



MARKETING

МАРКЕТИНГ

УДК 620.2: 330.3

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ТОВАРОЗНАВСТВА

Вікторія Васюта; Валерія Пузак; Інна Лашко

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», Полтава, Україна*

Резюме. Досліджено основні напрямки розвитку товарознавства в сучасних умовах. В даний час на ринку значно збільшився обсяг споживчих товарів. Широта асортименту товарів, барвисте їх оформлення, різноманіття форм, наявність різних маркувальних позначень змусили фахівців торгівлі ретельніше вивчати споживчі властивості товару. Автори наголошують, що зі зміною економічно-соціальних умов деякі проблеми знову стають актуальними. Це спричиняє появу нових вимог до якості товарів, їх пакування, до ідентифікації для розкриття або попередження фальсифікації. Товарознавство в сучасних умовах повинно бути прикладною наукою, а не академічною. Визначено сутність товарознавства як науки, окреслено його основні цілі й завдання на сучасному етапі розвитку ринкової економіки. Товарознавство являє собою науку, яка систематично вивчає різні стадії життєвого циклу товарів, метод розуміння їх споживчої вартості, класифікації товарів, попит на виробництво, обіг і споживання. Саме товарознавство дає розуміння про усі ті зміни, які відбуваються в товарі на усіх етапах його руху, дозволяє прогнозувати його конкурентоспроможність. Товарознавство як наука про товар велику увагу приділяє питанню якості. За однаковим призначенням різні товари можуть по-різному задовольняти потреби споживачів. Саме тому важливим є вивчення споживчих характеристик товарів. Для визначення споживчих характеристик товарів необхідно використовувати товарну експертизу. Основною метою експертизи є отримання достовірної інформації про об'єкт. Важливим є процес ідентифікації товарів для виявлення або попередження фальсифікації. Ідентифікація товару є важливою дією для оцінювання якості й визначення того, чи відповідає він стандартам або вимогам, зазначеним у нормативних чи інших документах. Актуальним на сьогодні є питання відповідності вимогам тари та упаковки. Автори наголошують на тому, що упаковка необхідна не лише для надання естетичного вигляду товару, але й для його захисту при транспортуванні та збереженні. Наразі болючим є питання сортування та переробки пластикових контейнерів та упаковки.

Ключові слова: товарознавство, якість, упаковка, ідентифікація, фальсифікація.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.01.152

Отримано 12.01.2022

UDC 620.2: 330.3

MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF MODERN COMMODITY SCIENCE

Viktoriia Vasiuta; Valeria Puzak; Inna Lashko

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», Poltava, Ukraine

Summary. The article examines the main directions of development of commodity science in modern conditions. Currently, the volume of consumer goods on the market has increased significantly. The breadth of the

assortment of goods, their colorful design, a variety of forms, the presence of various markings forced trade specialists to study the consumer properties of the goods more carefully. The authors note the fact that with the change in economic and social conditions, some problems become urgent again. This leads to the emergence of new requirements for the quality of goods, their packaging, identification for disclosure or prevention of counterfeiting. In modern conditions, merchandising should be an applied science, not an academic one. The article defines the essence of commodity science as a science, outlines its main goals and objectives at the present stage of development of a market economy. Commodity science is a science that systematically studies different stages of the life cycle of goods, a method for understanding their use value, classification of goods, demand for production, turnover and consumption. Commodity science gives an understanding of all those changes that occur in a product at all stages of its movement, allows you to predict its competitiveness. Commodity science as a science about a commodity pays great attention to the issue of quality. Various goods, having the same purpose, can meet the needs of consumers in different ways. That is why it is important to study the consumer characteristics of goods. To determine the consumer characteristics of goods, you need to use commodity expertise. The main purpose of the examination is to obtain reliable information about the object. The process of identifying goods is important to detect or prevent counterfeiting. Product identification is an important step in assessing quality and determining whether the product meets the standards or requirements specified in regulatory or other documents. Today, the issue of compliance with the requirements of containers and packaging is relevant. The authors note that packaging is necessary not only to give an aesthetic appearance to the product, but also to protect it during transportation and storage. Nowadays, the problem of sorting and recycling plastic containers and packaging is a painful one.

