

Міністерство науки і освіти України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин

та туристичного бізнесу

Кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу протокол № 1 від 28 серпня 2019 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішенням науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу протокол № 1 від 28 серпня 2019 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

На засіданні кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова протокол № 1 від 27 серпня 2019 р.

КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

З ДИСЦИПЛІНИ

«ТОВАРОЗНАВСТВО»

рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)
галузь знань 29 – Міжнародні відносини
спеціальність – 292-міжнародні економічні відносини
освітня програма Міжнародна логістика і митна справа
спеціалізація Міжнародна логістика і митна справа
вид дисципліни обов'язкова
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.е.н. Зайцева А.С.

Харків

Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретичні основи загального товарознавства

Тема 1. Теоретичні засади товарознавства.

Предмет, цілі та завдання товарознавства. Об'єкти та суб'єкти товарознавчої діяльності. Загальне уявлення про товарознавство, методи пізнання корисності товарів. Основні категорії товарознавства. Предмет, цілі та завдання товарознавства. Об'єкти та суб'єкти товарознавчої діяльності. Товарознавство як наукова дисципліна. Основні категорії товарознавства. Місце товарознавства в системі наукових знань, зв'язок товарознавства з іншими науками. Основні розділи та зміст товарознавства споживчих товарів. Принципи товарознавства: безпека, ефективність, сумісність, взаємозамінність, систематизація. Завдання сучасного товарознавства.

Тема 2. Методи товарознавства.

Класифікація методів. Теоретичні методи. Емпіричні методи. Практичні методи. Товарознавча класифікація товарів. Методи товарознавчих досліджень. Категорія "потреби". Споживчі блага як засоби задоволення потреб споживача. Поняття "корисності", виміри корисності. Матеріальна форма товарів. Споживчі та інвестиційні товари. Виробничі потреби, індивідуальні або особисті потреби. Характеристика потреб: безмежність, змінність, різноманітність. Класифікація потреб за рівнем розвитку, за значенням у відтворенні людини, за засобами задоволення, за нагальністю задоволення, за суб'єктами реалізації, за об'єктом спрямованості. Класифікація методів. Теоретичні методи. Емпіричні методи. Практичні методи. Класифікація як метод товарознавства. Кодування товарів. Класифікатори.

Тема 3. Асортимент товарів.

Класифікація асортименту товарів. Групи, підгрупи, види, різновиди асортименту споживчих товарів. Промисловий та торговий асортимент. Класифікаційні ознаки асортименту. Види асортименту. Показники асортименту. Категорія "асортимент". Основні поняття про асортимент. Властивості та показники асортименту товарів. Соціально-економічне значення товарного асортименту. Оптимальний асортимент товарів. Групи, підгрупи, види, різновиди асортименту споживчих товарів. Промисловий та торговий асортимент. Класифікація асортименту товарів. Класифікаційні ознаки асортименту. Види асортименту: простий, складний, груповий, розгорнутий, змішаний, раціональний, оптимальний. Показники асортименту: широта, глибина, повнота, структура, раціональність, гармонійність.

Асортиментна концепція й принципи формування сучасного асортименту товарів. Фактори формування асортименту товарів. Основні напрямки формування асортименту: скорочення, розширення, стабілізація, оновлення, удосконалення.

Тема 4. Якість товарів. Оцінка якості товарів

Категорія "якість". Зв'язок якості продукції з споживчою корисністю. Технічний рівень виробів. Суспільна сутність категорії "якість". Методи оцінки якості. Значення підвищення якості продукції. Рівень якості. Фактори, що визначають якість товарів. Класифікація показників якості.

Дефекти товарів. Категорія "якість". Зв'язок якості продукції зі споживчою корисністю. Технічний рівень виробів. Суспільна сутність категорії "якість". Методи оцінки якості. Значення підвищення якості продукції. Рівень якості. Абсолютний рівень якості. Відносний рівень якості. Оптимальний рівень якості. Фактори, що визначають якість товарів.

Класифікація показників якості: за кількістю властивостей, за характерними властивостями, за способами вираження, за методами аналізу, за характером застосування. Система загальних показників якості. Категорія "доброякісність". Сорти товарів.

Дефекти товарів. Види дефектів за походженням, за розмірами та місцем розміщення, за можливістю усунення. Бальна та органічна система визначення сорту виробів. Взаємозв'язок якості товару та конкурентоспроможності. Чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції. Методи оцінки конкурентоспроможності товару. Еталонні товари.

Тема 5. Фактори збереження якості товарів.

