**Тема 1 “Предмет, зміст, мета та завдання сучасного товарознавства”**

**1. Предмет, мета і задачі товарознавства**

Будь-яка наука і навчальна дисципліна починаються з визначення основних понять, застосовуваних у ній. У даному курсі такими поняттями є продукція, товар і товарознавство. У наступних розділах теоретичного курсу, а також приватних розділах товарознавства продовольчих і непродовольчих товарів розглядаються й інші основні поняття, терміни і їх визначення. Однак спочатку необхідно розглянути саме зазначені основні терміни.

**Продукція** — матеріальний чи нематеріальний результат діяльності, призначений для задоволення реальних чи потенційних потреб.

Отже, продукції притаманні дві основні особливості: по-перше, вона повинна бути зроблена, а по-друге, повинна задовольняти чиїсь потреби (повинна бути комусь потрібна). При цьому діяльність по виготовленню продукції варто розуміти в широкому змісті. Це не тільки людська діяльність, але і життєдіяльність біологічних об'єктів.

Таке розуміння дозволяє віднести до продукції не тільки хліб, консерви, тканини, одяг і інші готові вироби чи напівфабрикати, сировину і комплектуючі вироби, але і продукцію природного походження, що є результатом життєдіяльності біооб’єктів і праці людини по їхньому зборі, вилову, полюванню, видобутку і т.п. Так, до продукції відносяться дикоростучі плоди, овочі, гриби, м'ясо диких тварин, річкова й океанічна риба.

Продукція стає товаром, коли вона є об'єктом купівлі-продажу (комерційної діяльності). Вирощені садові чи зібрані дикоростучі плоди, використані для цілей особистого споживання, — продукція, а не товар, і тільки на ринку вони перетворюються в товар.

**Товар** — матеріальна продукція, призначена для купівлі-продажу.

Таким чином, товар виступає як один з основних об'єктів комерційної діяльності. До інших об'єктів можна віднести послуги, цінні папери, гроші, продукцію інтелектуальної праці, що є нематеріальною продукцією.

Товар — складне поняття і не менш складний матеріальний об'єкт, що володіє визначеними споживчими властивостями. Тому він складає об'єкт особливої науки і навчальної дисципліни — **товарознавства.** Існує безліч визначень терміна «товарознавство».

Одне з перших визначень товарознавства дане І.Вавиловим у «Довідковому комерційному словнику»: «Товарознавство — наука, що навчає мати точні і повні зведення про товари, їхні сорти, місця походження і збуту, засоби до покупки і продажу, способи перевезення і збереження» [б].

У настільному енциклопедичному словнику, виданому в 1896 р., товарознавство визначається як галузь технології, що має метою «точніше розпізнати вживання в техніці сирих продуктів, визначити їхнє походження і вказати найкраще вживання».

Одне з найбільш точних визначень предмета товарознавства дане К. Марксом: «Споживчі вартості товарів складають предмет особливої дисципліни — товарознавства»'. Це визначення покладене в основу багатьох наступних визначень терміну.

Дійсно, товари задовольняють різноманітні життєві потреби людини, які використовує, багато хто з них протягом усього життя, іноді, навіть, не здогадуючись про їхні чудові властивості. Наприклад, ряд харчових продуктів знаходить широке застосування в народній і традиційній медицині для профілактики і лікування різних захворювань.

Повсякденне чи часте споживання товарів створює невірне представлення про те, що фахівцям і споживачам знання про товар потрібні не більш, ніж на вузькому практичному і життєвому рівні. Наукові основи товарознавства, що базуються на знанні фундаментальних дисциплін — хімії, фізики, біології, заперечуються. Однак це глибока омана, тому що робота з товарами вимагає професійних, постійно поповнюваних теоретичних знань, що і складає одну з основних задач товарознавства.

У зв'язку з вищевикладеним вважаємо за можливе запропонувати уточнене визначення терміна «товарознавство», тому що визначення його тільки через предмет — споживчі вартості товарів — не розкриває повною мірою сутність цієї науки.

**Товарознавство** — наука про основні характеристики товарів, що визначають їх споживчі цінності, і фактори забезпечення цих характеристик.

Термін «товарознавство» складається з двох слів: «товар» і «ведення». Останнє слово означає «знання», отже, у цьому змісті товарознавство — знання про товари.

Ці знання необхідні як технологам підприємств-виготовлювачів, товарознавцям промислових, сільськогосподарських і торгових організацій, експертам, комерсантам, економістам, бухгалтерам, менеджерам, так і покупцям. Останні одержують знання про товар за допомогою засобів інформації (маркування, реклами, статей, книг і т.п.), тому дуже важливо, щоб засоби масової інформації, як основне джерело, використовували товарознавчі знання про товар.

**Предметом товарознавства** є споживчі цінності товарів. Тільки споживча вартість робить продукцію товаром, тому що має здатність задовольняти конкретні потреби людини. Якщо споживча вартість товару не відповідає реальним потребам споживачів, то він не буде необхідним, а отже,не буде використаний по призначенню в обумовленій для нього сфері застосування.

