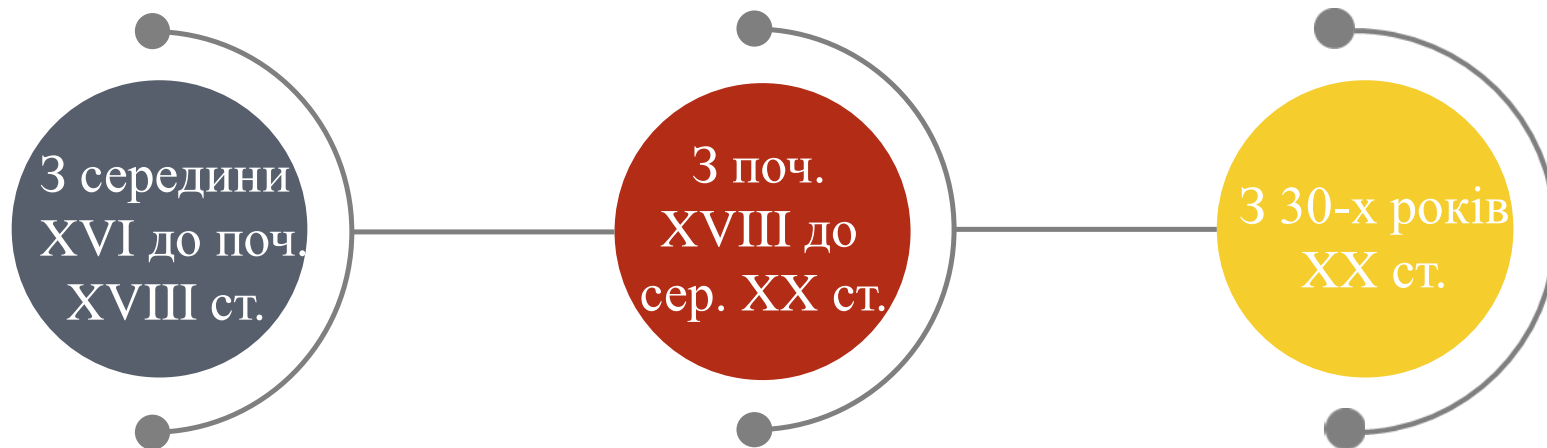


1.1. Сутність, мета та значення товарознавства

Товар – це продукт праці, здатний задовольнити будьяку людську потребу і призначений для обміну.



ЕТАПИ РОЗВИТКУ ТОВАРОЗНАВСТВА



Товарознавчо-описовий етап

Складання посібників з описом призначення, властивостей і методів споживання товарів

Товарознавчо-технологічний етап

Дослідження чинників, які формують і зберігають якість товару.
Формування ознак наукової дисципліни

Товарознавчо-формуючий етап

Виокремлення Товарознавства в самостіну дисципліну



1 етап. Товарознавчо-описовий

тривав з середини XVI ст. до початку XVIII ст.

Представник: М. Себіціус

1549 р. – заснована перша кафедра товарознавства в Падуанському університеті

1575 р. - видана «Торгова книга» з описом товарів

1630 р. – Себіціус видав книгу з детальним описом прянощів, способів приготування вин, хліба, сиру

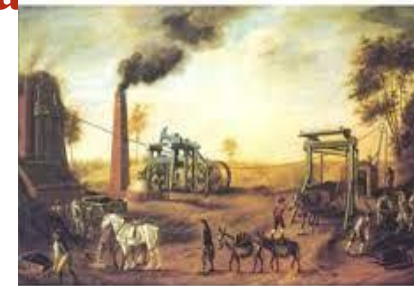


2 етап. Товарознавчо-технологічний

тривав з початку XVIII ст. до середини XX ст.

Представник: **Карл Гюнтер Людовіца**

- Збігся з періодом розвиненого промислового виробництва
- Відбувся перехід від опису товарів до дослідження впливу чинників на якість товару
- **1752-1756 р.** – опублікована 5-томник Карла Гюнтера Людовіци «Основи повної торгової системи», присвяченій основам товарознавства як окремої галузі знань.