Товар прямує від виробника до кінцевого споживача. Для того, щоб споживач був задоволений товаром, необхідно зберегти певну якість. Дана тема присвячена збереженню якості товару, а саме вивченню певних факторів, котрі будуть сприяти збереженню якості. Упаковка товару, складування й транспортування. Зміна якості товарів під час зберігання. Процеси, що відбуваються в товарах при зберіганні: фізичні, фізико-хімічні, біохімічні, мікробіологічні. Фактори, що сприяють збереженню якості товарів – упаковка, маркування, товарна обробка, транспортування, реалізація товарів, післяпродажне обслуговування, споживання.

Показники збереженості товарів: вихід стандартної продукції, розмір втрат, терміни зберігання. Гарантійний термін зберігання товарів. Терміни придатності та експлуатації товарів. Класифікація товарів за термінами придатності. Умови зберігання товарів. Фактори, що викликають зміни якості товарів. Товарні втрати. Методи зберігання товарів. Тара та пакувальні матеріали.

Тема 6. Властивості та номенклатура товарів.

Властивість соціального призначення товару. Функціональні властивості товарів: показники досконалого виконання основної функції, показники універсальності, показники виконання додаткових функцій. Експлуатаційні властивості товарів: безвідмовність, довговічність, термін служби, ресурс, ремонтпридатність, збереження. Характеристика надійності товарів, які розраховані на триманий термін використання. Фактори, від яких залежить надійність виробів. Показники надійності товарів: безвідмовність, довговічність, ремонтпридатність. Ергономічні властивості товарів: гігієнічні, антропометричні, фізіологічні, психофізіологічні. Значення психологічних показників при визначенні відповідності продукції психологічним особливостям споживача. Естетичні властивості товарів: інформаційна виразність, раціональність форми, цілісність композиції, здатність виробів виражати соціально-культурну значущість, ступінь корисності і технічної досконалості. Екологічні показники товарів та їх відповідність стану навколишнього природного середовища. Властивості безпеки споживання товарів. Номенклатура споживчих властивостей товарів на основі врахування їх призначення та умови споживання, використання сучасних досягнень науки та техніки, врахування змін в структурі попиту і потреб населення з метою підвищення якості товарів.

Тема 7. Забезпечення товарних характеристик

Процес створення нового товару досить складний і багатогранний. Адже робота при виробництві нового товару та виведення його на ринки ґрунтується на цілому комплексі взаємопов'язаних науково-дослідних і проектно-конструкторських робіт, спрямованих на створення нової чи вдосконалення наявної продукції, впровадження інших змін (організаційних, технологічних, технічних, управлінських, мотиваційних, соціальних тощо), що сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності та ринковому

успіху. У даній темі розглянемо технологічний життєвий цикл товарів, різні його стадії; типи життєвих циклів.

Кожен товар має дуже значний спектр різних характеристик та властивостей. Всі разом вони формують його особливості, які проявляються під час виробництва та застосування товару й остаточно впливають на рішення споживача при здійсненні покупки. Тому розглянемо фактори формування товарних характеристик товарів.

Тема 8. Класифікація товарів (навчальна та торівельна). Методи класифікації

Дана тема присвячена науковій класифікації товарів. Для кожного рівня групи підрозділу є певна класифікація, без класифікації неможливий розвиток товарознавства і торгової практики. Класифікація також потрібна і для сертифікації продукції, статистичного аналізу, реалізації і використання продукції на макроекономічному, регіональному, і галузевому рівнях. Залежно від порядку класифікаційних угруповань використовують різні методи. Більш детально розглянемо у даній темі.

Розділ 2. Товарознавство у сфері міжнародного товарного обігу

Тема 9. Товарна політика на міжнародних споживчих ринках

Поняття товарна політика має ґрунтовний зміст і поширюється на всі аспекти товарної стратегії та тактики.

Товарна політика розглядає питання пов'язані із формуванням товарного асортименту, модифікацією існуючих виробів, зняття з виробництва застарілих, розроблення і запуск у виробництво нових товарів, забезпечення належного рівня їх якості та конкурентоспроможності. При цьому, надаючи важливого значення пакуванню товарів, використання штрих-коду, розробленню ефектної товарної марки та її офіційній реєстрації. А також виконує роботу по зміцненню позицій товару на ринку, організації якісного та надійного сервісу, гарантійного та постгарантійного обслуговування, умови доставки та утилізації тощо.

Товарна інноваційна політика. Важливу роль у товарній політиці відіграє управління асортиментом, головною метою якого є його оптимізація. У процесі оптимізації здійснюється вплив на основні характеристики асортименту: широта, насиченість, глибина та гармонійність.

Тема 10. Міжнародні засоби товарної інформації та маркування. Державні і міжнародні стандарти у товарознавстві.

