

Предмет и методы медицинского и фармацевтического товароведения. Потребительные стоимости товара



- 1. Определение, предмет, цель, задачи товароведения.**
- 2. Исторический экскурс.**
- 3. Методы и разделы товароведения.**
- 4. Характеристика дисциплины «Медицинское и фармацевтическое товароведение».**

Товароведение

- это наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительские стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик.
- это научная дисциплина, изучающая потребительные стоимости товара, которые образуют присущие только этому товару свойства или качества.

Потребительная стоимость (свойство) -
способность товара удовлетворять
конкретные потребности человека.

Совокупность таких свойств -
потребительская ценность товара.

Предмет товароведения –
потребительные стоимости товаров,
удовлетворяющие какие-либо потребности
человека.

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

Основные задачи товароведения:

- определение основополагающих характеристик товаров, составляющих потребительную стоимость
- систематизация товаров с применением методов классификации и кодирования
- управление ассортиментом организации
- товароведческая характеристика конкретных товаров
- товароведческий анализ и экспертиза товаров
- информационное обеспечение товародвижения от производителя до потребителя

Исторический экскурс

Этапы истории товароведения:

- I этап (XVI - начало XVIII в.) - **товарно-описательный** (квалифицированное описание товаров с целью ознакомления с их назначением, основными свойствами)
- II этап (начало XVIII - середина XX в.) - **товарно-технологический** (изучаются сырье, материалы, полуфабрикаты, готовые изделия)
- III этап (с середины XX в.) - **товарно-формирующий** (изучаются свойства товаров с целью формирования товаров с заданной общественной потребительной стоимостью)

Разделы товароведения

```
graph TD; A[Разделы товароведения] --> B[Общее товароведение]; A --> C[Частное товароведение]; B --> D[Рассматриваются теоретические основы, которые являются основополагающими для характеристики любых товаров и частных разделов]; C --> E[Изучается обобщенная и систематизированная товароведческая характеристика ассортиментных групп, видов и разновидностей товаров, анализируются состояние и перспективы развития конкретного рынка.]; C --> F[Медицинское и фармацевтическое товароведение];
```

Общее товароведение

Рассматриваются теоретические основы, которые являются основополагающими для характеристики любых товаров и частных разделов

Частное товароведение

Изучается обобщенная и систематизированная товароведческая характеристика ассортиментных групп, видов и разновидностей товаров, анализируются состояние и перспективы развития конкретного рынка.

Медицинское и фармацевтическое товароведение

Методы товароведения

```
graph TD; A[Методы товароведения] --> B[Методы научного познания]; A --> C[Методы практической товароведческой деятельности]; B --> D[✓ Эмпирические (измерительные и органолептические)]; B --> E[✓ Аналитические (методы управления и систематизации)]; C --> F[✓ Методы экспертизы товаров, рекомендуемые НТД для оценки качества]; C --> G[✓ Технологические методы (упаковка, маркирование, хранение)];
```

Методы научного познания

✓ Эмпирические
(измерительные и органолептические)

✓ Аналитические
(методы управления и систематизации)

Методы практической товароведческой деятельности

✓ Методы экспертизы товаров,
рекомендуемые НТД для
оценки качества

✓ Технологические методы
(упаковка, маркирование,
хранение)

Медицинское и фармацевтическое товароведение – наука, изучающая потребительские свойства медицинских и фармацевтических товаров.

Цель МФТв

- изучение ассортимента медицинских и фармацевтических товаров, их товароведческий анализ и маркетинговые исследования товаров в системе товародвижения.
(Н.Б.Дремова)
- формирование товароведческого мышления и выработка умений и навыков по товароведческому анализу медицинских и фармацевтических товаров и факторов, влияющих на их потребительские свойства.

(С.З.Умаров и др.)