Key words: commodity research, quality, packaging, identification, falsification.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.01.152

Received 12.01.2022

Актуальність теми. Товарознавство як наука повинна розвиватися. У час інноваційних відкриттів товарознавство повинно мати не лише теоретичне значення, а й практичне. Зі зміною економічних та соціальних умов деякі проблеми знову стають актуальними та зобов'язують висувати нові вимоги. До таких вимог належать якість товарів, їх тара й упаковка, а також ідентифікація для розкриття або попередження фальсифікації. Отже, товарознавство в сучасних умовах повинно бути прикладною наукою, а не академічною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі одним із головних напрямків розвитку товарознавства є вивчення проблеми якості товарів (послуг) та виявлення випадків фальсифікації [1]. Питанням, що досліджує товарознавство, присвячені роботи багатьох учених, таких, як О. Ф. Оснач, І. О. Дудра, М. П. Зрезарцев, А. А. Дубініна, І. В. Сироман, В. М. Завгородня, В. О. Назаренко. Проведення постійного контролю за якістю товару на всіх стадіях виробництва, що реалізується, зупинить незаконну діяльність фальсифікаторів [3]. Саме споживчі властивості та якість товару, в першу чергу, зумовлюють конкурентоспроможність продукції [4].

Метою дослідження є визначення основних напрямків розвитку сучасного товарознавства.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання: розкрити сутність товарознавства, його мету, методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використано такі методи: аналізу, узагальнення, системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Товарознавство є соціально-економічною й технічно-природничою наукою, що розглядає закономірності прояву, формування, поліпшення, розвитку асортименту і якості товарів, що відкриває перспективу безпосереднього володіння пізнаних законів у системі суспільного зображення з метою задоволення матеріальних і культурних потреб, що неодмінно розвиваються [5].

Товарознавство – це наука, яка систематично вивчає різні стадії життєвого циклу товарів, метод розуміння їх споживчої вартості (вартості), модель класифікації товарів, попит на виробництво, обіг і споживання [6].

Товарознавство належить до групи прикладних економічних дисциплін, у складі якої воно тісно співпрацює з бухгалтерськими та економічними дисциплінами, маркетингом тощо. Оскільки товарознавство належить до економічної науки, її методологія полягає у вивченні методів, пов'язаних з економікою, особливо наукового методу, в тому числі принципу аргументації знання [5].

Мета товарознавства – вивчення споживчих властивостей товарів, а також усіх тих змін, які відбуваються в них на усіх етапах руху, їх конкурентоспроможність [2].

Споживча вартість властива усім продуктам праці, але проявляється вона лише при споживанні або використанні товару, оскільки лише при використанні або споживанні можна оцінити його корисність. Оскільки споживчу вартість мають усі продукти праці, засоби виробництва, предмети особистого споживання, то предметом товарознавства, що вивчає споживчі вартості в широкому понятті, повинні бути споживчі вартості всіх предметів праці. Проте в сучасному розумінні цього терміна товарознавство розглядається як наукова і навчальна дисципліна, предметом вивчення якої є споживчі вартості товарів народного споживання.

Як відомо, до товарів народного споживання належать товари промислових, сільськогосподарських і малих підприємств, призначені для реалізації у сфері обороту з метою задоволення матеріальних і культурних потреб населення. Саме вивченням споживчих вартостей цієї групи товарів і займається сучасне товарознавство [5].

Забезпечення просування товарів від виробників до споживачів з урахуванням обсягу, якості, кількісних і вартісних характеристик товарів, а також потреб споживачів здійснюють товарознавці-експерти. Термін «товарознавець» у буквальному значенні можна виразити як «суб'єкт, який розуміє товар». Різниця між товарознавцями та іншими експертами з торгівлі, промисловості та сільського господарства полягає в їх глибоких знаннях про товари. Товарознавці тісно співпрацюють з техніками та маркетологами для здійснення професійної діяльності.

Для визначення споживчих характеристик товарів необхідно використовувати товарну експертизу. Експертиза являє собою дослідження питань, вирішення яких вимагає спеціальних знань у галузі науки, техніки, мистецтва; логічне й (або) експериментальне дослідження об'єкта, що проводиться компетентною особою-фахівцем (експертом) або групою фахівців (експертів), що ґрунтується на спеціальних знаннях і практичному досвіді. Основною метою експертизи є отримання достовірної інформації про об'єкт. Стосовно товарів використовують поняття «товарознавча експертиза».

