

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський державний університет харчування та торгівлі

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТОВАРОЗНАВСТВА

Візуальне супроводження курсу
для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»
освітній ступінь бакалавр

Харків
ХДУХТ
2018

Візуальне супроводження курсу «Теоретичні основи товарознавства» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітній ступінь бакалавр [Електронний ресурс] / укладач Т. В. Щербакова. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2019. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.

Укладач канд. техн. наук, доц. Т. В. Щербакова

Рецензент: д-р. техн. наук, проф. Г. В. Дейниченко

Кафедра товарознавства та експертизи товарів

Схвалено методичною комісією ХДУХТ за спеціальністю
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Протокол від 15 травня 2018 року № 9

Схвалено вченою радою ХДУХТ
Протокол від 06 липня 2018 року № 14

Схвалено редакційно-видавничою радою ХДУХТ
Протокол від 04 липня 2018 року № 8

© Щербакова Т. В., укладач, 2018
© Харківський державний університет
харчування та торгівлі, 2018

ТЕМА 1. ТОВАРОЗНАВСТВО В СИСТЕМІ НАУК ПРО ТОВАРИ І ТОРГІВЛЮ. ОБ'ЄКТ І ПРЕДМЕТ ТОВАРОЗНАВСТВА

Питання до теми

1. Товар у сфері виробництва, обміну та експлуатації або споживання.
2. Предмет, зміст і завдання сучасного товарознавства.
3. Об'єкти та суб'єкти товарознавства.
4. Зв'язок товарознавства з іншими науками.



1. Товар у сфері виробництва, обміну та експлуатації або споживання

У наш час людина живе у світі товарів, що:

1) виробляються



2) продаються



3) купуються



4) споживаються



5) експлуатуються



Товар є насамперед зовнішній предмет, річ, що, завдяки її властивостям, задовольняє які-небудь людські потреби.

К. Маркс

Із розвитком людського суспільства товари зазнають таких змін:

- перестають використовуватися (моральне старіння) і поступово зникають із товарообміну;
- видозмінюються:
 - форма;
 - функції, що виконують;
 - матеріал, з якого виготовляють;
- з'являються нові товари.

Між виробником і споживачем товару сполучною ланкою є торгівля:



Виробник зацікавлений виробити товар дешевше й продати дорожче; торгівля (посередник) – купити дешевше й вигідно продати; споживач – купити дешевше й максимально задовольнити власні потреби.

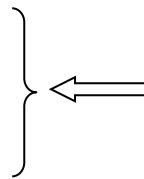
Споживач товару – особа чи група, які придбають або мають намір придбати товар і використовують за призначенням для задоволення певної потреби
(ДСТУ 3993-2000)

Основна діяльність торгової організації – комерційна операція, здійснення якої передбачає одержання прибутку, що в загальному вигляді можна представити такою схемою:

$$\text{Прибуток} = (\text{ціна роздрібна}) - (\text{ціна оптова})$$



транспортування
зберігання
експлуатація магазину
зарплата



Визначається ринком і у певний проміжок часу має постійний характер

Ризик втратити вкладені кошти (капітал) міститься переважно в товарі.

2. Предмет, зміст і завдання сучасного товарознавства

Основним нормативним документом, що визначає терміни та визначення, які використовуються у товарознавстві, є **ДСТУ 3993-2000 «Товарознавство. Терміни та визначення»**.

Продукт виробництва, надійшовши до сфери обігу (торгівлі), набуває форми товару, а потім купується споживачем, перетворюючись на предмет споживання.

Предмет споживання – придбаний товар, який використовується споживачем для задоволення матеріальних потреб

(ДСТУ 3993-2000)

Предмет товарознавства – споживна вартість (цінність) товарів, закономірності її прояву і збереження

(ДСТУ 3993-2000)

Усі товари як продукти праці мають споживну вартість

- товари як продукти праці для задоволення особистих потреб людини (продукти харчування, одяг, взуття)



- товари як засоби виробництва матеріальних благ (сировина, верстати, машини)



Споживання товару – використання товару споживачем за призначенням для задоволення певної потреби

(ДСТУ 3993-2000)

Експлуатація товару – використання споживачем непродовольчих товарів за призначенням згідно з правилами експлуатації

(ДСТУ 3993-2000)

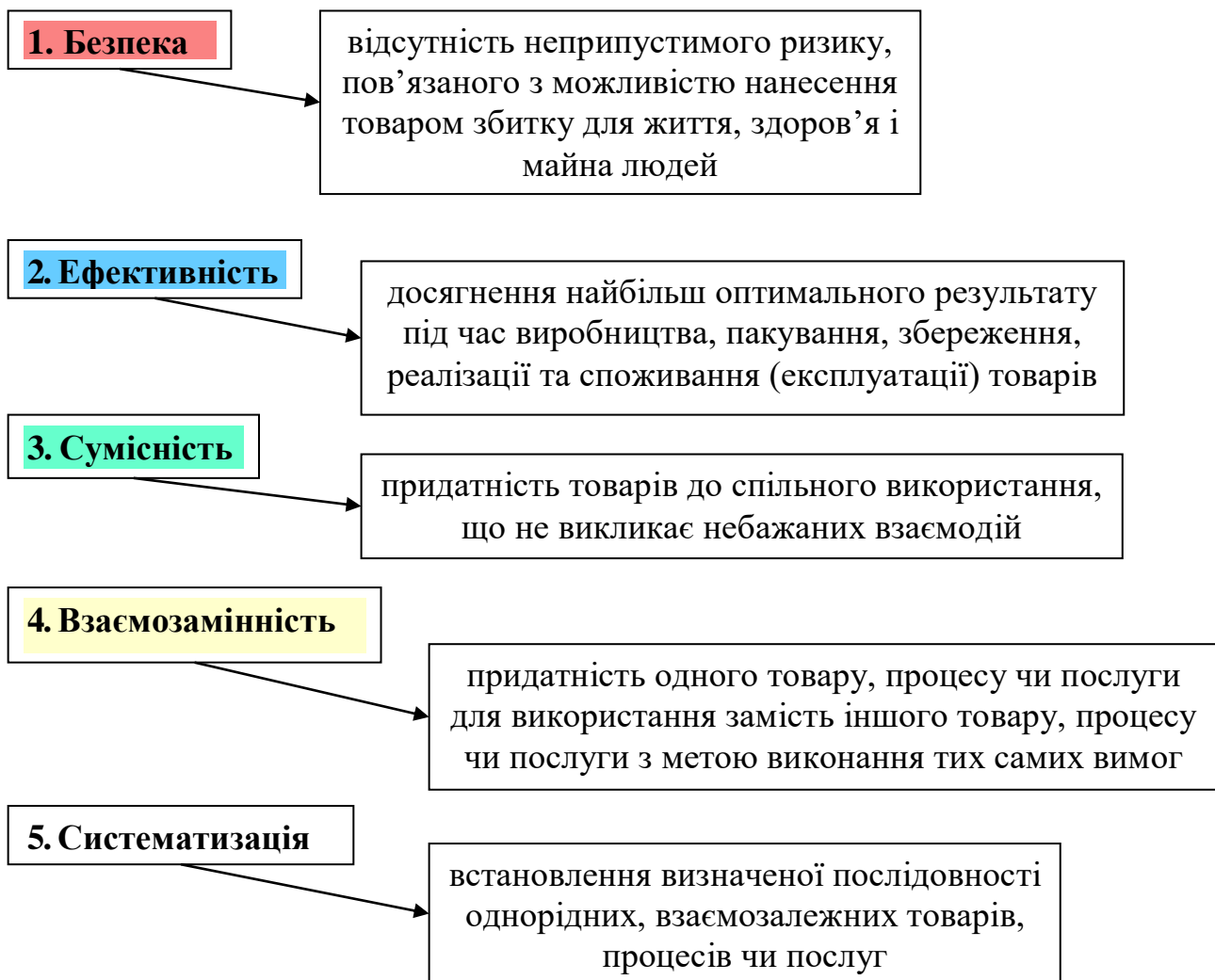
Споживна вартість, притаманна окремому продукту або набору продуктів, призначених для задоволення якої-небудь конкретної потреби людини, – це *одинична суспільна споживна вартість*.

Товарознавство – наукова дисципліна, яка системно вивчає товари на всіх етапах життєвого циклу, методи пізнання їхньої споживної вартості (цінності), закономірності формування асортименту та вимог до якості для забезпечення ефективності їх виробництва, обігу та споживання

(ДСТУ 3993-2000)

Мета товарознавства – вивчення основних характеристик товару, що складають його споживчу вартість, а також їх змін на всіх етапах товароруху.

