

Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Презентация специальности

Команда ККИ «Оптимисты-2»

ВАЖНОСТЬ ПРОФЕССИИ ТОВАРОВЕДА

Товароведение - научная дисциплина, изучающая потребительские свойства товаров; их классификацию и кодирование; стандартизацию; факторы, обуславливающие качество товаров, контроль и оценку его; закономерности формирования ассортимента товаров и его структуру; условия сохранения качества товаров при их транспортировке, в потреблении и эксплуатации.

Важность профессии товароведа неоспорима, и если товаровед обязанности свои знает и выполняет, то он всегда будет нужен любому предприятию как специалист, который разбирается в продукции и может отличить качественный товар от подделки.

ВАЖНОСТЬ ПРОФЕССИИ ТОВАРОВЕДА



Товаровед – это хорошая и перспективная профессия, на которой возможен достойный карьерный рост, если сотрудник действительно обладает теми необходимыми качествами для такой работы. В двух словах, основные обязанности товароведа – следить за соответствием товара установленным нормам, вести учёт доходов и расходов ценностей, вести поиск не поступившей продукции и осуществлять контакты с контрагентами.

ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ ТОВАРОВЕДА

- устанавливать необходимый уровень качества продукции;
- проверять наличие у товара тех характеристик, на которые заключалась сделка;
- вносить свои предложения при составлении плана закупок;
- принимать активное участие в формировании плана производства;
- контролировать выполнение условий договоров, а также взятых поставщиками и заказчиками обязательств по продаже либо покупке товара или сырья;
- составлять жалобные письма на некачественных поставщиков, а также отвечать на жалобы заказчиков;
- следить за расходом сырья и уровнем загруженности продукцией;
- способствовать налаживанию деловых контактов с производителями и заказчиками;
- участвовать в составлении правил и требований по организации работы предприятия в сфере продажи продукции, транспортировке сырья, контроля качества и т. д.;
- вести учёт прихода и расхода всех вверенных ресурсов;
- производить поиск потерянной продукции;
- в обязанности товароведа также входит и проведение инвентаризации товара;
- заниматься вопросами анализа накопления на складах излишков продукции и сырья, искать пути их реализации;
- осуществлять контроль подготовки товаров к отправке заказчикам и оформлять соответствующие документы;
- составлять другую отчетность, связанную с доверенным участком работы.

ОБЯЗАННОСТИ ТОВАРОВЕДА В НЕБОЛЬШИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ



Если говорить об этой профессии на уровне небольшого торгового предприятия, то можно выделить такие должностные обязанности товароведа в магазине:

- подготовка и оформление заказов на продукцию;
- помощь в составлении актов контрагентов;
- приём товаров от поставщика, контроль качества и сроков поставки, проверка сопроводительных документов;
- организация инвентаризации, а также учёт материально-товарных ресурсов;
- в определённые сроки сверять базы данных магазина со связанными офисами;
- выполнение сопутствующих и смежных функций в случаях отсутствия сотрудников магазина.

В данном варианте обязанности товароведа в продуктовом магазине имеют более узкий перечень, но основные аспекты работы всё же сохранены.

ИСТОРИЯ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

Необходимость в постановке товароведения на научную основу возникает в эпоху Великих географических открытий. Родиной современного товароведения является Италия, чьи средневековые города-республики принимают на себя функции основного торгового посредника между Европой и Востоком. Уже в 1549 году в Падуанском университете открывается кафедра товароведения растительных и животных фармацевтических материалов.

К концу XIX века в товароведение вторгается новая тематика — изучение спроса, затем разработка рекламы и других форм продвижения товара на рынок вплоть до агрессивных, использующих психологические особенности человека для оказания на него давления с целью заставить сделать его выбор в пользу конкретного товара. Последние методы прямого отношения к товароведению не имеют, и потому эта тематика вскоре концентрируется в рамках новой прикладной экономической дисциплины — маркетинга. Между товароведением и маркетингом налицо значительное пересечение в области предмета. Принципиальное же различие между ними — в исходной точке исследования. Товароведение исходит из товара, помогая доставить его в сохранности до покупателя, дать покупателю объективную информацию о товаре и т. п., то есть удовлетворить потребности покупателя и избавить продавца от излишних потерь. Маркетинг же исходит не из товара, а из необходимости найти платёжеспособного потребителя, который готов купить товар, причём в момент, наиболее удобный для продавца в контексте решения главной его задачи — извлечения прибыли.

ПОЧЕМУ МЫ ВЫБИРАЕМ ПРОФЕССИЮ ТОВАРОВЕДЕНИЕ?

Эта профессия очень интересная, познавательная и позволяет погрузиться в мир исследований и экспериментов, а также помочь людям всегда и везде приобретать качественные, полезные для здоровья товары!



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!