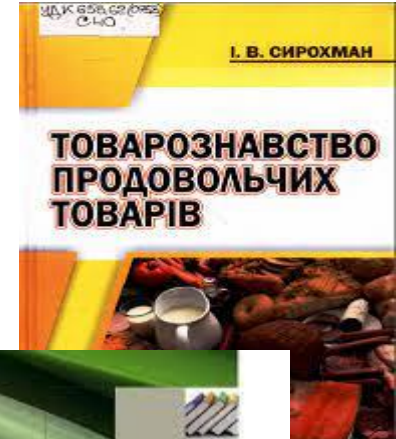


3 етап. Товарознавчо-формуючий

триває з 30-х років ХХ ст.

Представники: М.С. Бродський, Г. Грундке, Г.Р. КореК

- Товарознавство оформлюється в самостійну дисципліну
- Виокремлюються «Товарознавство продовольчих товарів» і «Товарознавство непродовольчих товарів»
- Розроблено стандарти та технічні умови визначення якості товарів



ТОВАРОЗНАВСТВО

ТОВАР

ЗНАННЯ



Призначений для обміну
продукт праці,
що має споживну
вартість

Обізнаність у чому-небудь,
наявність відомостей про
кого-, що-небудь.



- **Споживна властивість товару** – властивість товару, яка обумовлює його корисність і здатність задовольняти потреби споживачів і проявляється у процесі споживання.

Для продовольчих товарів:

- Фізіологічна цінність
- Засвоюваність
- Доброякісність



Для непродовольчих товарів:

- Призначення
- Надійність
- Ергономічність
- Естетичність
- Екологічність



Одне з перших визначень товарознавства дане І. Вавіловим в «Довідковому комерційному словнику»:



“...Товарознавство - наука, що навчає мати точні і повні відомості про товари, їх сорти, місця походження і збуту, засоби до покупки і продажу, способах перевезення і зберігання”.



Значення терміну “товарознавство”:



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



Товарознавство – це сукупність знань про товар як предмет торгівлі, про його властивості, сорти, споживне значення.



1.2. Класифікація товарів, якість і стандартизація продукції

Класифікація товарів за призначенням:



Товари, що використовуються споживачами для особистого споживання

Споживчі



Товари, що використовуються для виробництва інших товарів

Промислового призначення



Товари, що використовуються ждя покращення організації адміністративно-управлінської діяльності