Принципи товарознавства:



3. Об'єкти та суб'єкти товарознавства

Об'єкт товарознавства – товари як продукти праці для задоволення потреб споживача та методи їх теоретичного і практичного пізнання

(ДСТУ 3993-2000)

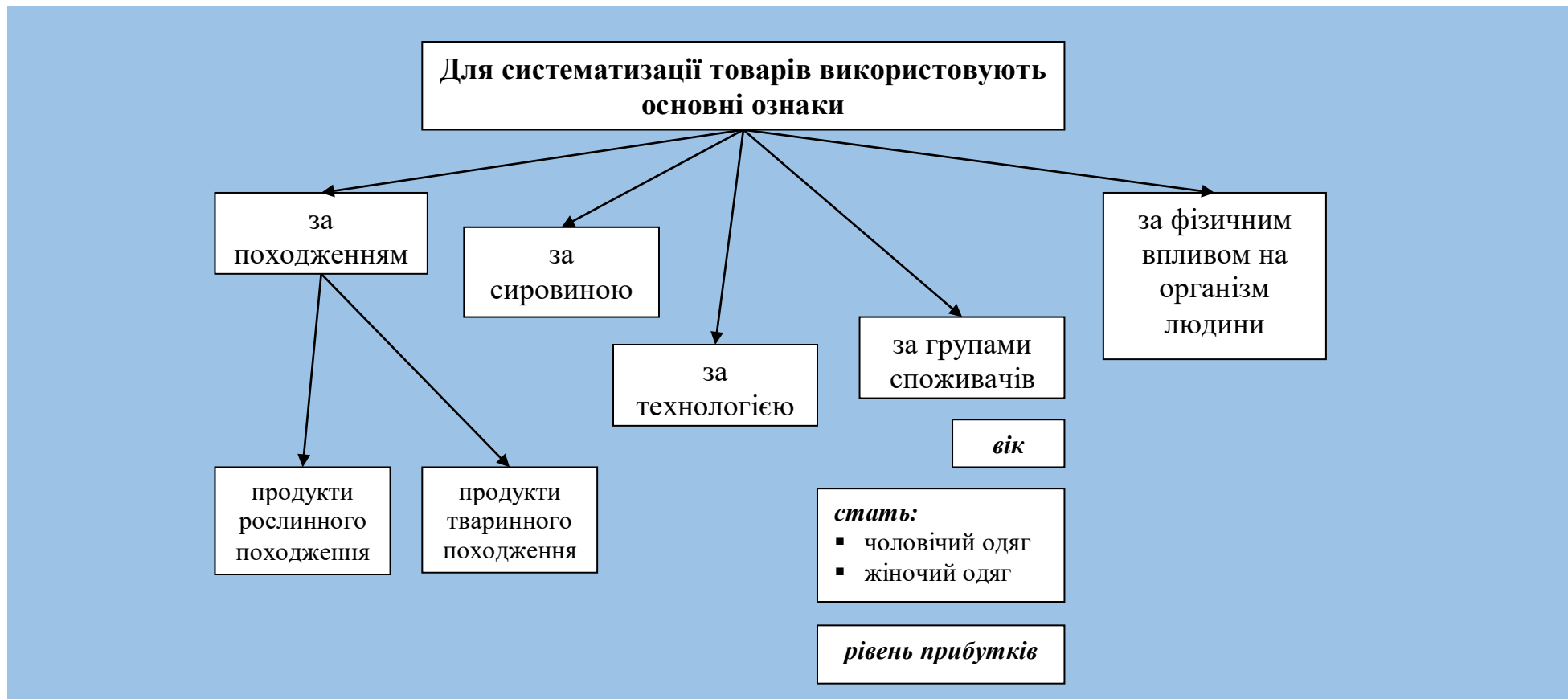
Товар – будь-яка річ, що на момент надходження в обіг, повинна бути відокремлена з-поміж інших за визначальними ознаками для конкретного договору купівлі-продажу

(ДСТУ 3993-2000)

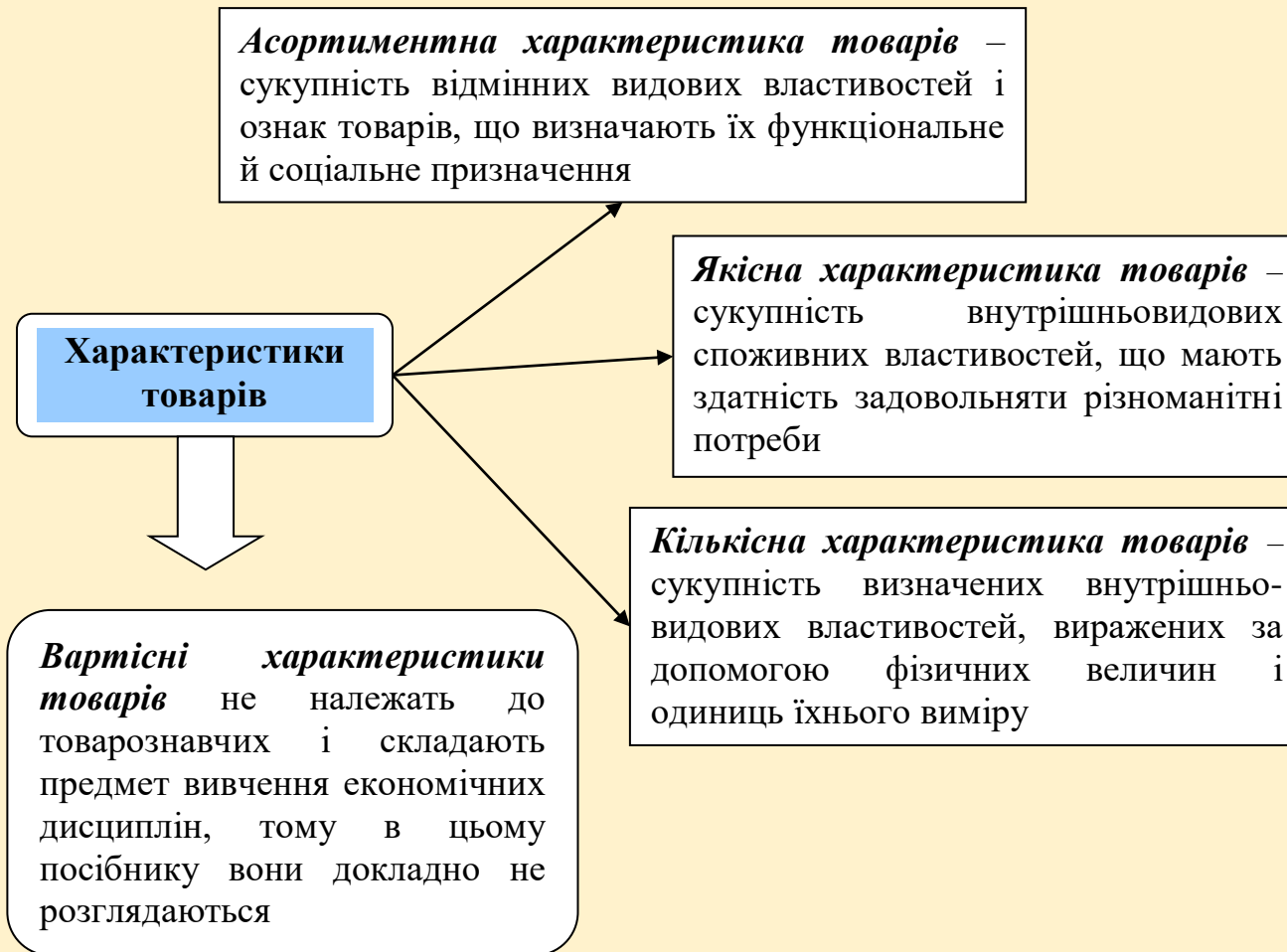
Новий товар – виріб, який містить нові чи додаткові функційні можливості, зміни у формі, дизайні або пакуванні, що мають значення для споживачів

(ДСТУ 3993-2000)

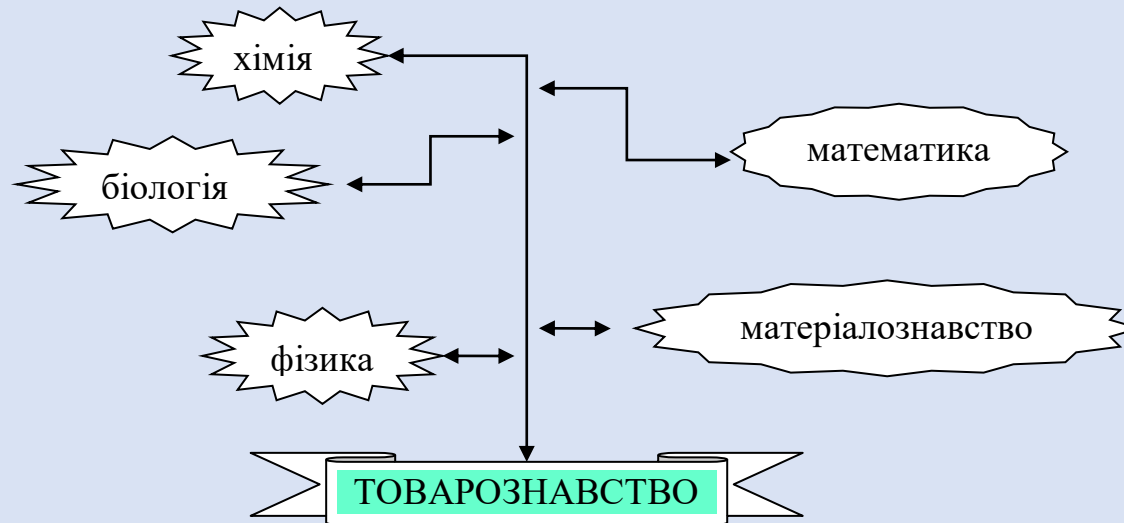




Товари як об'єкт товарознавчої діяльності мають наступні основні характеристики:



4. Зв'язок товарознавства з іншими науками



ТЕМА 2. МЕТОДОЛОГІЯ ТОВАРОЗНАВСТВА

Питання до теми

1. Товарознавчі категорії.
2. Методи наукового пізнання.
3. Методи практичної товарознавчої діяльності.



1. Товарознавчі категорії

Категорії виникли й розвиваються як результат узагальнення історичного розвитку пізнання й суспільної практики.