**2. Мета товарознавства** — вивчення основних характеристик товару, що складають його споживчу вартість, а також їх змін на всіх етапах товарообігу.

Для досягнення цієї мети товарознавство як наука і навчальна дисципліна повинна вирішувати наступні задачі:

чітке визначення основних характеристик, що складають споживчу вартість;

установлення принципів і методів товарознавства, що обумовлюють його наукові основи;

систематизація безлічі товарів шляхом раціонального застосування методів класифікації і кодування;

вивчення властивостей і показників асортименту для аналізу асортиментної політики промислової чи торгової організації;

керування асортиментом організації;

визначення номенклатури споживчих властивостей і показників товарів;

оцінка якості товарів, у тому числі нових вітчизняних і імпортних;

виявлення градацій якості і дефектів товарів, причин їхнього виникнення і заходів для попередження реалізації неякісних товарів;

визначення кількісних характеристик одиничних екземплярів товарів і товарних партій;

забезпечення якості і кількості товарів на різних етапах їхнього технологічного циклу шляхом обліку формуючих факторів якості і регулювання факторів, що зберігають якість;

установлення видів товарних втрат, причин їхнього виникнення і розробка заходів для їхнього попередження чи зниження;

інформаційне забезпечення товарообігу від виготовлювача до споживача;

товарознавча характеристика конкретних товарів. Товарознавство відноситься до основних навчальних дисциплін при формуванні професійної компетентності товарознавців, експертів, комерсантів і маркетологів. Крім того, основи товарознавчих знань необхідні бухгалтерам, економістам, менеджерам і технологам, тому що облік, планування товарних ресурсів, аналіз фінансово-господарської діяльності, керування виробництвом і інші види професійної діяльності повинні здійснюватися з урахуванням особливостей товарів, їх основних характеристик і можливих змін при транспортуванні, збереженні і реалізації.

**3. Міжпредметні зв'язки товарознавства з іншими навчальними дисциплінами.** Товарознавство далеко не єдина навчальна дисципліна, необхідна для професійної підготовки фахівців: експертів, товарознавців, комерсантів, маркетологів та ін. Вона зв'язана з іншими дисциплінами **міжпредметними зв'язками:** попередніми, супутніми і наступними.

Попередніми зв'язками товарознавство з'єднане з природно-науковими і математичниними дисциплінами — фізикою, хімією, біологією, мікробіологією, математикою, а також із загальнопрофесійною дисципліною — основи стандартизації, метрології і сертифікації. Знання цих дисциплін необхідні для більш глибокого розуміння й оцінки споживчих властивостей товарів, їхніх змін при виробництві і збереженні.

Одночасно, товарознавство є базовою навчальною дисципліною для багатьох загальнопрофесійних і спеціальних дисциплін — організації і технології комерційної діяльності, економіки, бухгалтерського обліку, маркетингу й ін. Їх поєднують наступні і супутні міжпредметні зв'язки.

**4. Розділи товарознавства споживчих товарів.** Товарознавство споживчих товарів включає: загальну частину, приватне товарознавство.

*Загальна частина товарознавства* присвячена розгляду теоретичних основ, що є основними для приватних розділів товарознавства. У ній не приводяться товарознавчі характеристики конкретних груп товарів. Однак без знання теоретичних основ складно дати повну й об'єктивну оцінку основних характеристик будь-якого товару.

*Приватне товарознавство* аналізує стан і перспективи розвитку відповідного сегмента ринку, класифікацію товарів на асортиментні групи й інші структурні елементи нижчих рівнів. В окремих підрозділах приватного товарознавства приводиться узагальнена і систематизована товарознавча характеристика асортиментних груп, видів і різновидів товарів.

Виклад цього матеріалу доцільно проводити за уніфікованою схемою: поняття про товарну групу чи вид товарів; коротка характеристика найбільш значимих для даного товару споживчих властивостей (призначення, надійність і т.п.); приватна класифікація й асортимент; фактори, що формують якість; оцінка і градації якості; фактори, що впливають на зберігання, втрати при збереженні і підготовці до реалізації (якщо це має значення для конкретного товару); засоби інформації про товар (маркування).

Приведена схема не регламентує строго зазначений перелік складених елементів і послідовність їхнього викладу. Вона може бути змінена і доповнена з урахуванням особливостей, характеристик конкретних товарів чи їхніх асортиментних груп.

Об'єктами вивчення в приватних розділах товарознавства можуть бути не тільки споживчі товари, але і товари промислового призначення (сировина, засоби виробництва), сільськогосподарська продукція, фармацевтичні товари і лікарська сировина. У деяких сільськогосподарських і технологічних вузах, коледжах і технікумах уже введене викладання зазначених приватних розділів товарознавства.

Такий підхід не випадковий і диктується тими соціально-економічними перетвореннями, що відбуваються в країні. Перехід до ринку вимагає іншого відношення до запитів споживача і до товару, як засобу їх задоволення. Тому уже недостатньо в технологічних і сільськогосподарських вузах вивчати тільки технологію виробництва продукції. Необхідно досконально знати кінцевий результат цього виробництва — товарну продукцію чи товар, а також потреби в ній.