Товарознавча експертиза широко застосовується в зовнішній і внутрішній торгівлі більшості країн світу. На її основі вирішуються питання про належність партії товару до тієї чи іншої категорії якості, встановлюються гуртові й роздрібні ціни. Виходячи з оцінок експертів, укладаються торгові угоди. У багатьох країнах висновки експерта-товарознавця мають юридичну силу [7].

На практиці експертам найчастіше ставляться завдання щодо визначення об'єкта перевірки товару; відповідності якості продукції вимогам нормативних документів, сертифікатів якості або еталонних зразків; характеристик, зазначених в інформації про продукт; способу пакування товару, умов транспортування, експлуатації тощо.

Рішення цих проблем передбачають проведення досліджень для визначення кількісних або якісних характеристик продукції та процесів, які на них впливають, але вони зазвичай не вимірюються безпосередньо і ґрунтуються на висновках експертів.

Можна сказати, що експертиза як вид професійної діяльності, яка реалізується вже чимало років, не втратила своєї актуальності й на сьогодні, вона є вкрай потрібною та буде реалізовуватися у майбутньому.

Наступне питання, яке вирішує товаровознавство, це питання якості. Формування та забезпечення якості продукції відбувається на всіх етапах її життєвого циклу, включаючи дослідження та демонстрацію розробки, виробництво, експлуатацію та обслуговування, утилізацію [8].

Існує думка, що акцент на якості призведе до зниження продуктивності. Судження про те, що якість можна отримати лише за допомогою кількості, є поширеною помилкою керівників виробництва. Цей погляд сформувався у період розвитку товаровознавства, коли управління якістю складалося з фізичних перевірок кінцевого продукту. В цьому випадку суворіші вимоги до контролю призвели до того, що великі обсяги готової продукції було забраковано. Але відтоді контроль якості став жорсткішим. У сучасній структурі управління якістю акцент зміщено на запобігання дефектам на етапах розроблення та виробництва. Тому бракована продукція заздалегідь не виготовляється. Зусилля покращити якість і зберегти кількість сприяли тому, що підвищення якості зазвичай призводить до підвищення продуктивності.

Перевірити якість кожної одиниці упаковки, тобто здійснити суцільний контроль якості, неможливо. Тому для встановлення якості товару відбирають його частину, яка повинна об'єктивно відобразити справжню якість усієї партії.

Одним із завдань контролю є виявлення дефектів продукції, до яких відноситься кожна окрема невідповідність товару вимогам, зазначеним у документах.

Дефекти класифікують за такими аспектами: ступінь важливості, наявність методів і засобів для виявлення або усунення ступеня пошкодження, а також місце проведення тесту. Якщо товар має приховані дефекти, які виникли не з вини споживача, продавець зобов'язаний усунути недоліки за власний рахунок, або замінити дефектний товар на товар без дефектів, або повернути сплачену суму [7].

Однак, незалежно від контролю якості виробничо-збутових точок, існує не менш важлива проблема – підробка.

Ідентифікація товару є важливою дією для оцінювання якості та визначення того, чи відповідає він стандартам або вимогам, зазначеним у нормативних чи інших документах [7]. Ідентифікація являє собою процес оцінювальної діяльності, що передбачена в нормативних документах. У випадку, коли продукція не ідентифікована, не можна проводити оцінювання та контроль якості. Саме з цього й починається робота експерта-товарознавця [7].

В умовах сучасності не варто забувати про тару й упаковку, до яких сьогодні висувається певний перелік вимог. Упаковка необхідна не лише для надання естетичного вигляду товару, але й для його захисту при транспортуванні та збереженні. Отже, упаковка являє собою технічний засіб або комплекс засобів із розміщеним у ньому товаром, який забезпечує захист товару від пошкоджень і втрат у процесі транспортування, зберігання та продажу, а докільця – від забруднень [7].

Ринок упаковки змінюється під впливом різних факторів. На сьогодні окрім звичайної орієнтації на потреби споживачів враховуються конкурентоспроможність, відповідність стандартам і деталі товару. Раніше використання пластику вважалося шкідливим, але тепер концепція змінилася. Шкідливим вважається не сам процес використання пластику взагалі, а використання непереробного пластику та неправильне поводження з ним. Це означає, що компаніям потрібно приділяти більше уваги інноваційним рішенням при створенні нової упаковки або переході її на альтернативну.