Види і форми товарної інформації. Вимоги до товарної інформації. Маркування товарів. Види і форми товарної інформації. Вимоги до товарної інформації. Засоби товарної інформації. Інформація про товар. Основні функції інформації про споживчі властивості товарів, додаткові функції – економічна, соціальна, морально-виховна. Рівні інформаційних комунікацій.

Засоби товарної інформації: маркування, технологічна інформація, нормативна документація, довідкова, навчальна та наукова література, реклама та пропаганда. Форми товарної інформації: словесна, цифрова, зображувальна, символічна, штрихова.

Види інформації про товар: основоположна, комерційна, споживча. Вимоги до інформації про товар: достовірність, доступність, достатність. Маркування товарів. Загальні та специфічні вимоги до маркування товарів. Виробниче та торговельне маркування.

Інформаційні знаки: товарні знаки, знаки відповідності або якості, компонентні знаки, експлуатаційні знаки, попереджувальні знаки, екологічні знаки. Основоположні стандарти. Стандарти на продукцію, послуги. Стандарти на процеси. Стандарти на методи контролю.

Тема 11. Дефекти товарів та їх класифікаційні ознаки

У даній темі розглянуто ознаки, класифікаційні ознаки види дефектів товарів, які можуть виникати при виробництві, складуванні, транспортування товарів. Розглянуто види дефектів та методи їх виявлення. В даній темі приділено увагу розрахунку коефіцієнту дифективності.

Тема 12. Товарознавство та комерційна діяльність

Становлення ринкових відносин та формування сучасної економічної системи опиралося та і сьогодні тримається на товарно-грошових відносинах. Кожен товар чи послуга продаються та купуються, тобто здійснюється процес торгівлі, що в перекладі з латини значить комерція (commercium). Тому у рамках даної теми будуть подані наступні питання: Суть та зміст товарознавчої діяльності в сфері товарознавства. Фактори впливу на розвиток комерційної діяльності. Концепція комерційної діяльності. Організація управління комерційною діяльністю.

Тема 13. Товарознавча діяльність у сфері міжнародного обігу

Дана тема присвячена вивченню - товарознавчо-технологічному процесу (ідентифікація товарів, забезпечення товарами підприємств торгівлі, формування структури асортименту, забезпечення ефективності технології торговельних процесів); організаційний (організація торговельного підприємництва та комерційної діяльності, визначення відповідності якості товарів інформаційно-комунікативним методом (збір, обробка та аналіз інформації про чинники внутрішнього середовища торговельно-технологічного процесу, формування інформаційного середовища щодо якості товарів, товарної асортиментної структури, правового поля здійснення торговельно-технологічного процесу); просування товарів на міжнародні ринки.

Тема 14. Логістична концепція у товарознавчій діяльності

Переміщення товарів країнами світу неможливе без логістичного аспекту, то невідемними питаннями є формуванні та здійсненні ефективної логістичної діяльності в процесі просування товару до споживача; визначенні критеріїв формування товарного асортименту; ефективній реалізації цільових критеріїв товарної асортиментної структури; удосконаленні організації торгівлі та комерційної діяльності; визначенні відповідності товарів, тари, послуг вимогам законодавчих актів; здійсненні контролю за виконанням договорів, угод, контрактів, правил торгівлі та зберіганні товарів; здійсненні ефективного менеджменту підприємства та персоналу; оцінюванні впливу чинників зовнішнього середовища на функціонування торговельної організації; формуванні інформаційного середовища якості і безпечності товарів, товарної асортиментної структури, правового поля здійснення торговельно-технологічного процесу.

Тема 15. Проблеми та перспективи розвитку товарообігу на міжнародних ринках товарів та послуг

В умовах глобальної інтеграції економік різних країн світу, загострення пов'язаних з цим проблем споживчого ринку, зокрема продовольчої безпеки; посилення конкуренції між товаровиробниками особливого значення набувають дії по формуванню гарантій безпечності та якості товарів, захисту споживача та вітчизняного товаровиробника, оптимізації діяльності торговельних підприємств. Обговорення

сучасного стану і перспектив розвитку товарознавчої сфери в Україні та закордоном, ознайомлення з інноваціями у практичному та теоретичному товарознавстві, висвітлення результатів наукових досліджень у галузі товарознавства й торговельного підприємництва провідних вчених України та інших країн.

1. Закон України "Про стандартизацію" від 17 травня 2001 р. № 2408-III // Офіц. вісн. України. – 2017. – № 24. – С. 1–8.
2. Законодавчі акти зі страхування товару: <http://meget.kiev.ua/zakon/zakon-o-strahovanii/razdel-1/>
3. Закон України з товароруху по території України : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>
4. Закон України "Про охорону знаків товару та послуг" (Підзаконні акти). — 2015. — № 7, ст. 36) //Режим доступу: consumer.in.com
5. Закон України «Про затвердження Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень товарів»: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0705-98>