**Принципи товарознавства**

Будь-яка наука і професійна діяльність базуються на визначених принципах.

Принцип *(лат.* principium — основа, начало) — основне вихідне положення якої-небудь теорії, навчання, що керує, ідея, основне правило діяльності.

Принципами товарознавства є: безпека, ефективність, сумісність, взаємозамінність і систематизація.

**Безпека** — основний принцип, що полягає у відсутності неприпустимого ризику, зв'язаного з можливістю нанесення товаром, чи послугою, чи процесом збитку для життя, здоров'я і майна людей.

Безпека одночасно є одним з обов'язкових споживчих властивостей товару, що розглядається як ризик чи збиток для споживача, обмежений припустимим рівнем .

З позицій товарознавства товар повинний мати безпеку для всіх суб'єктів комерційної діяльності. У той же час у товарознавстві принципу безпеки для товарів і навколишнього середовища повинен дотримуватися кожен виробник й у відношенні процесів упакування, транспортування, збереження, передреалізаційної підготовки до продажу. Безпечними повинні бути упакування, навколишнє середовище й ін.

Таким чином, принцип безпеки є найважливішим у товарознавчій діяльності.

**Ефективність** — принцип, що полягає в досягненні найбільш оптимального результату при виробництві, упакуванні, збереженні, реалізації і споживанні (експлуатації) товарів.

Цей принцип має важливе значення при формуванні асортименту, а також забезпеченні якості і кількості товарів на різних етапах товарообігу. Усі види товарознавчої діяльності повинні бути спрямовані на підвищення ефективності. Це досягається комплексним підходом, заснованим на виборі таких методів і засобів, що забезпечують найкращі кінцеві результати при мінімальних витратах. Так, ефективність упакування чи збереження визначається кількістю збережених товарів належної якості і витратами на ці процеси.

**Сумісність** — принцип, обумовлений придатністю товарів, процесів чи послуг до спільного використання, що не викликає небажаних взаємодій.

Сумісність товарів приймається в увагу при формуванні асортименту, розміщенні їх на збереження, виборі упакування, а також оптимального режиму. Сумісність деталей, що комплектують вироби при монтажі, налагодженні й експлуатації складних технічних і інших товарів — неодмінна умова збереження їхньої якості в споживача. Сумісність товарів при їхньому споживанні має важливе значення для найбільш повного задоволення потреб. Так, використання несумісних харчових продуктів може викликати серйозні порушення обміну речовин у людини.

**Взаємозамінність —** принцип, обумовлений придатністю одного товару, процесу чи послуги для використання замість іншого товару, процесу чи послуги з метою виконання тих самих вимог.

Взаємозамінність товарів обумовлює конкуренцію між ними й у той же час це дозволяє задовольняти аналогічні потреби різними товарами. Чим ближче характеристики окремих товарів, тим більше вони придатні до взаємозамінного використання. Так, взаємозамінність кефіру і кисляку більше, ніж кефіру і молока; це має значення в першу чергу для споживачів, організм яких не засвоює лактозу молока.

Здатність товару чи окремих комплектуючих **його** виробів бути використаними замість іншого для виконання тих же вимог відіграє важливу роль при формуванні асортименту взаємозамінних товарів.

**Систематизація —** принцип, що полягає у встановленні визначеної послідовності однорідних, взаємозалежних товарів, процесів чи послуг.

З урахуванням різноманіття об'єктів систематизація в товарознавстві має надзвичайно важливе значення, тому що дозволяє об'єднати їх у взаємозалежні категорії (систематичні категорії), скласти систему, побудовану за визначеним планом.

Принцип систематизації покладений в основу групи методів, до складу яких входять ідентифікація, класифікація, узагальнення і кодування. Він широко застосовується в товарознавстві. На цьому принципі базується виклад навчальної інформації у всіх розділах «Товарознавства харчових продуктів» і «Товарознавства непродовольчих товарів».

Системний підхід до керування товарообігом, що базується на принципі систематизації, означає, що *кожна система є інтегрованим цілим,* навіть якщо вона складається з окремих, роз'єднаних підсистем. Системний підхід дозволяє побачити товар, його товарознавчі характеристики, процеси по забезпеченню якості і кількості як комплекс взаємозалежних підсистем, об'єднаних загальною метою, розкрити його інтегративні властивості, внутрішні і зовнішні зв'язки.

**5. Історія і напрямки розвитку товарознавства**

Необхідність у пізнанні й оцінці властивостей товарів з'явилася, як тільки почався обмін одних товарів на інші. Щоб цей обмін був еквівалентним, порівнювалися корисні властивості обмінюваних товарів, витрати на їхнє одержання. Більш того, ряд товарів (хутра, золото, срібло, боби, какао й ін.), найбільш коштовні і володіють тривалим зберіганням, ще до появи металевих і паперових грошей виконували функції еквівалента обмінюваних товарів.

Поява грошей не послабила інтересу до знань про властивості товарів. Мінова вартість товару в грошовому вираженні визначалася його корисністю для покупця, чи споживчою вартістю.