Оргтехнічні



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



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

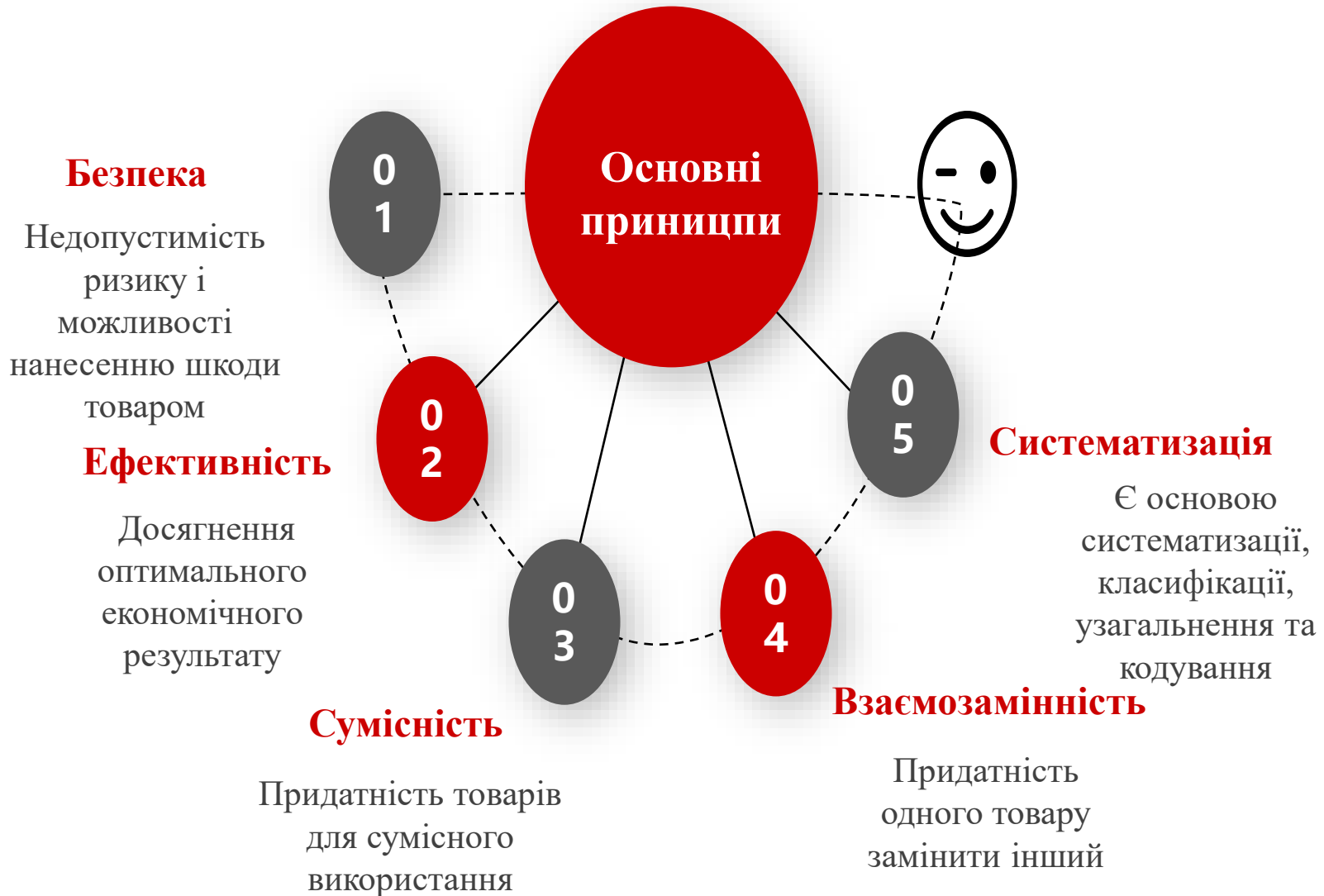
З розвитком людського суспільства товари зазнають зміни:

- => перестають використовуватися (моральне старіння) і поступово зникають з товарообігу;
- => видозмінюються: форма, функції, що виконуються, матеріал, з якого виготовляють;
- => з'являються нові товари.

Приклади: телефон, відеомагнітофон, друкальська машинка



ПРИНЦИПИ ТОВАРОЗНАВСТВА



КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ

Класифікація – це послідовний розподіл великої кількості об'єктів на окремі класи, групи та інші підрозділи й угруповання за найбільш загальними для кожного рівня ознаками.

Класифікація товарів повинна відповідати вимогам:

- гарантувати повноту охоплення всіх видів продукції, що виробляється;
- мати певну гнучкість щоб до переліку продукції можна було за необхідності включати нові найменування товарів;
- сприяти дослідженню якості товарів та їх споживчої цінності;
- сприяти принципам кодування товарів та утворенню короткого шифру товару.



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

○ **Експлуатація товару** – використання споживачем непродовольчих товарів за призначенням згідно з правилами експлуатації.



За призначенням усі товари поділяють на 3

РОДИ:

- **споживчі товари** - це товари, що використовуються споживачами для особистого споживання;
- **товари промислового призначення** - це товари, що використовуються для виробництва інших товарів, створюючи їхню сировинну та технологічну забезпеченість;
- **оргтехнічні товари** - це товари, що використовуються для покращання організації адміністративно-управлінської діяльності.