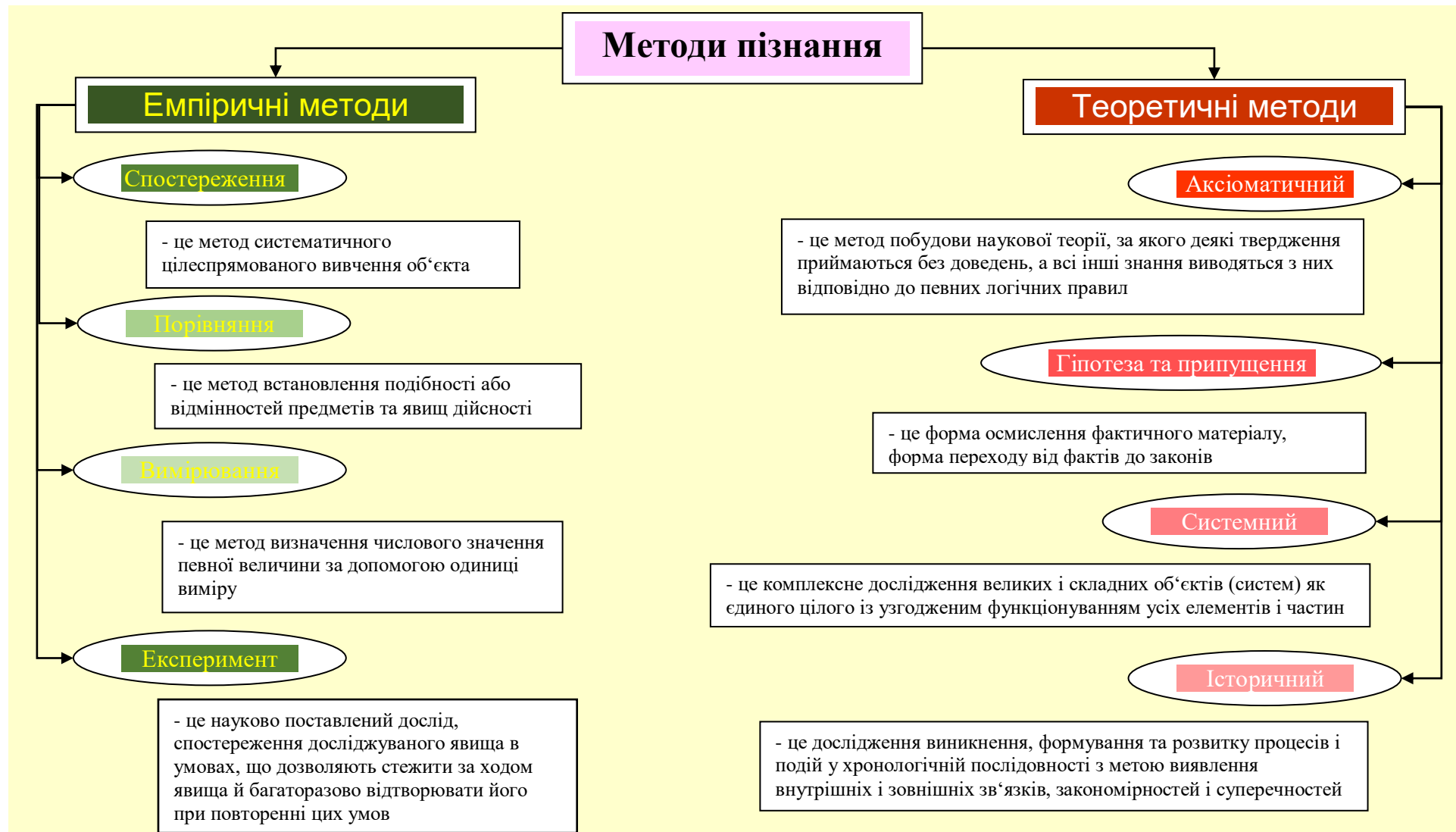
У науковому пізнанні виділяють категорії, які визначають предмет конкретної науки.

Категорія (від гр. «kategoria») – це філософське загальне поняття, що відображає найбільш істотні властивості й відносини предметів, явищ об'єктивного світу, а також групу предметів, явищ, осіб, об'єднаних спільністю яких-небудь ознак.

Споживна вартість (цінність) товару – корисність товару, яка визначається сукупністю його споживних властивостей і проявляється через задоволення потреб відповідно до призначення товару, його кількості і встановлених умов споживання або експлуатації

(ДСТУ 3993-2000)

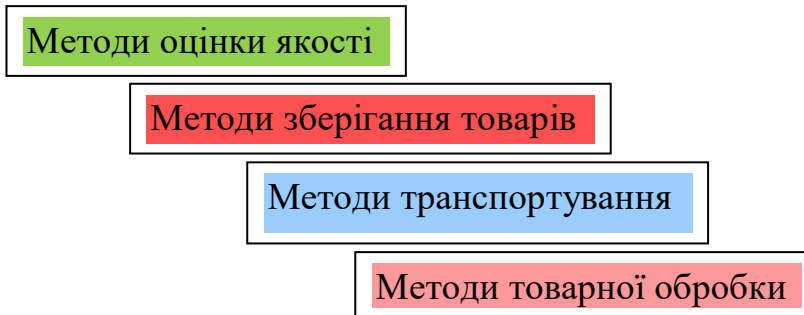
2. Методи наукового пізнання



3. Методи практичної товарознавчої діяльності

Метод товарознавства – системний підхід до пізнання споживної вартості (цінності) товарів і вивчення закономірностей її прояву й збереження
(ДСТУ 3993-2000)

Методи практичної товарознавчої діяльності – методи, які використовуються товарознавцями в професійній діяльності для забезпечення раціонального товароруху:

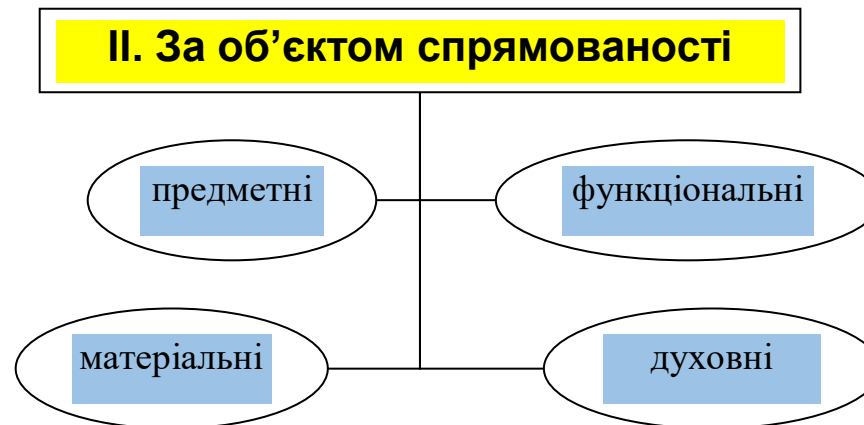


1. Класифікація потреб людини

Потреби – це відображення об'єктивно необхідного споживання людини, зумовленого соціальними умовами життя й рівнем культури

Потреби соціальних суб'єктів (особистості, соціальних груп) і суспільства загалом залежать від рівня розвитку цього суспільства, а також від специфічних соціальних умов їхньої діяльності

Потреби суспільства й насамперед економічні потреби як основа усього суспільного виробництва об'єктивні. Усвідомлені суспільством, соціальними групами й індивідами потреби є їхніми інтересами



III. За сферою життєдіяльності

1. Потреби біологічні

внутрішні

потреби в речовинах та енергетичних ресурсах

зовнішні

потреби захисту організму від несприятливих факторів зовнішнього середовища



2. Потреби соціальні

спілкування

самоствердження

моральні



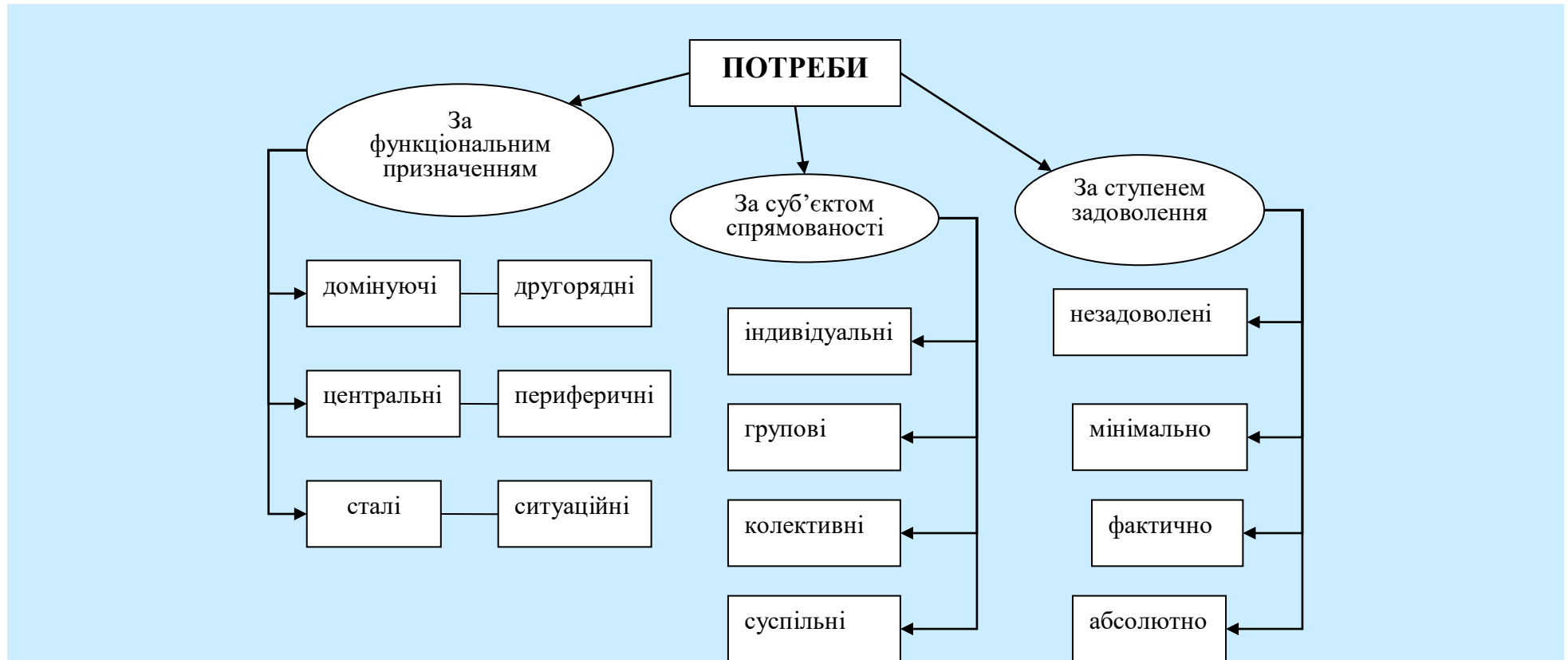
3. Потреби інтелектуальні

1 рівень – пізнавальні

2 рівень – творчі



Класифікація потреб може відбуватися за іншими критеріями:



2. Чинники формування потреб

Традиція (від лат. «traditio» – передача; оповідання):

- 1) історично сформовані й передані з покоління в покоління звичаї, порядки, правила поведінки;
- 2) звичай, що встановився, порядок у поведінці, побуті

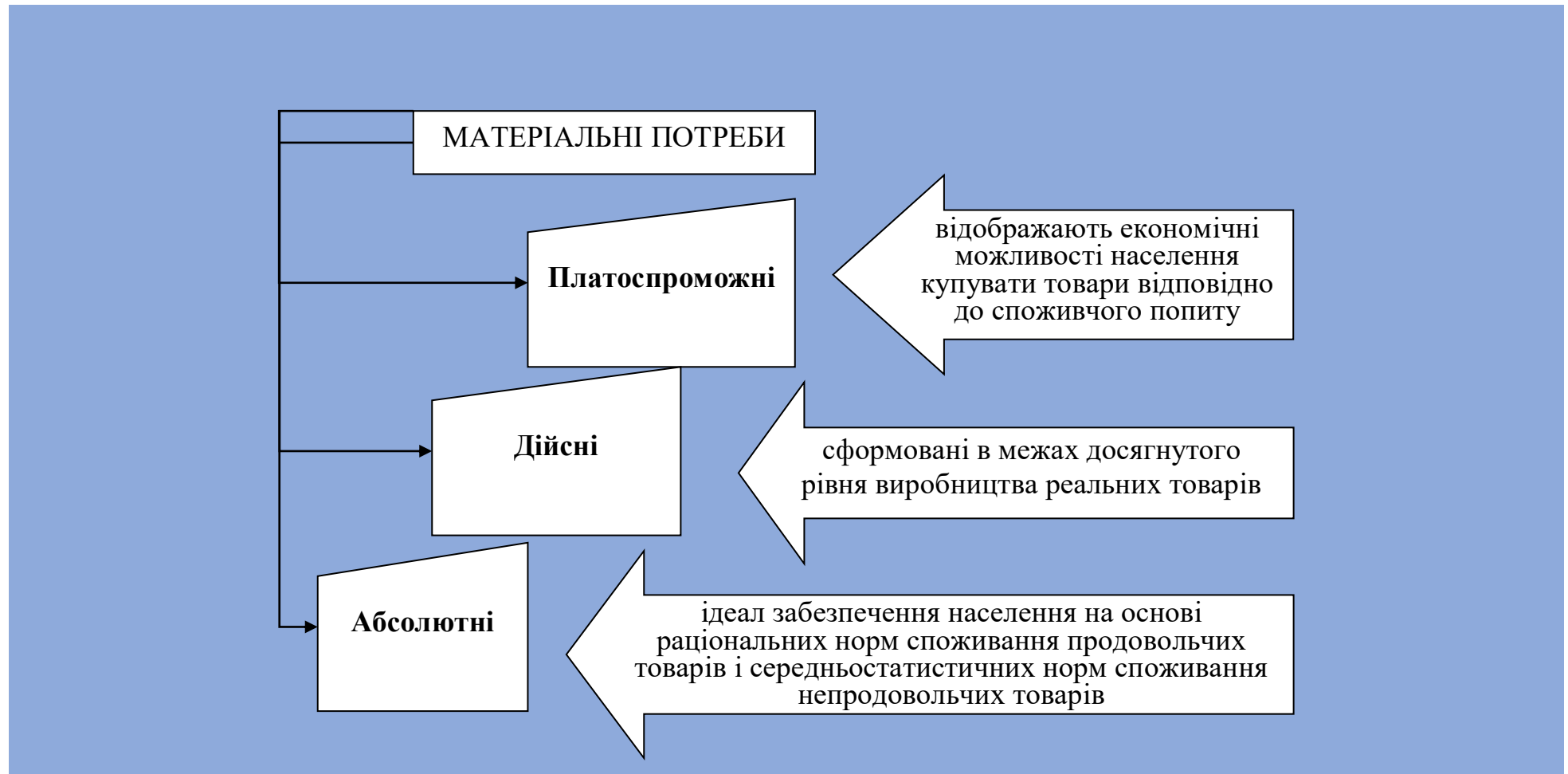
Мода (від фр. «mode», лат. «modus» – захід, образ, спосіб, правило) – 1) панування в певний час у визначеному середовищі тих або інших смаків відносно одягу, предметів побуту тощо

Особистісно-групові чинники визначаються характером потреб, що залежать від приналежності суб'єкта до певної соціальної групи

3. Типи споживання і типологія споживачів



4. Потреби людини у товарах



**Потреби дорослої людини (18 – 29 років) в мінеральних речовинах і вітамінах
(раціональне харчування)**

Харчові речовини	Добова потреба, мг
<i>Мінеральні елементи</i>	
Ca	800
P	1200
Mg	400
Fe	14
Na	4000–6000
K	2500–5000
<i>Вітаміни</i>	
B ₁	1,7
B ₂	2,0
PP	19
B ₆	2,0
B ₁₂	3,0
C	70
A	1000 мкг
E	151 МЕ ¹⁾
D	100 МЕ ²⁾

1) 15 МЕ = 10 мг – токоферолу.

2) 100 МЕ = 205 мкг вітаміну D.

Енергетичні затрати чоловіків та жінок різних груп (за інтенсивністю праці)

<i>Група за інтенсивністю праці</i>	<i>Характер праці</i>	<i>Потреба в енергії, ккал</i>	
		чоловіки	жінки
1	Люди переважно розумової праці	2800–2550	2400–2200
2	Люди легкої фізичної праці	3000–2750	2550–2350
3	Люди фізичної праці середньої важкості	3200–2950	2700–2500
4	Люди значної фізичної праці	3700–3450	3150–2900
5	Люди важкої фізичної праці	4300–3900	–

ТЕМА 4. ВИМОГИ ДО ТОВАРІВ

Питання до теми

1. **Поняття про вимоги до товарів**
2. **Класифікація вимог до товарів за різними ознаками**



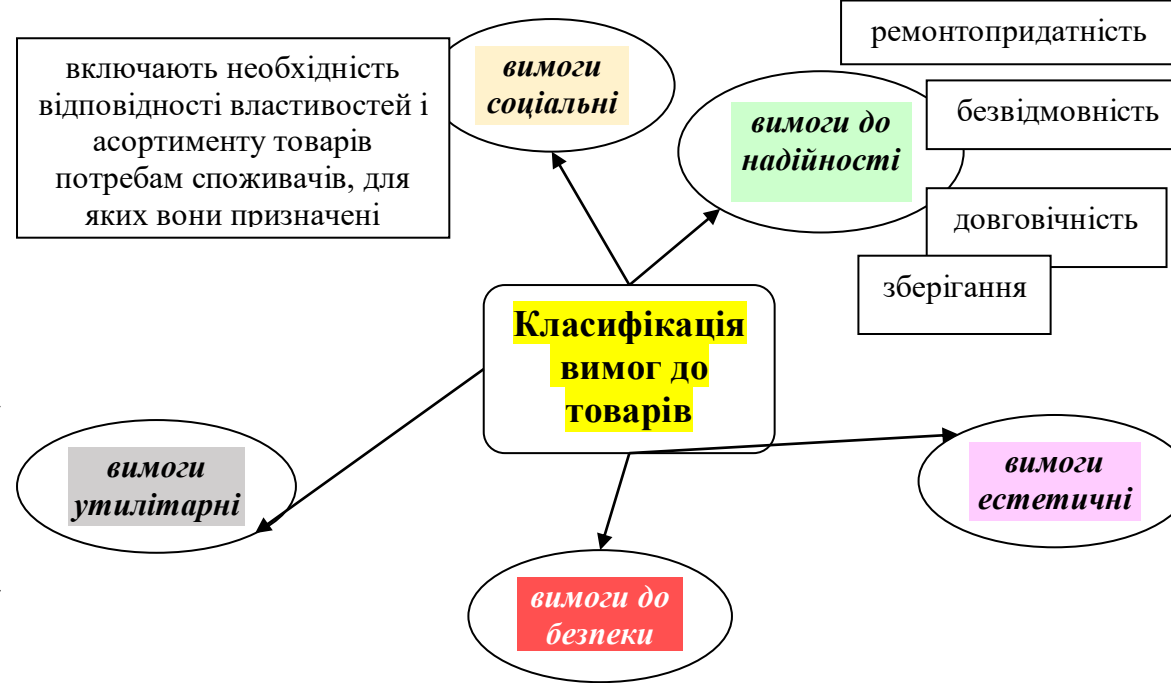
1. Поняття про вимоги до товарів

Вимоги до товару – сукупність якісних і кількісних характеристик товару, які відображають уявлення його споживачів про необхідну цінність товару в разі використання його за призначенням у встановлених умовах обігу і споживання
(ДСТУ 3993-2000)

Функційність товару – споживна властивість товару, яка обумовлює його використання за призначенням як предмета споживання
(ДСТУ 3993-2000)



2. Класифікація вимог до товарів за різними ознаками



Ергономічна вимога до товару – вимога, яка визначається антропометричними, фізіологічними, психологічними особливостями людини та обумовлює зручність і комфорт його споживання
(ДСТУ 3993-2000)

ТЕМА 5. ВЛАСТИВОСТІ ТОВАРІВ

Питання до теми

1. Загальні поняття про властивості матеріальних і нематеріальних об'єктів
2. Класифікація натуральних властивостей товарів
3. Номенклатура споживних властивостей товарів