На цьому етапі товарознавство як область знань про товари мало практичну спрямованість і носило емпіричний характер. Відбувалося нагромадження фактичних знань на основі практичних описів і спостережень.

Оскільки на першому етапі розвитку науки ще не диференціювалися по областях, товарознавство також не існувало як окрема наука. Тому інформація про товари з'являлася в роботах, присвячених сільському господарству.

Відомі описи товарознавчого характеру містяться в агрономічних роботах давньоримських учених: Катона Старшого (234—149 р. до н.е.), Варрона (116—27 р. до н.е.), Колумели (I в. н. э.) і Плінія Старшого (23 чи 24—79 р.).

Катон описував способи збереження і переробки сільськогосподарських продуктів (винограду, м'яса і риби); Варон — методи оцінки якості худоби, молока, сирів і ін.;

Колумела — способи збереження зерна, витримку і старіння вин, дав товарознавчу характеристику винограду і способи його збереження.

Найбільш вагомою роботою цього періоду є «Природна історія», написана Плінієм і видана в 37 книгах. У ній дані описи багатьох видів сільськогосподарської продукції, способів їхнього вирощування, переробки і збереження. Особливо докладно даний опис винограду, способів готування якісних вин, а також їхньої фальсифікації. Вперше в цій роботі розглядається питання про застосування різних способів збереження в залежності від кліматичних умов.

У середні століття розвиток природничих наук (фізики, хімії, біології) уплинув на розширення і поглиблення товарознавчих знань. Поряд з роботами описового характеру з'являються роботи, засновані на іспитах. До першого варто віднести працю М.Себіціуса (1630 р.), у якій даний опис багатьох пряностей, а також способів готування хліба, сиру, вин і інших харчових продуктів, способів подовження термінів збереження фруктових соків шляхом нагрівання. До праць дослідницького характеру відносяться роботи Ф.Реді, що за допомогою мікроскопа установив причини псування м'яса.

У XVIII в. намітилася диференціація багатьох наук, одним з результатів якої стало формування наукової термінології, що складає специфічну мову кожної науки. Іншим результатом диференціації варто вважати розробку власних методів досліджень (іспитів) чи запозичення уже відомих (релевантних) методів з інших областей знань.

Для розвитку наукового напрямку товарознавства велике значення мали роботи Бургаве (1668—1738 р.), у яких були розроблені основи хімічного аналізу харчових продуктів, а також Лінея (1707—1778 р.), Бюфона (1707—1788 р.), Жюсье (1699—1777 р.), систематичні дослідження яких в області біології послужили основою розробки наукової класифікації товарів.

У цей період з'являються перші самостійні роботи з торгівлі і товарознавства. Так, у 1575 р. вперше в Росії вийшла «Торгова книга. Книжка описова, як молодим людям торг звістки і знаті усьому ціну і почасти в ній описані всяких земель товари різні, їх же привозять на Русь німці й інші землі люди торгові». У книзі, автори якої невідомі, дана докладна для того часу характеристика ряду товарів, у тому числі й експортно-імпортних (меду, воску, зерна, жирів, хутр і т.п.). Особливостями товарознавчої інформації, що повідомлялася в «Торговій книзі» і інших джерелах, є її описовий характер і відсутність систематизації.

Важливим етапом у розвитку товарознавства стала публікація в 1756 р. книги И.Г.Людовиці «Основи повної торгової системи». У ній уперше були викладені основи товарознавства як області наукових знань. Книга одержала широке визнання в сучасників. Про це свідчить і той факт, що друге видання цієї книги було переведено на російську мову і вийшло у світ в 1789 р. за назвою «Накреслення повної купецької системи укупі з початковими підставами торгової науки з придбанням короткої історії про торгівлю» (частини 1 і 2). Сам факт перекладу на російську мову і видання книги Людовиці говорить про те, що до кінця XVIII в. у Росії склався стан купців, які потребували товарознавчих знань.

У передмові книги автор повідомляє, що він є першим, хто привів «купецьку науку» у визначену систему, розуміючи під цим сукупність знань, що відносяться до торгівлі, включаючи знання товарів і зміст звітних книг у порядку.

Людовиці уперше визначив предмет і зміст товарознавства, а також дав визначення термінів «товар» і «товарознавство». На його думку, до товарів відносяться «усі запропоновані речі, що є предметами торгівлі, за винятком грошей і цінних паперів».

«Предметом товарознавства особливо є знання товарів. Знання це простирається на поділ і роди товарів, властивість, іспит чи розібрання, ціну і якість, псування, збереження і зміст, виправлення, вироблення і підроблення, а також на знання, які приносять кращі сорти і види товарів, і які скоріше з рук можна збути і нарешті, де всякий товар краще і дешевше діставати можна» . Людовиці один з перших указав на необхідність створення комерційних (торгових) навчальних закладів (академій, училищ).

Незважаючи на виділення товарознавства як особливої області знань, де накопичується інформація про товари, носила вона в основному товарознавчо-технологічний характер. Велике місце в описах товарів приділялося технології їх промислового чи сільськогосподарського виробництва.