Кожен рід товарів поділяють на класи.

Клас товарів – це безліч товарів, що задовольняють узагальнені групи потреб. Це сукупність товарів, що задовольняють потреби узагальнених груп споживачів.



Рід споживчих товарів поділяють на 3 КЛАСИ:

- продовольчі
- не продовольчі
- медичні товари.

Всі продовольчі товари залежно від особливостей походження, виробництва та якості поділяють на *види, різновиди і сорти*.



Загальна класифікація продовольчих ресурсів

Клас: продовольчі товари або харчові продукти	
Підкласи	Групи однорідних товарів
Рослинного походження	Зерноборошняні вироби Плодоовочеві Кондитерські вироби Рослинні олії
Тваринного походження	Харчові тваринні жири Молоко і молочні продукти М'ясо та м'ясні продукти Риба і рибні товари



Підклас товарів - це сукупність товарів, що задовольняють аналогічні групи потреб, але мають певні відмінності.

Приклади:

підклас «Продовольчі товари
рослинного походження»



підклас «Господарські товари»



Група товарів – це сукупність товарів, що задовольняють більш специфічні групи потреб, що обумовлено особливостями сировини, матеріалів, конструкцій.

Приклад: "Продовольчі товари рослинного походження" поділяють на групи: плодоовочеві, зерноборошняні товари, рослинні жири ...



Приклад: “Непродовольчі товари” поділяють на такі групи:

- ✓ вироби з пластичних мас
- ✓ будівельні товари
- ✓ меблеві товари
- ✓ керамічні вироби
- ✓ вироби зі скла
- ✓ металево-господарські товари
- ✓ електротовари
- ✓ побутові електромашини і прилади.....



Підгрупа товарів – це підмножина товарів, що мають з групою основне призначення, але відрізняються від товарів інших підгруп тільки їм властивими ознаками.

Приклад: у групі зерноборошняні товари є підгрупи: "Хліб" і "Булочні вироби", що відрізняються компонентами рецептурного набору



Вид товарів - це сукупність товарів, що відрізняються індивідуальним призначенням і ідентифікаційними ознаками. Вид товару можна розпізнавати за зовнішнім виглядом, а вид харчових продуктів - додатково за смаком, запахом, консистенцією.

Приклади: види молочних товарів - молоко, вершки, кефір.

Види булочних виробів – батони, булки, булочки, калачі, плетеники



Вид може поділятися на різновиди, а різновиди - на *артикули*.

Різнovid товарів – це сукупність товарів одного виду, що відрізняються рядом особових ознак.

Приклади: різновиди хлібу - із житнього борошна, із пшеничного борошна.....

різновиди соняшникової олії – нерафінована, рафінована, виморожена.....



Торговий асортимент товарів – набір товарних груп, підгруп, які об'єднують за певною споживчою або товарною ознакою, які перебувають у сфері обігу.

Структура асортименту товарів – кількісне співвідношення груп, підгруп, видів та різновидів товарів у номенклатурі конкретного суб'єкта ринку.

Оптимальний асортимент – це сукупність товарів, які задовольняють реальні потреби з максимально корисним ефектом для споживача і мінімальними вимогами на їх проектування, обробку,



Артикул товару – умовна позначка, яку присвоюють товару для відображення особливостей та відмінності від іншого аналогічного виду товару.

Кодування товарів – присвоювання товарам умовних позначень у вигляді цифрового, штрихового коду з метою їх ідентифікації.

ULMART.RU Москва +7 495 287-42-41 Круглосуточно

Каталог товаров

Смартфоны, мобильные телефоны

Смартфоны и гаджеты → Смартфоны, мобильные телефоны → Смартфоны → Смартфоны

Смартфон Prestigio Muze K5 LTE PSP5

Смартфон Prestigio Muze K5 LTE PSP509 DUO Black 5"(HD) IPS, quad core CPU, 8 Гб, 1024

Арт. 4122105 Оценка покупателей ★★★★★ 38 отзывов

Выберите цвет Белый



Штриховий код товару – комбінація послідовно розташованих паралельних штрихів та проміжків між ними, розміри та розташування яких встановлені певними правилами, і призначена для автоматизованої ідентифікації товару.