Предмет изучения МФТв:

потребительские стоимости медицинских и фармацевтических товаров, применяемых по отдельности или в сочетании между собой в целях:

- профилактика, диагностика, лечение заболеваний и реабилитация
- проведение медицинских процедур и исследований, замена или модификация тканей и органов человека, восстановление или компенсация нарушенных или утраченных физиологических функций
- воздействие без химических, фармакологических, иммунологических или иных взаимодействий на организм человека.

5. Товар: определение, классификация

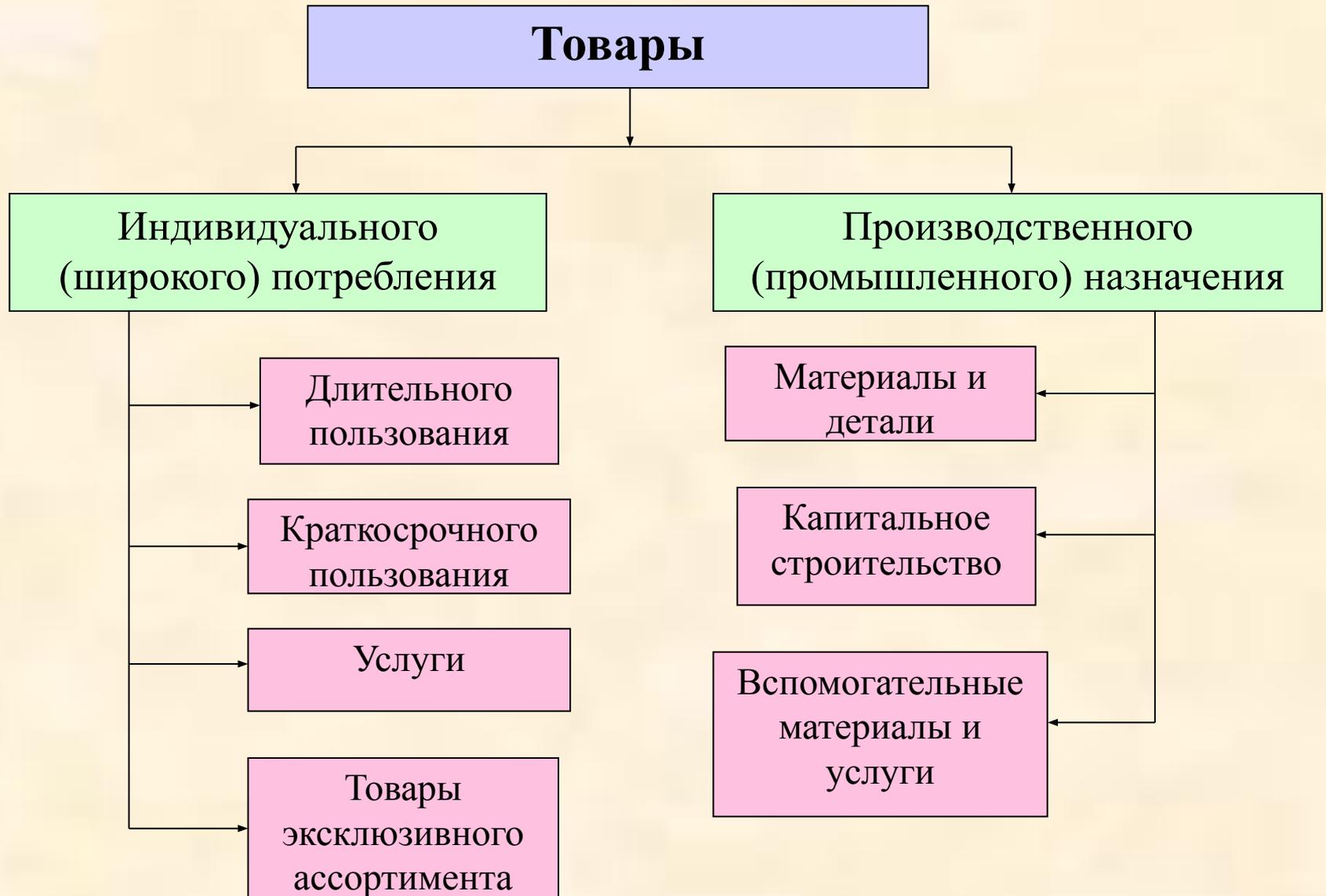
Товар (product)