У XVIII-XIX ст. товарознавство черпає зведення із суміжних наук: хімії, фізики, біології, агрономії, що у цей період починають інтенсивно розвиватися. Великий внесок у розвиток товарознавства внесли роботи Ф. В. Зуєва, А. Т. Болотова, Н.Я. Озерецьковського, И. Я. Біндгейма, Б. А. Енгельмана, М.Г.Левковича й ін. Завдяки цим роботам з'являються хімічні методи товарознавчої оцінки, а також способи переробки і збереження деяких споживчих товарів. У цьому зв'язку необхідно згадати також роботи Д. И. Менделєєва по способах рафінації етилового спирту, В. Левшина — по способах обробки і збереження рослинних олій, Л. Пастера, що установив причини псування харчових продуктів унаслідок ферментативних процесів, і ін. У результаті була створена основа для переходу від опису товарів до їхніх іспитів для виявлення складу і властивостей, а також причин, що викликають зміни властивостей товарів при переробці і збереженні, для нагромадження і поглиблення знань про них.

З'явилася велика кількість публікацій товарознавчого характеру, причому багато хто — на сторінках журналу «Праці Вільного економічного суспільства», що видавалося з 1765 по 1915 р. У цьому журналі були опубліковані роботи з вивчення складу і властивостей багатьох харчових продуктів (молока, жиру, м'яса, зерна й ін.).

У середині XIX в. видається ряд праць по товарознавству. До них відноситься, зокрема, робота акад. Моделя «Хімічні обстеження харчових продуктів», у якій були приведені зведення про хімічний склад вітчизняних харчових продуктів.

У 1856 р. И. Вавилов видає «Довідковий комерційний словник», у якому дає визначення товарознавства як науки й опис окремих товарів.

Значний внесок у розвиток товарознавства внесла опублікована в 1859 р. монографія проф. А. Н. Ходнева «Хімічна частина товарознавства. Дослідження їстівних припасів і напоїв». Метою цієї праці, як заявив автор у передмові, був намір дати «стиснуте, але точне поняття про склад і властивості сирих і оброблених товарів, хімічне дослідження їхніх переваг, відкриття домішок». Слід зазначити, що багато з описаних способів підробок (фальсифікацій) харчових продуктів і засобів їхнього виявлення не утратили своєї актуальності й у наші дні.

У тім же 1859 р. вийшла у світ книга А. М. Наумова «Про живильні речовини і найважливіші способи раціонального їхнього готування, заощадження і виявлення в них домішок», у якій була розглянута товарознавча характеристика харчових продуктів.

Слідом за цими виданнями в 1860 р. з'являються класичні роботи М. Я. Кіттари (1825—1880 р.), представлені циклом книг під єдиною назвою «Публічний курс товарознавства» (випуски 1—4). М. Я. Кіттари був автором перших російських підручників по товарознавству, де були викладені наукові основи товарознавства.

Професора Московського і Казанського університетів, інспектора Московської академії комерційних наук М. Я. Кіттари по праву варто вважати одним з основоположників товарознавства. З його ініціативи в Московській академії був введений самостійний навчальний курс «Товарознавство». Слід зазначити, що за рубежем товарознавство в той час ще вивчалося разом з технологією, а в підручнику М. Я. Кіттари були не тільки поставлені теоретичні питання товарознавства, але і показані конкретні варіанти їхнього рішення. М. Я. Кіттари був широко ерудованим ученим. Він розробив питання сушіння харчових продуктів, спиртового шумування, працював за технологією шкіри, текстильних виробів і інших непродовольчих товарів.

За рубежем у 1878 р. виходить багатотомна праця И. Беніга «Хімія харчових і смакових продуктів людини», що придбала широку популярність і використовувалася в посібниках з товарознавства.

Могутнім стимулом розвитку наукового напрямку товарознавства послужило відкриття в Росії і за рубежем комерційних навчальних закладів, у навчальні плани яких поступово вводився навчальний курс товарознавства. Це було обумовлено тим, що інтенсивний розвиток промисловості і торгівлі вимагав підготовки висококваліфікованих кадрів, що володіють достатніми знаннями товарів.

Вперше у світовій історії викладання товарознавства рослинних, тваринних і фармацевтичних матеріалів було почато в Падуанському університеті, де в 1549 р. була заснована кафедра товарознавства. Викладання товарознавства в Геттінгенському університеті почалося в 1774 р., у Віденському політехнічному інституті — у 1866 р., у Будапештській комерційній академії праці — у 1877 р.

У Росії викладання товарознавства почалося в Московському комерційному училищі, що було відкрито в Москві в 1772 р., а в 1799 р. переведено в С.-Петербург. У 1804 р. у Москві з'явилося нове комерційне училище. У цих училищах товарознавство спочатку викладалася як частина фізики і хімії. Лише з 1842 р. у комерційних навчальних закладах товарознавство почали вивчати як самостійну навчальну дисципліну.

Один з перших торгових навчальних закладів Росії — Московська практична академія комерційних наук, створена в 1810 р., передбачила цю спрямованість, включивши в навчальні плани товарознавство в якості самостійної навчальної дисципліни.