Важливо!!!

Штриховий код не класифікує товар, а ідентифікує його так, щоб будь-який інший товар, що реалізується на міжнародному ринку, не міг мати такий же код.



Штрих-код і як його розуміти

Країна	Код	Країна	Код
Австралія	93	Словаччина	859
Австрія	90, 91	США і Канада	00-09
Бельгія та Люксембург	54	Туреччина	869
Велика Британія	50	Угорщина	599
Греція	520	Україна	482
Ізраїль	729	Фінляндія	64
Іспанія	84	Франція	30-37
Італія	80-83	ФРН	400-440
Китай	690-691	Чехія	858
Росія	460	Швеція	73
Сінгапур	888	Японія	45, 49



Якість - це сукупність властивостей товарів, що зумовлюють їхню придатність задовольняти певні потреби людини.

Якісну характеристику однієї або декількох властивостей продовольчих товарів називають **показниками якості**.



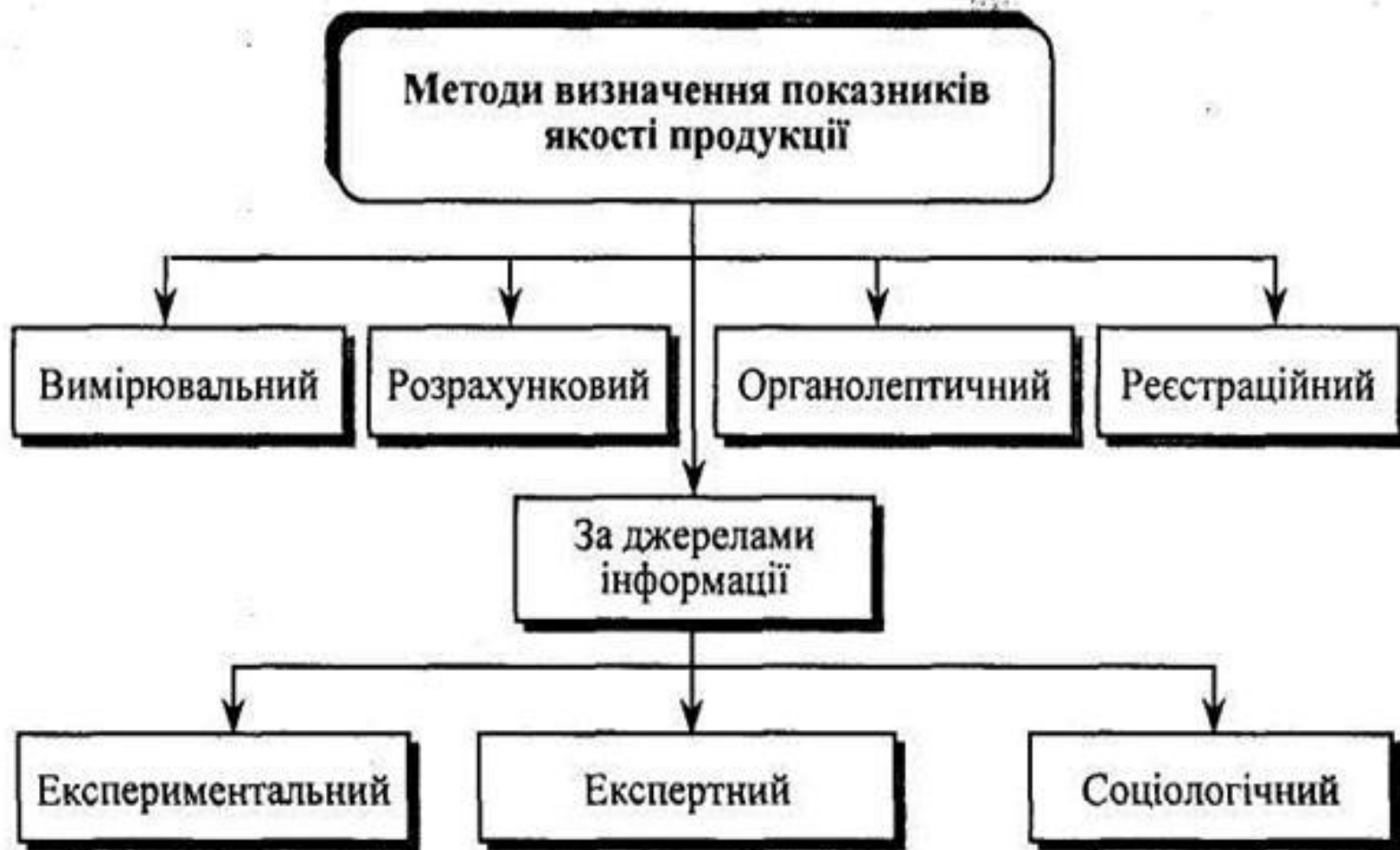


Рис. 12.2. Класифікація методів визначення показників якості продукції

Вимірювальний метод ґрунтується на використанні інформації, яку отримують за допомогою технічних вимірювальних засобів – найбільш поширений метод.

За допомогою **вимірювальних методів** установлюють такі показники, як маса, розмір, оптична щільність, склад, структура та ін.



Розрахунковий метод полягає в обчисленні якості на основі одиничних показників.

При розрахунковому методі показники якості продукції визначають за допомогою розрахунків з використанням значень параметрів, одержаних іншими методами.



Органолептичний метод ґрунтується на використанні інформації, яку отримують в результаті аналізу відчуттів, сприйнятих органами чуття — зору, слуху, нюху, дотику і смаку.

ОРГАНИ ЧУТТЯ ТА ОРГАНОЛЕПТИЧНІ ПОКАЗНИКИ

Орган слуху



- хрумкість
- ситучість

Орган нюху



- запах