- все, что может удовлетворить потребности или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования потребителем

Продукция

- СОВОКУПНОСТЬ ПРОДУКТОВ ПРОИЗВОДСТВА
или ОТДЕЛЬНЫЙ ПРОДУКТ ПРОИЗВОДСТВА

Классификация товаров



- 1) **длительного пользования** - приобретаются редко, выдерживают многократное пользование.

- 2) **краткосрочного пользования** - приобретаются часто, потребляются за один или несколько циклов использования.

3) услуги - объекты продажи в виде действий, выгод.

Услуги могут быть связаны с товарами в их материальном виде, а также могут оказываться и в нематериальной форме.

4) товары эксклюзивного ассортимента - если товар отсутствует, то покупатель ждет, пока он не появится на рынке; если покупатель не находит такого товара, то не покупает вообще.

6. Потребительские свойства товаров

Потребительная стоимость (свойство)

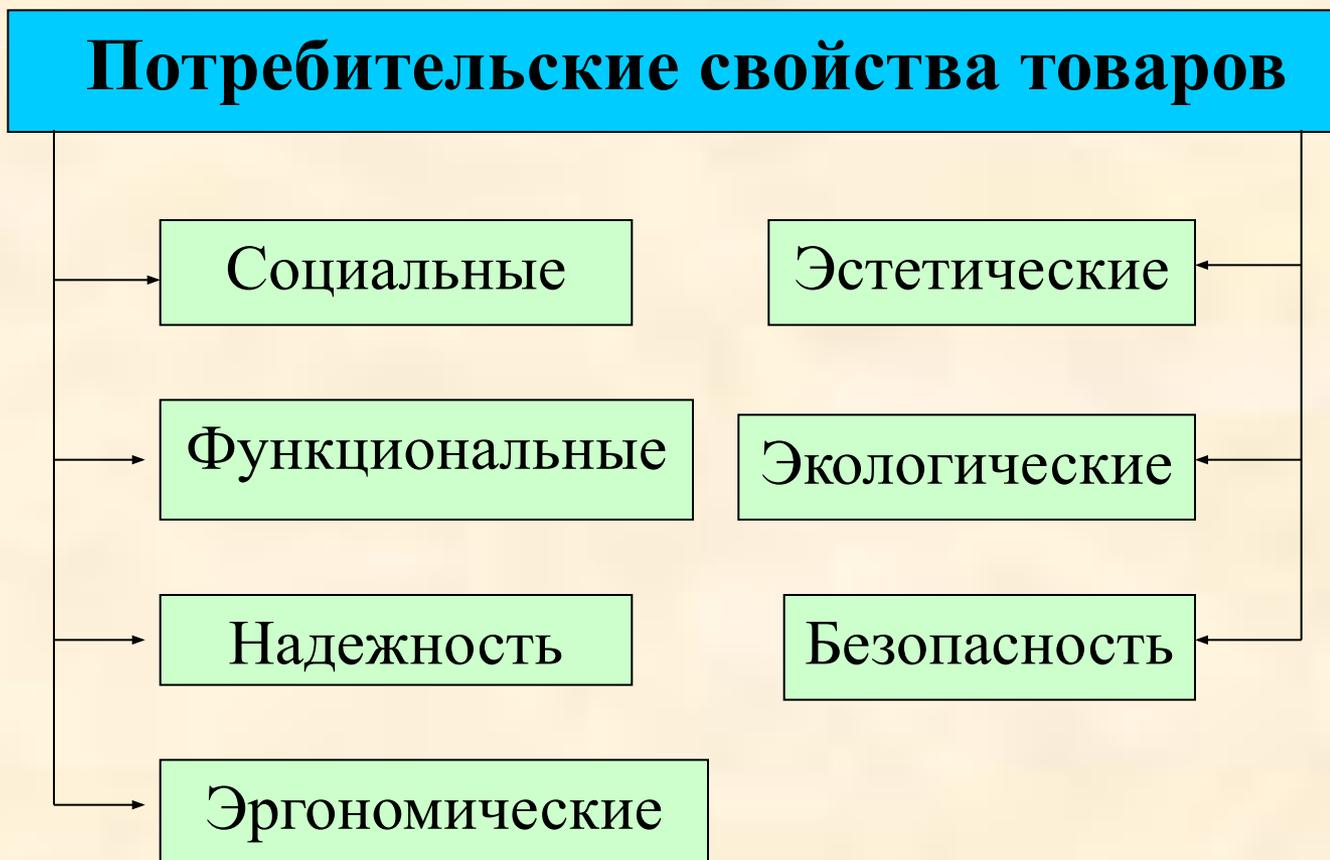
- способность товара удовлетворять конкретные потребности человека.