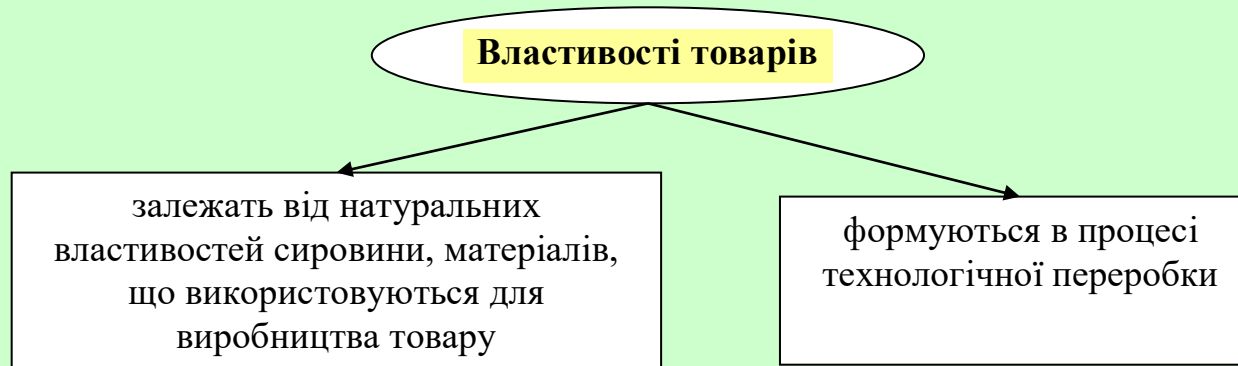
1. Загальні поняття про властивості матеріальних і нематеріальних об'єктів

Властивість товару – об'єктивна особливість товару, яка проявляється у сфері товарного обігу, споживання або експлуатації

(ДСТУ 3993-2000)

Споживна властивість товару – властивість товару, яка обумовлює його корисність і здатність задовольняти потреби споживачів і проявляється в процесі споживання

(ДСТУ 3993-2000)



2. Класифікація натуральних властивостей товарів

Натуральні властивості різних груп товарів

1. Хімічні:

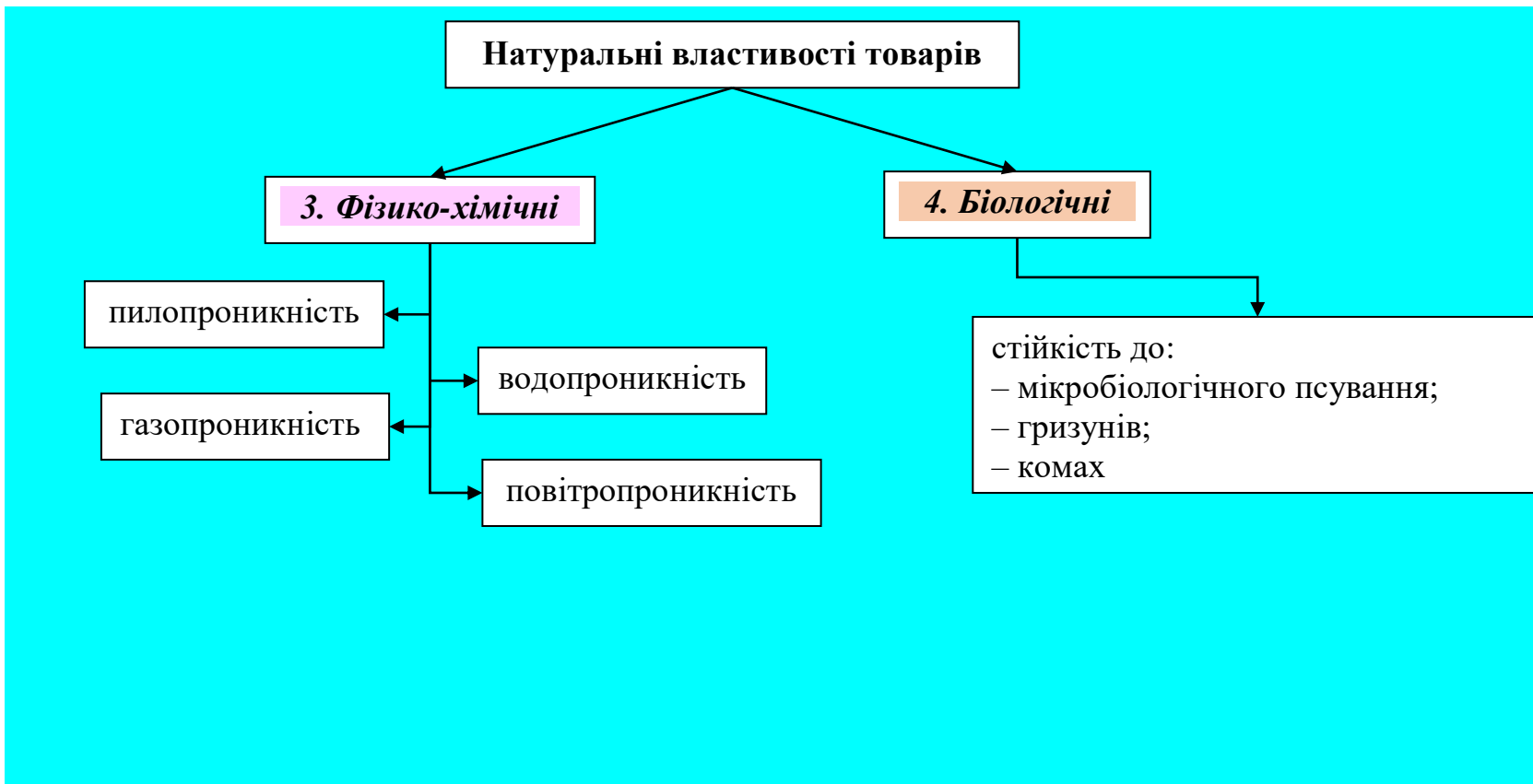
характеризують реагування матеріалу або готового виробу на дію різних хімічних речовин

- водостійкість
- кислотостійкість

- лугостійкість
- стійкість до світлопогоди



- стійкість на дію окиснювачів, відновників, органічних розчинників



4. Номенклатура споживних властивостей товарів



ТЕМА 5.1. ВЛАСТИВОСТІ ТОВАРІВ

Питання до теми

1. Споживні властивості призначення
2. Споживні властивості надійності товарів
3. Ергономічні властивості товарів
4. Естетичні властивості товарів
5. Екологічні властивості товарів та показники, що їх характеризують
6. Властивості безпеки та показники, що їх характеризують



1. Споживні властивості призначення

Властивість призначення – це здатність товарів задовольняти фізіологічні й соціальні потреби

Показники призначення характеризують властивості товару, які визначають його основні функції

Функційність товару – споживна властивість товару, яка обумовлює його використання за призначенням як предмета споживання

(ДСТУ 3993-2000)

Показники функціональних властивостей товарів

Показники досконалості виконання основної функції

характеризують корисний ефект споживання.

Показники універсальності

характеризують:
– діапазон можливостей використання товару,
– виконання додаткових функцій.

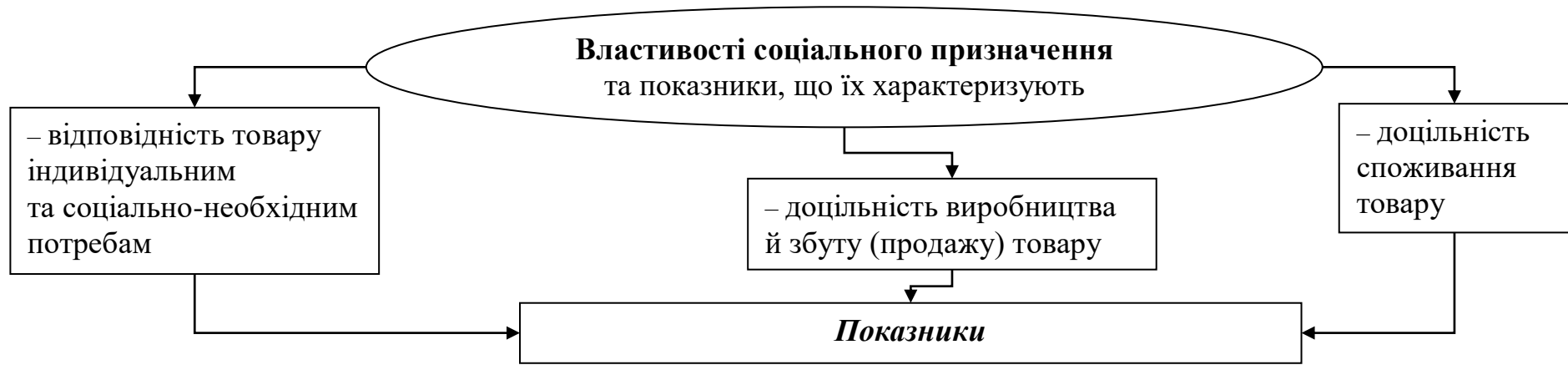
Показники виконання допоміжних функцій

характеризують поведінку товару під час:
– транспортування,
– зберігання,
– обслуговування,
– ремонту.