- аромат
- букет
- флейвор

Орган смаку



- смак
- флейвор
- соковитість
- однорідність
- консистенція
- терпкість
- текстура.



Реєстраційний – ґрунтується на використанні інформації, яку отримують шляхом підрахунку кількості подій, предметів або витрат на створення, експлуатацію продукції, кількість частин складного виробу (стандартних, уніфікованих, захищених авторськими свідоцтвами тощо).

Цим методом визначають показники уніфікації, патентно-правові тощо.



Таблиця. Органолептичні показники квіткового і падевого меду

Показники	Характеристика меду	
	<i>квіткового</i>	<i>падевого</i>
Колір	Від білого до коричневого, обов'язково з легкою опалесцинією. Переважають світлі тони за винятком гречаного, верескового, каштанового	Від світло-буристого (хвойних дерев) до темно-бурого (з листяних)
Аромат	Природний, що відповідає ботанічному походженню, приємний, ніжний, «медовий» від слабкого до сильно вираженого, особливо у монофлорних медів (буркуновий, акацієвий, яблуневий тощо)	Менш виражений
Смак	Солодкий, супроводжується кислуватістю та терпкістю, приємний, без сторонніх присмаків. Каштановому і тютюновому власна гіркота	Солодкий, менш приємний, іноді з гіркуватим присмаком
Консистенція	Сироподібна, у процесі кристалізації тягуча, після жовтня, листопада — щільна. Розшарування не допускається.	
Кристалізація	Від дрібнозернистої до великозернистої	

Експериментальний (традиційний) метод -
базується на застосуванні технічних засобів і дає
можливість **найоб'єктивніше оцінити якість**
продукції



Експертний метод - це метод вирішення завдань, заснований на використанні узагальненого досвіду і інтуїції фахівців-експертів.