Совокупность таких свойств - потребительская ценность товара.

К потребительским свойствам относят:

- **эффективность использования изделий по назначению**
- **социальная значимость**
- **практическое применение**
- **удобство пользования**
- **безвредность и эстетическое совершенство.**

Типы потребительских свойств товаров



- **Социальные свойства** – это соответствие товара потребностям общества или его общественную значимость для различных групп потребителей.
- **Функциональные свойства** - это показатели соответствия изделия выполнению основной функции или использованию его по назначению.

- **Надежность** изделий в потреблении - это способность товаров выполнять заданные функции в течение определенного времени.
- **Эргономические** свойства - это показатели удобства и комфорта в процессе эксплуатации изделия, это соответствие изделия особенностям организма человека и обеспечение оптимальных условий пользования им.

Эргономические свойства товара:

- *гигиенические* - соответствие требованиям условий эксплуатации (температура, влажность, гигроскопичность и т. д.)
- *антропометрические* - соответствие конструкции изделия форме и массе тела человека
- *физиологические и психофизиологические* - соответствие конструкции органам чувств и мышечной энергии человека
- *психологические* - соответствие изделий восприятию, мышлению и памяти человека

- **Эстетические** свойства – это отражение информационной выразительности и гармоничности, рациональности формы, конструкции, внешнего оформления, целостности композиции, совершенства исполнения.
- **Экологические** свойства – это защита окружающей среды от выделений вредных веществ при производстве, транспортировке, хранении и эксплуатации товара.
- **Безопасность** потребления – это обеспечение безопасности человека при использовании изделием.

"Жесткие" параметры используются для оценки важнейших функций товара и связанных с ними основных характеристик, заданных конструктивными принципами изделия:

- **технические** (классификационные, технической эффективности, конструктивные)
- **экономические** (себестоимость, цена и т. п.)
- **нормативные** (соответствие стандартам, нормативам и т. п.).

"Мягкие" параметры применяют для характеристики эстетических свойств товара (дизайн, цвет, упаковка и т. п.)

7. Основные характеристики товара

Характеристики товара

```
graph TD; A[Характеристики товара] --> B[ассортиментная]; A --> C[качественная]; A --> D[количественная]; A --> E[стоимостная];
```

ассортиментная

качественная

количественная

стоимостная

- **Ассортиментная характеристика** - это совокупность отличительных видовых свойств и признаков товаров, определяющих их функциональное и/или социальное назначение.
- **Качественная характеристика** - это безопасность, экологичность и др.

- **Количественная характеристика** - это совокупность определенных внутривидовых свойств, выраженная с помощью физических величин и единиц их измерения, которые обычно нормируются.
- **Стоимостная характеристика** отражает реальные затраты на производство и доведение товара до потребителя.