якісні

кількісні





Методи дослідження показників призначення

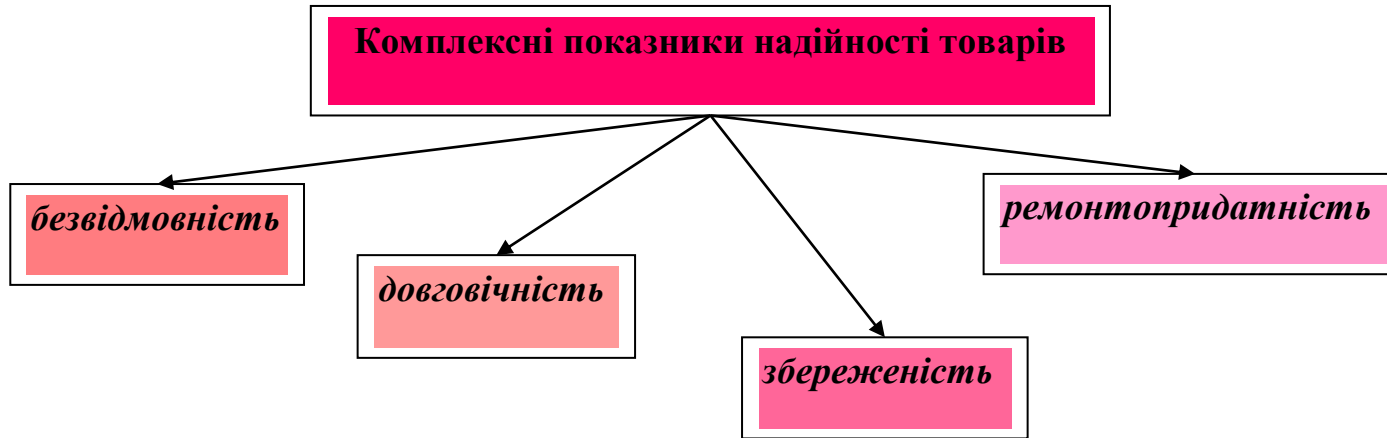


2. Споживні властивості надійності товарів

Надійність – якісна характеристика товару, яка визначає властивість зберігати в установлених межах значення всіх параметрів щодо здатності виконувати потрібні функції в заданих режимах та умовах застосування, технічного обслуговування, зберігання та транспортування

(ДСТУ 3993-2000)

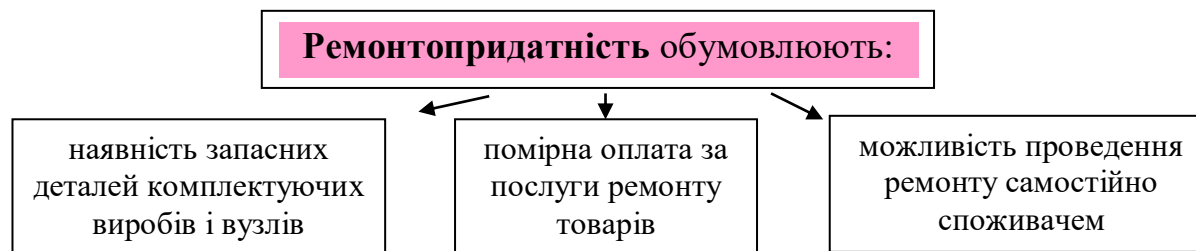


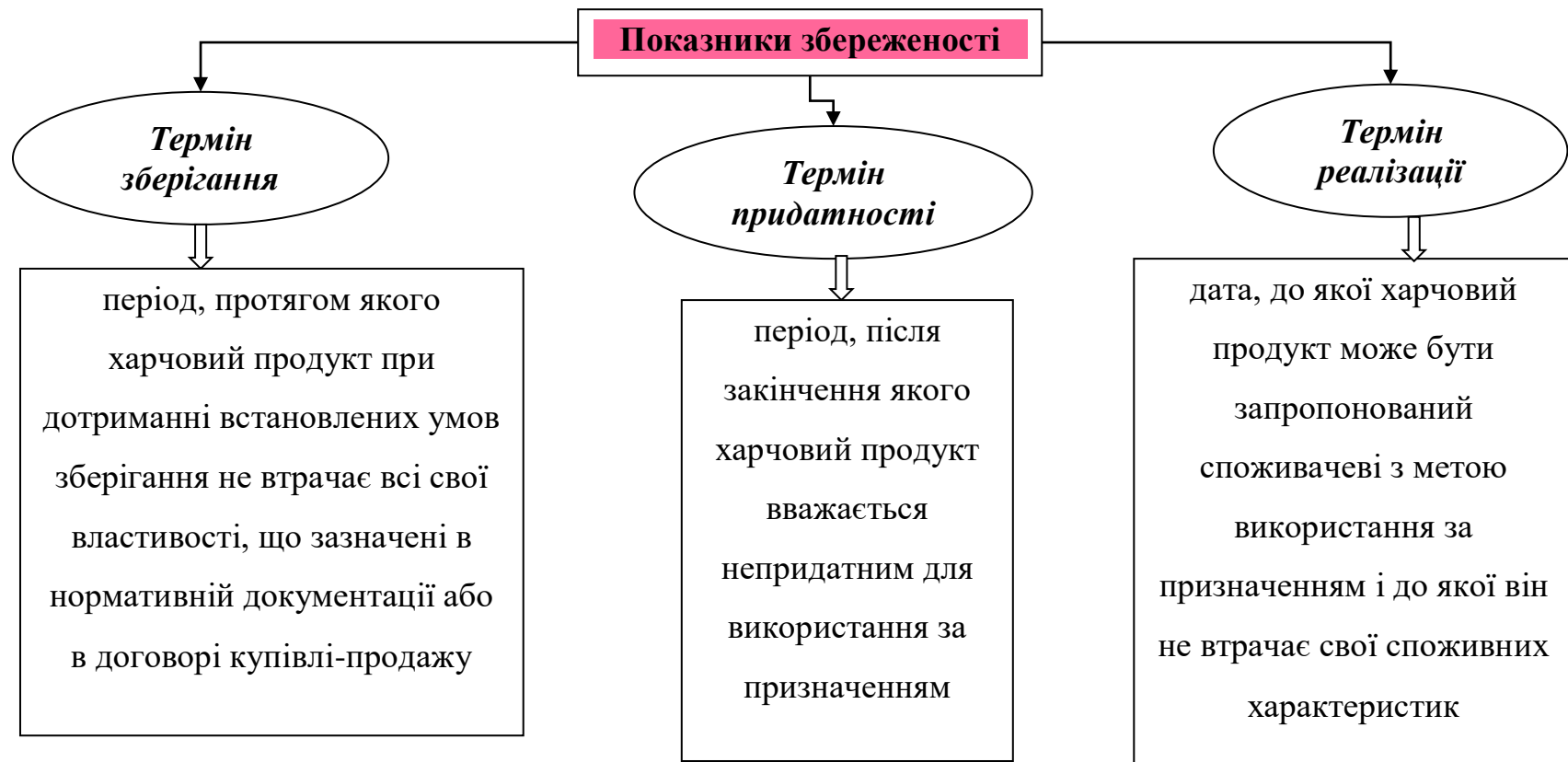


Довговічність – споживна властивість товару виконувати потрібні функції до переходу в граничний стан за умови встановленої системи технічного обслуговування та ремонту

Термін придатності товару – це період, протягом якого товар за фізико-хімічними, медико-біологічними показниками, у разі додержання належних умов зберігання, визнається виробником придатним для використання за призначенням
(ДСТУ 3993-2000)

Гарантійний термін – це проміжок календарного часу, протягом якого діє відповідальність виробника (продавця, виконавця) за відповідність проданого ним товару вимогам нормативних документів, договору за умови дотримання споживачем правил його експлуатації, використання та зберігання
(ДСТУ 3993-2000)

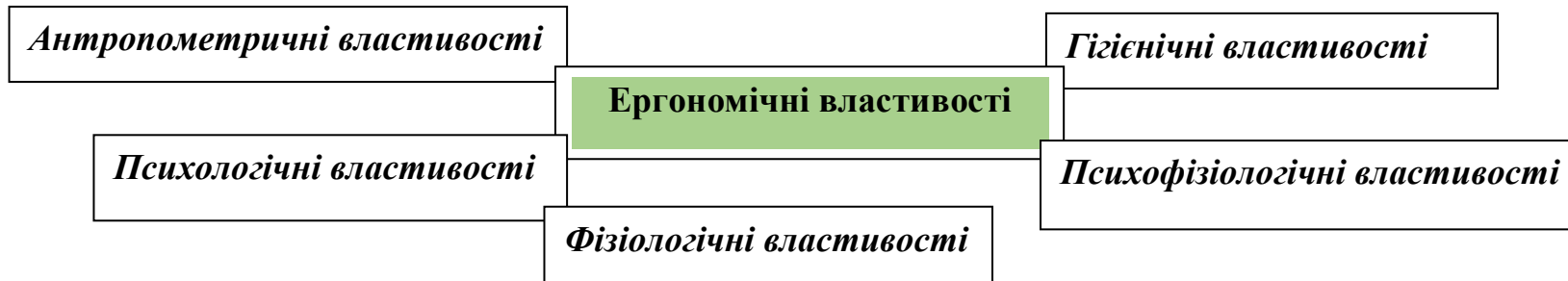




3. Ергономічні властивості товарів

Ергономічність товару – це споживна властивість, що характеризує зручність і комфорт споживання або експлуатації товару на всіх етапах функціонального процесу в системі «людина – товар – середовище».

Ергономіка (від гр. «ergon» робота + «nomos» закон) – наукова дисципліна, що вивчає трудові процеси з метою створення оптимальних умов праці, що сприяє збільшенню його продуктивності, а також забезпечує необхідні зручності й зберігає сили, здоров'я й працездатність людини



4. Естетичні властивості товарів

Естетичність товару – споживна властивість товару, яка характеризує його інформаційну виразність, раціональність форми, цілісність композиції

(ДСТУ 3993-2000)



5. Екологічні властивості товарів та показники, що їх характеризують

Екологічність товару – споживна властивість товару, яка в разі його споживання проявляється в його впливі на довкілля

(ДСТУ 3993-2000)

Перелік видів екологічно небезпечної продукції та відповідних екологічних вимог

Вид продукції	Екологічні вимоги (включаються в стандарти)
1. Речовини й матеріали	
Паливо (вугілля, газ, дизельне паливо)	Вміст сірки
Бензин, барвники	Вміст свинцю
Миючі засоби	Вміст триполіфосфату натрію, швидкість розкладання в природному середовищі
Пестициди, Мінеральні добрива, Дезінфекційні засоби, Розчинники, фарби, лаки	ГДК, класи екологічної безпеки, швидкість розкладання в природних середах, правила зберігання й застосування
Озоно-руйнуючі речовини	Скорочення виробництва, удосконалення способу використання в охолоджуючих і аерозольних пристроях і вогнегасниках
2. Транспортні засоби	
Двигуни внутрішнього згоряння, що застосовуються в автотранспорті, на літаках і судах	Концентрація забруднюючих речовин у вихлопних газах, рівень шуму, вібрації

6. Властивості безпеки та показники, що їх характеризують

Безпечність товару – споживна властивість товару, за якої ризик заподіяння шкоди здоров'ю людини та довкіллю в разі споживання товару обмежений допустимим рівнем

(ДСТУ 3993-2000)

Показники безпеки характеризують ступінь захисту людини від впливу небезпечних або шкідливих чинників, які можуть виникнути під час використання товару (експлуатації, споживання).