До кінця XIX в. — початку XX в. у Росії нараховувалося вже близько 400 комерційних навчальних закладів. У Москві, Петербурзі і Києві були відкриті торгові інститути з економічним і товарознавчими відділеннями, що мали товарознавчі лабораторії, обладнані сучасними на ті часи приладами для іспитів і оцінки якості споживчих товарів. У Московському комерційному інституті (пізніше — Московський інститут народного господарства ім. Г. В. Плеханова, а зараз — Російська економічна академія), що 19 лютого 1997 р. відзначив свій 90-літній ювілей, багато які з тих лабораторій збереглися і понині. Подальший розвиток наукового товарознавства багато в чому пов'язаний з ученими цього інституту: П. П. Петровим (1850—1928 р.), Я. Я. Нікітінским (1854—1924 р.). Ф.В. Церевітиновим (1877—1947 р.). У 1906—1908 р. ними був виданий підручник з товарознавства промислових товарів і харчових продуктів у двох томах. Пізніше цей підручник був перероблений, значно розширений і вийшов у 1914—1915 р. вже в чотирьох томах. Цей підручник витримав кілька видань і довгі роки був основою підготовки багатьох поколінь товарознавців.

Після підручника М. Я. Кіттари це була нова праця, у якій знання товарознавства ґрунтувалися на фундаментальних науках: природознавстві, хімії і фізиці. У передмові автори писали, що технологія в курсі товарознавства повинна мати допоміжне значення і викладатися з позицій розуміння походження якості товарів.

Спроби створити підручники з товарознавства мали місце і наприкінці XIX в. — початку XX в.. Так, у 1900 р. виходить підручник А. Альмадингена «Товарознавство», однак по широті зведень про товари він значно поступається згаданим раніше книгам.

У 1927 р. Я. Я. Нікітінський опублікував першу наукову монографію «Нариси по товарознавству харчових продуктів», а в 1933 р. Ф. В. Церевітинов видав велику монографію по товарознавству «Хімія свіжих плодів і овочів», багато теоретичних положень якої не втратили своєї актуальності і на сучасному етапі розвитку товарознавства.

У 30-і роки відбувається диференціація товарознавчих знань з виділенням загальних і приватних розділів по групах споживчих товарів. Товарознавство харчових продуктів і товарознавство непродовольчих товарів стають двома самостійними навчальними дисциплінами.

У 1933 р. вийшла книга М. С. Бродського і Г. Р. Корек «Основи товарознавства», у якій була почата спроба використовувати знання суміжних з товарознавством дисциплін для створення теоретичних основ товарознавства харчових продуктів. Ця книга вплинула на подальший розвиток товарознавства.

Традиції основоположників товарознавства були продовжені С. А. Ермиловим, Н.И. Козіним, А. А. Колісником, Ф. С. Касаткіним, В. С. Грюнером, Г. С. Ініховим, В. М. Сперанським, В. С. Смирновим, С.Н. Бруєвим, Г. Г. Скробанським, И. Ф. Гаком, А. И. Гріммом, А. Н. Рукосуєвим, О. Б. Церевітиновим, М.А. Габриельянцем, Л.Н. Ловачевим та ін., у наукових працях і підручниках яких одержало подальший розвиток товарознавство харчових продуктів, засноване на результатах великих експериментальних дослідженях.

У розвиток товарознавства непродовольчих товарів великий внесок внесли Н. А. Архангельський, А. И. Андрусевич, Н.С. Алексєєв, Н.В. Булгаков, В. Г. Зайцев, Н.И. Єгоркіна, Г. И. Кутянін, Т. С. Остановський, М. С. Сергєєв, В. П. Склянніков, Н. В. Чернов і ін.

Під їхнім посібником були проведені великі науково-дослідні роботи в області товарознавства харчових продуктів і промислових товарів, що дозволили значно розширити банк даних про споживчі властивості товарів, а також про методи їхніх досліджень. У результаті цього істотно поповнилася навчальна інформація, підсилилося теоретичне обґрунтування товарознавства.

Багаторазово видавалися зі змінами і доповненнями підручники по товарознавству. Так, чотиритомний підручник «Товарознавство харчових продуктів» витримав два видання (у 1938 р. і в 1949 р.). Останнє видання (1949 р.) здійснювалося по постанові Ради Міністрів СРСР про увічнення пам'яті проф. Ф. В. Церевітинова.

За редакцією проф. Смирнова В. С. у 1941 р. був виданий, а потім двічі перевиданий (у 1946 р. і в 1954 р.) підручник по товарознавству харчових продуктів для економічних факультетів.

Наприкінці 50-х — початку 60-х років виходять окремими книгами підручники по різних розділах товарознавства. У період з 1957 по 1965 р. було видано вісім підручників по товарознавству харчових продуктів, що витримали по три— чотири видання. Окремо видаються підручники по товарознавству для кооперативних вузів, а також для технікумів.

Підручники по товарознавству промислових товарів вийшли у світ в дев'ятьох книгах у 1957—1962 р.