Наразі відповідальність за сортування та переробку пластикових контейнерів та упаковки актуальна як ніколи. Виробники є важливими стимуляторами прогресу, оскільки від них залежить кількість виробленого та використаного пластику.

Звіт Grand View Research свідчить про те, що світовий ринок пластмас у 2020 році становив 348,08 мільярдів доларів США, очікуваного у 2021 році, і він досягне 361 730 мільйонів доларів США на рік у 2021 рік. Вся пластикова упаковка повинна бути багаторазовою або переробною в рентабельний спосіб до 2030 року. Найбільша кількість пластику використовується для виготовлення пакувань їжі та напоїв (понад 51% ринку пластикової упаковки). Очікується зростання використання пластику для фармацевтичного сегмента в період з до 2028 року [9].

Варто зауважити, що залежно від призначення упаковки багатшарові плівки можуть бути більш доцільним видом пакування у порівнянні з одношаровими плівками чи пластиковими негнучкими упаковками. Наприклад, гнучке пакування Bag in Box чудово підходить для харчових продуктів, напоїв, побутової хімії та чутливих до вологи продуктів. На даний момент 70% упаковки Bag in Box переробляється (картон), а 30% підлягає утилізації. Існують певні переваги використання Bag in Box замість твердої пластикової тари. Тут присутня економія на логістиці, оскільки для транспортування порожніх пакетів-вкладок залучено значно менше машин у порівнянні з транспортуванням пляшок, тому що така упаковка є компактнішою. Крім того, легко точно прорахувати вартість доставки заповненої упаковки Bag in Box. Вона зручна й проста у використанні. Для цього типу упаковки характерні креативні маркетингові рішення. Завдяки зовнішній упаковці (коробці), порівняно з альтернативною упаковкою, забезпечується більша площа поверхні для рекламного простору. Упаковка Bag in Box – це правильне вирішення для мінімізації використання пластику. Наприклад, на виготовлення 6 пакетів Bag in Box витрачається така ж кількість матеріалу, що й на виготовлення 1 пластикової пляшки. Під час виготовлення упаковки Bag in Box витрати енергії скорочуються на 65%. Саме тому пропонується замість пластикових контейнерів чи каністр використовувати гнучку упаковку типу Bag in box або Super Pouch [9]. Для групи товарів, до якої входять молочна продукція, соки, вина, соуси, масло, меланж, вода, побутова хімія перехід на гнучке пакування буде доцільним вже на сьогодні. Отже, для збереження навколишнього середовища може бути достатньою лише зміна типу пакування.

Висновки. Сучасне суспільство є суспільством споживання. Товарознавство як наука стає популярнішою. Все це зобов'язує розвивати та координувати два основні напрямки розвитку товарознавства – практичний і науковий. Вони доповнюють один одним, відкривають нові проблеми та методи розвитку товарознавства задля задоволення потреб сучасних споживачів. Товарознавство являє собою науку, яка систематично вивчає різні стадії життєвого циклу товарів, приділяючи велику увагу питанню якості. Актуальним на сьогодні є питання відповідності встановленим вимогам тари та упаковки. Наразі болючим є питання впливу упаковки на навколишнє середовище. Екологічність – важлива характеристика упаковки товару. У зв'язку з цим можна стверджувати, що за новими інноваційними видами пакувальних матеріалів майбутнє на ринку тари.

Conclusions. Modern society is a consumer society. Commodity research as a science is becoming more and more popular. All this obliges to develop and coordinate two main directions of development of commodity science – practical and scientific. They complement each other, open up new problems and methods for the development of commodity science to meet the needs of modern consumers. Commodity science is a science that systematically studies the different stages of the life cycle of goods, paying great attention to the issue of quality. The issue of compliance with the established requirements for containers and packaging is relevant today. At present, the issue of the impact of packaging on the environment is a painful one. Sustainability is an important characteristic of product packaging. Therefore, it can be argued that new innovative types of packaging materials are the future in the packaging market.