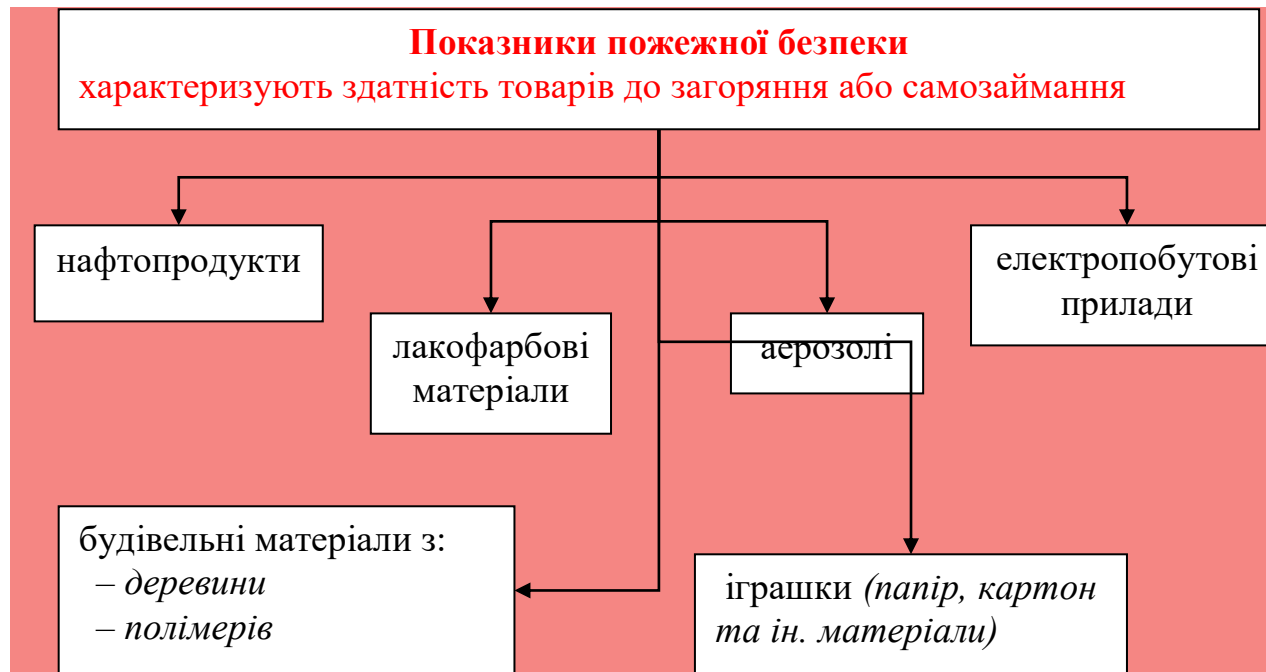
Показники механічної безпеки застосовуються для оцінки рівня якості непродовольчих товарів.

Показники термічної безпеки нормуються тільки для непродовольчих товарів, функціонування яких пов'язане з нагріванням до високих температур – електропобутові нагрівальні прилади, посуд для подавання або прийому гарячої їжі.

Показники електричної безпеки нормуються для виробів, які працюють від електричного струму, а також для струмопровідних або ізоляційних матеріалів.

Показники електромагнітної безпеки враховуються під час оцінки рівня якості електропобутових приладів – НВЧ-піч, комп'ютер, кольоровий телевізор.

Показники хімічної безпеки обумовлюють припустиму кількість токсичних речовин.



Безпечність харчових продуктів – відсутність токсичного, канцерогенного, мутагенного та іншого несприятливого діяння продуктів харчування на організм людини під час використання їх у фізіологічно прийнятних кількостях

(ДСТУ 3993-2000)

ТЕМА 5.2. ХАРАКТЕРИСТИКА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

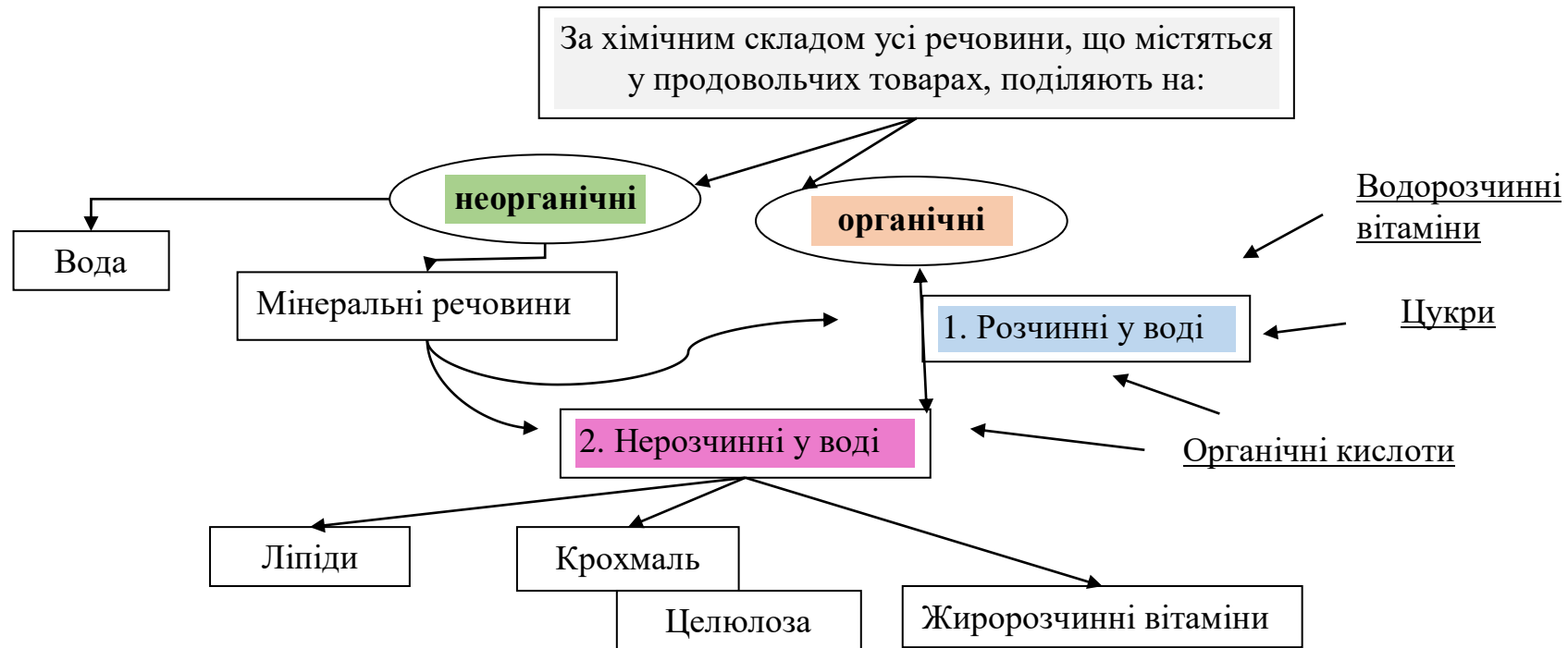
Питання до теми

- 1. Класифікація хімічних речовин харчових продуктів**
- 2. Характеристика харчової цінності**
- 3. Енергетична цінність харчових продуктів**
- 4. Біологічна цінність харчових продуктів**
- 5. Фізіологічна цінність продукту**
- 6. Лікувально-профілактична цінність харчових продуктів**
- 7. Органолептична цінність, доброякісність та безпечність харчових продуктів**