Одночасно з навчальною літературою в СРСР видавалося багато довідкової і науково-практичної товарознавчої літератури, яка внесла значний внесок у розвиток наукового товарознавства. Були видані багатотомний «Товарний словник» (1947 р.), «Довідник товарознавця продовольчих товарів» у двох томах (1968 р., 1980 р. і 1987— 1988 р.), «Довідник товарознавця непродовольчих товарів» у двох томах (1970 р., 1987—1988 р.), серія книг «Контроль якості товарів у торгівлі» (1-е видання 1976—1978 р. і 2-і видання — у 1985—1988 р.). Крім того, були видані великі наукові монографії: Церевітинов Ф. В. «Хімія плодів і овочів» (1-е видання — 1933 р., 2-і — 1949 р.), Колісник А. А. «Фактори тривалого збереження плодів і овочів» (1957 р.), Козін Н. И. «Хімія і товарознавство харчових жирів» (1-е видання — 1939 р., 2-е — 1947 р., 3-е — 1958 р.), Рукосуєв А. Н. «Основи товарознавства хлібних продуктів» (1966 р.), Сперанський В. Г. «Біологічні основи зберігання плодів і овочів» (1964 р.) і ін.

На жаль, на початку 90-х років видання товарознавчої літератури в російських видавництвах цілком припинилося. Не вийшов у світ через фінансові труднощі уже готовий рукопис четвертого видання «Довідник товарознавця продовольчих товарів», намічений до випуску в 1991—1992 р. Лише в 1995 р. з ініціативи видавництва «Економіка» і автора почате видання серії науково-практичних книг по товарознавству за назвою «Товарний довідник». Перші чотири книги цієї серії по товарознавству харчових продуктів уже випущені.

Необхідно відзначити значний внесок у розвиток товарознавства і закордонних вчених, у першу чергу німецьких і польських, чиї праці були переведені на російську мову і вплинули на розвиток вітчизняного товарознавства. У 1967 р. у СРСР була переведена на російську мову і видана книга Г. Грундке «Основи загального товарознавства».

Підручники по товарознавству видавалися в багатьох східноєвропейських країнах, причому товарознавство в цих країнах розвивалося в тісному співробітництві з радянськими вченими-товарознавцями.

У Японії в період з 1976 по 1979 р. було видано п'ять підручників по теорії товарознавства: Иошатана Кацамаки «Виникнення товарознавства» (1976 р.), Иошнаки Ішиї «Загальна теорія товарознавства» (1977 р.), Такао Ікогаями «Основи теорії товарознавства» (1978 р.), Тамиоши Іошида «Товарознавство» (1978 р.), Мосахару і Копії Акіяма «Введення в сучасне товарознавство» (1979 м.).

Починаючи з 1962 р. кілька разів проводилися міжнародні конгреси товарознавців, на яких обговорювалися загальні питання подальшого розвитку товарознавства. Останній конгрес відбувся в 1989 р. у Німеччині.

Підводячи підсумки історичного шляху розвитку товарознавства як науки і навчальної дисципліни, слід зазначити два основних напрямки: практичне і наукове. Причому на різних етапах розвитку переважав той чи інший напрямок, або обидва напрямки існували спільно.

На ранніх етапах розвитку товарознавства домінував практичний напрямок, для якого були характерні описові підходи до розгляду товарів і відсутність наукового аналізу при оцінці їхніх споживчих властивостей.

В міру нагромадження описової інформації і розвитку природно-наукових методів оцінки якості товарів виникає і розвивається науковий напрямок у товарознавстві. Цьому в чималому ступені сприяв розвиток природничих наук (фізики, хімії, біології), а також прихід у комерційні навчальні заклади вчених з цих областей науки. Поступово цей напрямок стає домінуючим, що впливає і на змістовну частину товарознавства. У ній починають переважати зведення про хімічні і фізичні властивості товарів, методи їхніх досліджень.

Необхідність цього напрямку була викликана недостатністю інформації про склад і властивості різних товарів, а також недостачею наукових і педагогічних кадрів в області товарознавства. Завдяки підготовці таких кадрів товарознавство одержало могутній стимул для подальшого розвитку наукового напрямку, що стало переважним на товарознавчих кафедрах і в науково-дослідних торгових інститутах.

Одночасно в процесі викладання товарознавства був ослаблений практичний напрямок. Це викликало різку критику практиків і викладачів суміжних дисциплін, особливо економічних, а також вимогу реформування змісту навчальних планів, програм і підручників по товарознавству в основному за рахунок включення знань в області фізики, хімії і технології. Суперечка між товарознавцями й економістами про суть товарознавства тривала майже 30 років, виходячи на сторінки наукових журналів і засобів масової інформації, у зали засідань учених рад і наукових конференцій.

У ході цих суперечок лунали абсурдні твердження про марність товарознавчих знань. При цьому робилися посилання на досвід ряду закордонних країн (США, Франції й ін.), де в комерційних навчальних закладах відсутня навчальна дисципліна за назвою «товарознавство». Дійсно, у цих країнах товарознавство або не виділене в особливу навчальну дисципліну і знання товару студенти одержують у курсах технології виробництва, або ця дисципліна носить іншу назву. Наприклад, у деяких американських навчальних закладах у навчальних планах є дисципліни: «Політика в області асортименту», «Політика в області якості».