Експерт - це фахівець, компетентний у вирішенні даного завдання (від латинського слова "*expertus*" - досвідчений). Експерт повинен бути неупередженим і об'єктивним при оцінюванні об'єкта дослідження.



Соціологічний метод передбачає визначення показників якості продукції, що здійснюється на основі збору і аналізу думок фактичних і можливих споживачів.

Збір думок споживачів проводять опитуванням або за допомогою розповсюдження спеціальних анкет, проведення конференцій, нарад, виставок, дегустацій.



Контроль якості – це діяльність, яка включає проведення вимірів, експертизи, випробування або оцінювання однієї чи декількох характеристик товару та порівняння отриманих результатів зі встановленими вимогами для визначення, чи досягнуто відповідальності за кожною з характеристик.



У підвищенні якості продукції особливо важливу роль відіграють її стандартизація і сертифікація.

В нашій країні правові та організаційні засади стандартизації регулюються Законом України «Про стандартизацію» (травень 2001 р.).



Стандарт - це документ, що встановлює для загального і багаторазового застосування правила, загальні принципи або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, з метою досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній галузі, та розроблений у встановленому порядку на основі консенсусу (загальної згоди).

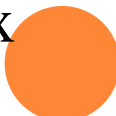


Органи стандартизації в Україні.

- **Державний комітет України з стандартизації, метрології та сертифікації (Держстандарт України)** є національним органом зі стандартизації, створює державну систему стандартизації в країні і керує всіма роботами з стандартизації, метрології та сертифікації.
- **Український науково-дослідний інститут стандартизації, сертифікації та інформатики (УкрНДІССІ)**. Він виконує експертизу стандартів перед їх затвердженням, проводить порівняльний аналіз рівня стандартизації в Україні і зарубіжних країнах



Органи стандартизації в Україні.

- ✓ **Державний науково-дослідний інститут “Система” (ДНДІ “Система”)** – розробляє основоположні стандарти.
 - ✓ **Український державний науково-виробничий центр стандартизації, метрології та сертифікації (УкрЦСМ).** Центр здійснює реєстрацію стандартів та іншої нормативної документації з стандартизації державного і галузевого значення, підготовку кадрів, підвищення їх кваліфікації та видання нормативних документів зі стандартизації.
 - ✓ **Український навчально-науковий центр зі стандартизації, метрології та якості продукції.** Проводить підготовку кадрів і підвищує їх кваліфікацію.
- 

Державний нагляд за додержанням стандартів

Держнагляд здійснює Держстандарт України, його територіальні органи – центри стандартизації, метрології і сертифікації, а також інші спеціально уповноважені на це органи відповідно до чинного законодавства.

Основним завданням є захист прав споживачів, інтересів держави та підприємств, сприяння запобіганню порушень законів України та положень нормативних документів, які містять обов'язкові умови до об'єктів стандартизації, передусім до безпеки, якості продукції, охорони праці та навколишнього середовища.



Захист прав споживачів – це складова частина захисту прав людини.

Відповідно до **Закону України «Про захист прав споживачів»**, споживачі мають право на

- 1) державний захист своїх прав;
- 2) належну якість продукції та обслуговування;
- 3) безпеку продукції;
- 4) необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);



5) відшкодування шкоди, завданої дефектною чи фальсифікованою продукцією або продукцією неналежної якості, а також майнової та моральної (немайнової) шкоди, заподіяної небезпечною продукцією у випадках, передбачених законодавством;

б) звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав;

7) об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).



В 1983 році день **15 березня** був закріплений в міжнародному календарі як **Всесвітній день захисту прав споживачів**.

15 березня 1962 року, коли президент США Джон Кеннеді виступаючи із зверненням до Конгресу та об'єднань споживачів вперше проголосив права споживачів- на безпеку, на інформацію, на вибір, бути почутим.





Дякую за увагу!