Список використаної літератури

1. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. Економіка і суспільство. 2017. № 13. С. 381–387. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/62.pdf.
2. Оснач О. Ф. Товарознавство: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури. 2017. 219 с.
3. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін. Методи визначення фальсифікації товарів: підручник. К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. 272 с. URL: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/CUL/24-Metodi%20vznachennya%20falsif%20tovariv-Dubinina.pdf.
4. Назаренко В. О., Юдічева О. П., Жук В. А. Формування якості товарів: навчальний посібник. Частина 1. К.: Центр учбової літератури. 2012. 386 с. URL: http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/1533/1/Formuvannya_yakosti_tovariv_Nazarenko.pdf.
5. Дикань В. Л., Каграманян А. О., Каличева Н. Є. та ін. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / за ред. В. Л. Диканя. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
6. Коркуна О., Демічковський А., Цільник О., Бордун О., Піхур О. Товарознавство: навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання. Львів: ЛДУФК ім. І. Боберського. 2019. 200 с.
7. Мельник Т. Ю. Товарознавство: підручник (для студентів економічних спеціальностей). Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
8. Подвірна Т. В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Теоретичні основи товарознавства та підприємства» для студентів денної форми навчання за напрямком підготовки: 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017. 200 с.
9. Гнучка упаковка як спосіб платити менше. Які нові правила диктує нам ринок? URL: <https://technologia.com.ua/blog/gnuchka-upakovka-yak-sposib-platiti-menshe-yaki-novi-pravila-diktue-nam-rinok/>.

References

1. Borysenko O. S., Fisun Yu. V. Tendentsiyi rozvytku tovaroznavstva v suchasnykh umovakh. Ekonomika i suspil'stvo. 2017. No.13. P. 381–387. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/62.pdf. [In Ukrainian].
2. Osnach O. F. Tovaroznavstvo: navchal'nyy posibnyk. Kyiv: Tsentr navchal'noyi literatury. 2017. 219 p. [In Ukrainian].
3. Dubinina A. A., Ovchynnikova I. F., Dubinina S. O. ta in. Metody vyznachennya fal'syfikatsiyi tovariv: pidruchnyk. K.: “Vydavnychyy dim “Profesional”, 2010. 272 p. URL: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/CUL/24-Metodi%20vznachennya%20falsif%20tovariv-Dubinina.pdf. [In Ukrainian].
4. Nazarenko V. O., Yudicheva O. P., Zhuk V. A. Chastyna 1. Formuvannya yakosti tovariv: navchal'nyy posibnyk. K.: Tsentr uchbovoyi literatury, 2012. 386 p. URL: http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/1533/1/Formuvannya_yakosti_tovariv_Nazarenko.pdf. [In Ukrainian].
5. Dykan' V. L., Kahramanyan A. O., Kalycheva N. Ye. ta in. Tovaroznavstvo ta komertsyina diyal'nist': Pidruchnyk / za red. V. L. Dykanya. Kharkiv: UkrDUZT, 2018. 362 p. [In Ukrainian].
6. Korkuna O., Demichkovs'kyu A., Tsil'nyk O., Bordun O., Pikhur O. Tovaroznavstvo: navchal'no-metodychnyy posibnyk dlya studentiv spetsial'nosti 241 “Hotel'no-restoranna sprava” dennoyi ta zaochnoyi form navchannya. L'viv: LDUFK im. I. Bobers'koho, 2019. 200 p. [In Ukrainian].
7. Mel'nyk T. Yu. Tovaroznavstvo: pidruchnyk (dlya studentiv ekonomichnykh spetsial'nostey). Zhytomyr: Derzhavnyy universytet “Zhytomyr's'ka politekhnikha”. 2020. 364 p. [In Ukrainian].
8. Podvirna T. V. Oporny konspekt lektsiy z dystsypliny “Teoretychni osnovy tovaroznavstva ta pidpryyemstva” dlya studentiv dennoyi formy navchannya za napryamkom pidhotovky: 076 “Pidpryyemstvo, torhivlya ta birzhova diyal'nist'”. Ternopil': TNTU im. I. Pulyuya, 2017. 200 p. [In Ukrainian].
10. Hnuchka upakovka yak sposib platyty menshe. Yaki novi pravyla dyktuye nam rynok? URL: <https://technologia.com.ua/blog/gnuchka-upakovka-yak-sposib-platiti-menshe-yaki-novi-pravila-diktue-nam-rinok/>. [In Ukrainian].