Одним з аргументів у цих суперечках було твердження, що за якість товару відповідає тільки виробник, тому продавець в умовах ринку буде одержувати товари з гарантованою якістю і може не утруждати себе їх кваліфікованим приймальним контролем. Однак перехід на ринкові відносини виявив пріоритет товарознавчих знань у комерційній діяльності.

Ослаблення контролю за якістю товарів на державному і внутріфірмовому рівні на початку 90-х років привело до насичення ринку неякісними, фальсифікованими, а часом небезпечними товарами вітчизняного й імпортного виробництва.

У результаті була прийнята постанова Уряду Російської Федерації про заходи для захисту споживчого ринку Російської Федерації від проникнення неякісних імпортних товарів» (від 12 липня 1996 р. № 799).

У зв'язку з цим підсилився інтерес практичних торгових працівників до товарознавчих знань, а в середніх і вищих професійних навчальних закладах збільшився конкурс на товарознавчі спеціальності. Усе це зобов'язує на сучасному етапі розвитку товарознавства гармонізувати два напрямки — практичне і наукове, тому що вони доповнюють і збагачують один одного, а також виявляти нові проблеми і шляхи розвитку товарознавства. Одним з найважливіших є використання в товарознавстві маркетингових принципів, зокрема, розгляд предмета товарознавства не тільки як об'єкта комерційної діяльності, але і як засобу задоволення реальних і передбачуваних потреб. Такий підхід викликає необхідність пошуку сучасних шляхів розвитку товарознавства — прогнозування нових товарів, розробки їхніх характеристик з урахуванням передбачуваних потреб.

Однак це не означає відмову від тих традицій російського товарознавства, що були запропоновані його основоположниками і багато хто з яких не втратив актуальності й у наші дні. Більш того, у товарознавстві завжди існували і будуть існувати «вічні» проблеми — вивчення нових товарів і нових споживчих властивостей уже відомих товарів з урахуванням останніх досягнень товарознавчих і суміжних наук. Зі зміною соціально-економічних умов деякі проблеми знову стають злободенними і вимагають нових підходів. До таких проблем відноситься, зокрема, ідентифікація товарів для виявлення і попередження їхньої фальсифікації.

Сучасний етап розвитку науки характеризується інтеграцією різних галузей наукових знань. Ця проблема сьогодні стоїть і перед товарознавством як прикладною наукою. Одним з підходів до інтеграції двох розділів — товарознавства харчових продуктів і товарознавства непродовольчих товарів — є створення загальних для обох розділів теоретичних основ. У них будуть розглянуті основні характеристики всіх товарів незалежно від їхнього призначення.

**Стан споживчого ринку**

Критеріями сучасного стану споживчого ринку можуть служити: стан джерел наповнення ринку товарами; співвідношення попиту та пропозиції, що, у свою чергу, визначає насиченість ринку товарами, ступінь задоволення попиту, широту, повноту і структуру асортименту; якість товарів.

Джерелами наповнення ринку товарами є вітчизняне промислове і сільськогосподарське виробництво, а також імпорт товарів, стан яких визначає повноту і характер пропозиції.

Якщо вітчизняне виробництво не задовольняє цілком попит у силу недостатнього розвитку чи спаду, то це приводить до дефіциту товарів чи збільшенню питомої частки імпортних товарів. Для сучасного стану споживчого ринку характерний спад вітчизняного виробництва і збільшення частки імпортних товарів у структурі асортименту.

Витиснення з ринку вітчизняних товарів імпортними викликано двома основними причинами. По-перше, — це низька конкурентноздатність окремих російських товарів унаслідок поганої якості упакування і маркування (зовні багато імпортних товарів перевершують вітчизняні), а іноді і якості самих товарів, недостатності чи повної відсутності реклами й інших засобів інформації про товар, слабких каналів розподілу, підвищених цін. По-друге, позначається колишня привабливість імпортних товарів, закуповуваних централізовано через державні зовнішньоторговельні організації, хоча в останні роки якість імпортних товарів, що надходять на наш ринок, різко знизилася. За даними Держторгінспекції, бракується від 30 до 80% партій імпортних товарів.

Незважаючи на спад вітчизняного виробництва, насиченість ринку товарами постійно росте не тільки за рахунок імпорту товарів, але і внаслідок падіння платоспроможності попиту.

В умовах насиченого ринку якість вітчизняних товарів поступово поліпшується, тому що виробники товарів починають усвідомлювати, що якість — один з найважливіших критеріїв конкурентноздатності товарів. Однак таке усвідомлення прийшло ще далеко не до усіх виробників, що впливає на імідж російських товарів у цілому.

Перспективи розвитку споживчого ринку зв'язані з мірами державного регулювання сфери торгівлі шляхом підтримки вітчизняного виробника, а також соціально незахищених шарів населення. Поряд з цим важливе значення мають створення і зміцнення інфраструктури торгівлі, конкурентного середовища, проведення всеросійських і міжрегіональних ярмарків; посилення контролю за якістю товарів і дотриманням правил торгівлі.