Тема 1. Введение в товароведение

Предмет, цели и задачи товароведения

Товароведение – наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительные стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик или комплексная дисциплина, которая изучает потребительскую стоимость (способность товара удовлетворять реальные человеческие потребности).

Продукция – материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных и потенциальных потребностей.

Товар- продукция, предназначенная для купли-продажи.

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

Для достижения этой цели товароведение как наука и учебная дисциплина должно решать следующие задачи:

- четкое определение основополагающих характеристик;
- Изучение методов классификации и кодирования;
- управлением ассортиментом организации;

- определение номенклатуры потребительских товаров;
- оценка качества товаров, в том числе отечественных и импортных;
- выявление граций качества и дефектов товаров, причин их возникновения и мер по предупреждению реализации некачественных товаров;
- определение количественных характеристик единичных экземпляров товаров и товарных партий;
- обеспечение качества и количества 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.

Принципы товароведения

Принципами товароведения являются:

безопасность, эффективность, совместимость, взаимозаменяемость и систематизация.

- **Безопасность** - основополагающий принцип, который заключается в отсутствии недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения товаром или услугой или процессом ущерба жизни, здоровью и имуществу людей.
- **Эффективность** - принцип, заключается в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении (эксплуатации) товаров.

- **Совместимость** – принцип, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара.
- **Взаимозаменяемость** – принцип, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара, процесса или услуги в целях выполнения одних тех же требований.
- **Систематизация** – принцип, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов и услуг.

Состояние потребительского рынка России на современном этапе

В период становления рыночных отношений в России большое значение приобретает один из важнейших объектов этих отношений – товар. В число объектов, попадающих под определение «товар», входит большое количество различных видов продукции, например средства транспорта, оборудование и средства производства, основные виды сырьевых продуктов и т. д.

Все большее значение приобретают услуги, обладающие рядом признаков, которые дают возможность рассматривать и анализировать их при помощи тех же методических приемов, что и товары – материальные объекты.

Основные методы анализа и оценки потребительной стоимости товара рассматриваются через важнейшие категории, которыми оперирует товароведение – качество и ассортимент товара.

Эти методы анализа универсальны и применимы к любым товарам независимо от материальной природы. Знание этих методов необходимо всем работникам, занятым в сфере обращения товара, прежде всего в торговле, но эти знания могут применяться и в других областях деятельности: при проектировании и производстве товаров, в юридической области при защите прав потребителя и т.д.

Критериями современного состояния потребительского рынка могут служить:

- Состояние источников наполнения рынка товарами
- Соотношение спроса и предложения, которое определяет насыщенность рынка товарами, степень удовлетворения спроса.
- Качество товара

Перспективы развития потребительского рынка связаны:

- С мерами государственного регулирования сферы торговли путем поддержки отечественного производителя
- С мерами поддержки незащищенных слоев населения
- С созданием инфраструктуры торговли, конкурентной среды
- Проведение ярмарок
- Усиление контроля за качеством товаров
- Соблюдение правил торговли