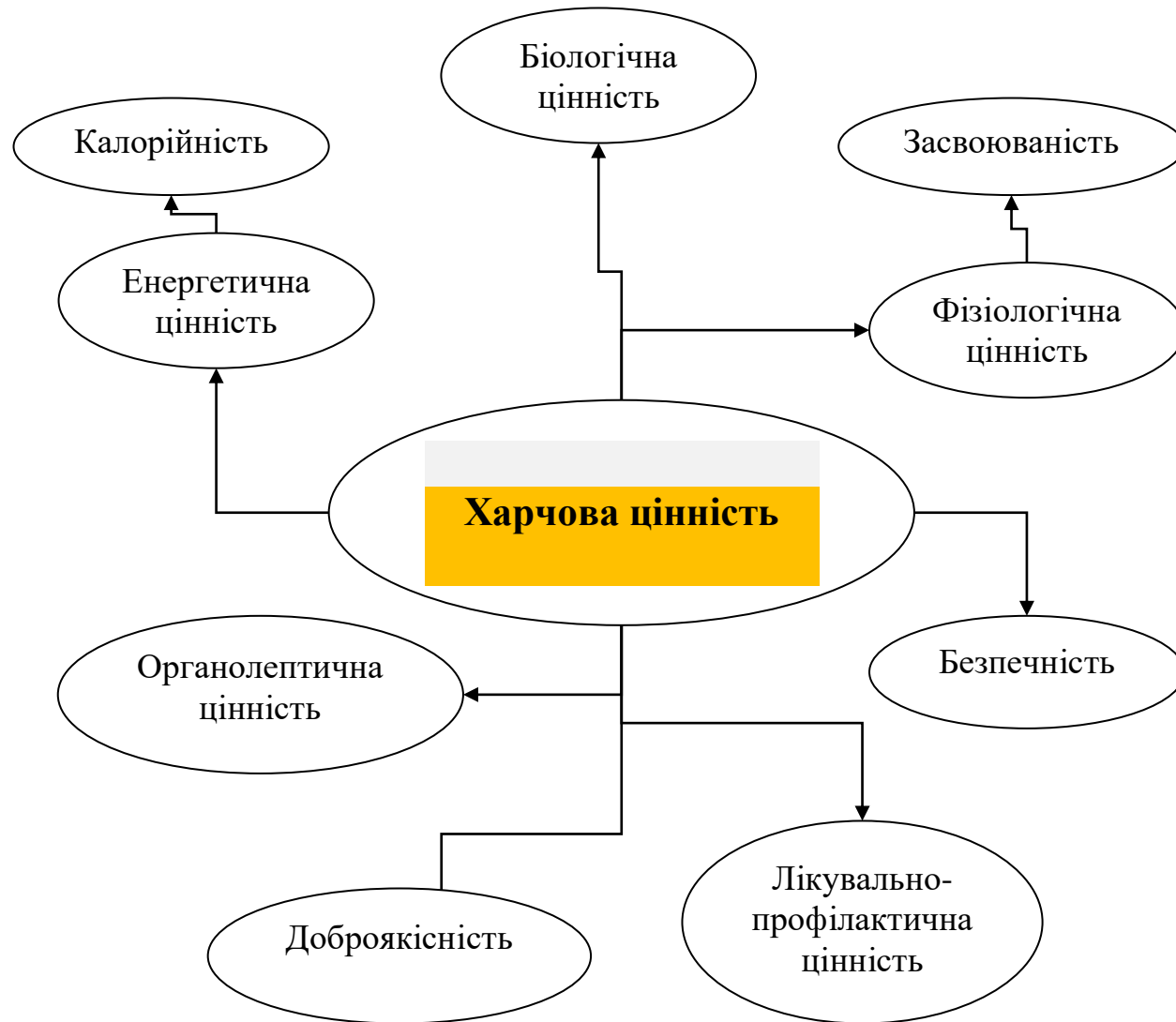
1. Класифікація хімічних речовин харчових продуктів

Споживна властивість харчових продуктів обумовлюється наявністю в них комплексу хімічних речовин, які необхідні для функціонування організму людини.



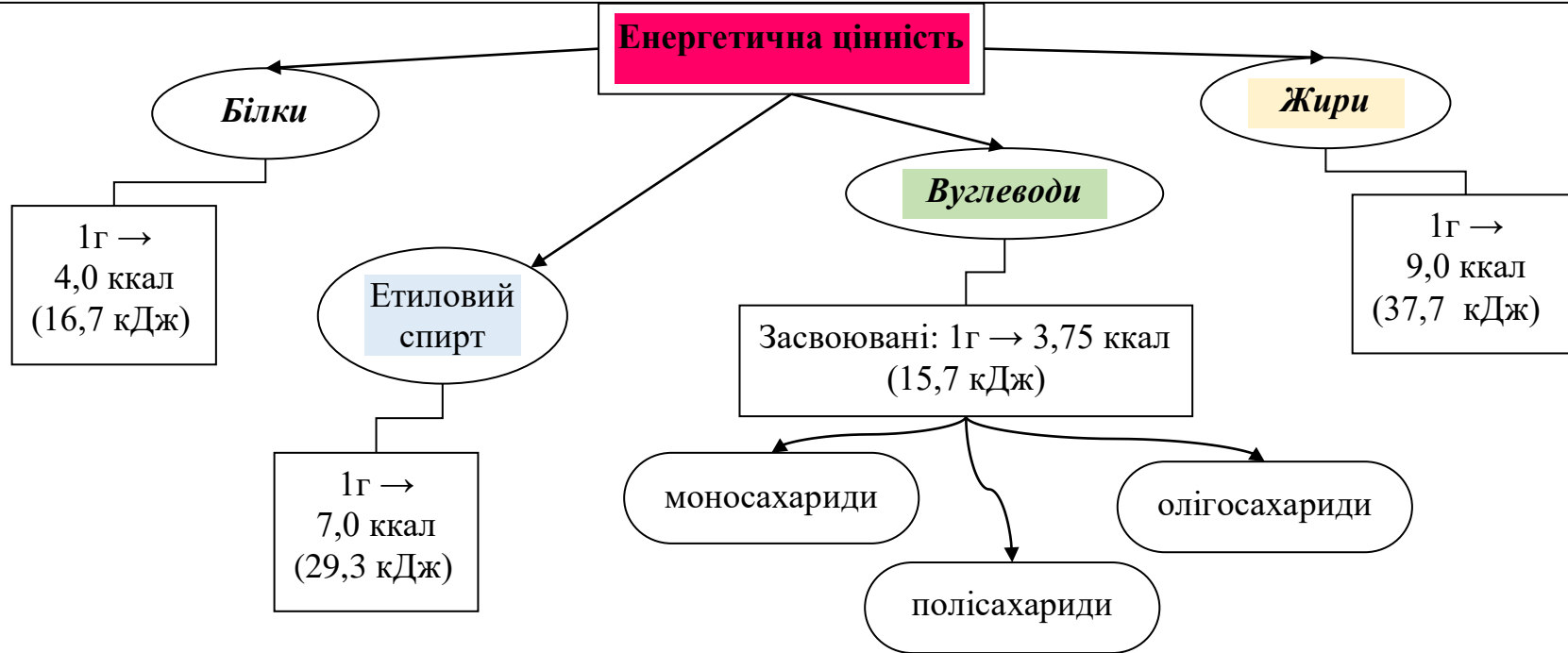
2. Характеристика харчової цінності

Харчова цінність – сукупність корисних властивостей продукту та його смакові переваги, які обумовлені вмістом харчових речовин.



5. Енергетична цінність харчових продуктів

Енергетична цінність – показник, що характеризує частку енергії, яка може вивільнитися з харчових речовин у процесі біологічного окиснення і використовуватися для забезпечення фізіологічних функцій організму (ДСТУ 3993-2000)



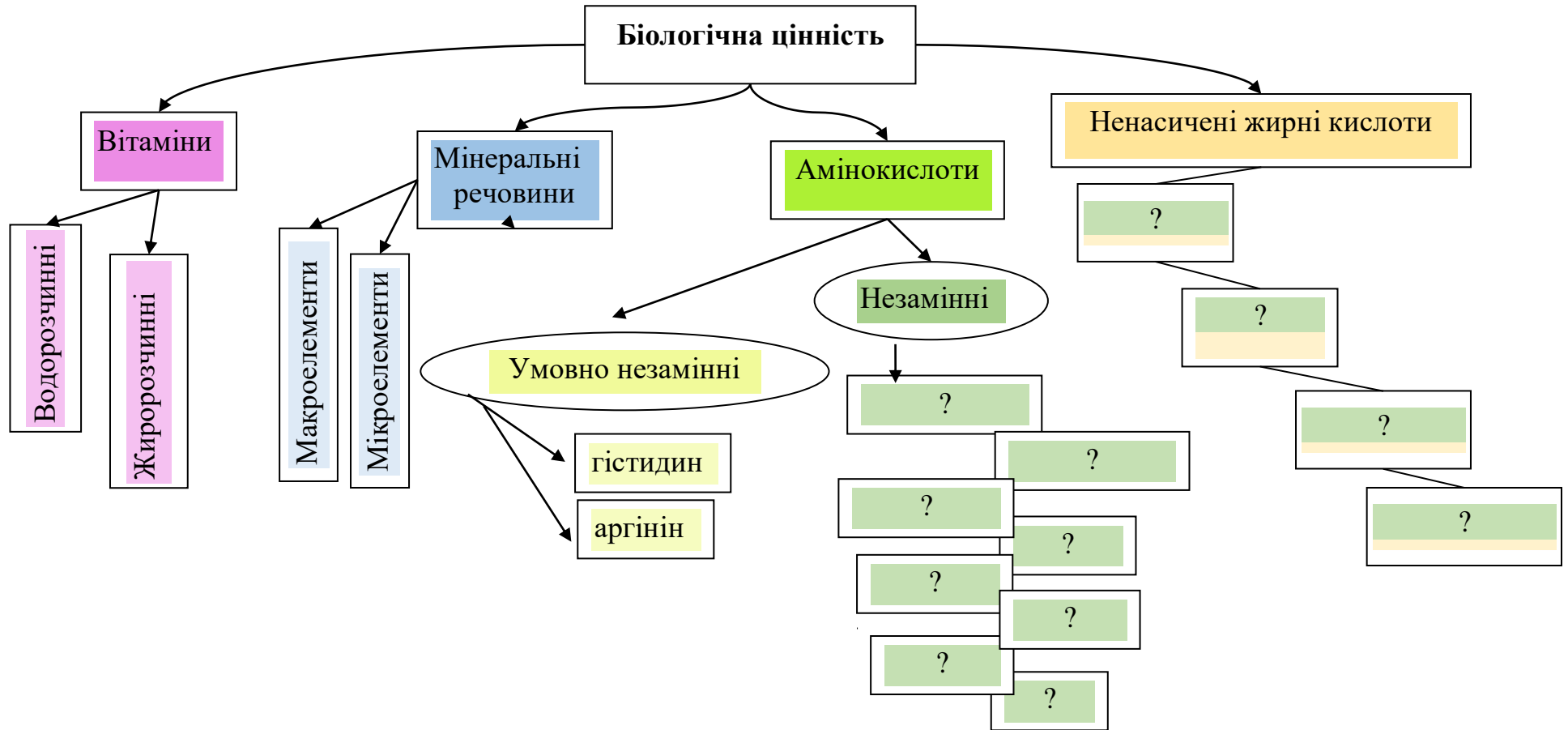
Енергетична цінність деяких органічних кислот:

- яблучна – 2,39 ккал (10 кДж);
- молочна – 3,62 ккал (15,1 кДж);
- лимонна – 2,45 ккал (10,3 кДж).

4. Біологічна цінність харчових продуктів

Біологічна цінність харчового продукту – основний показник якості харчового продукту, який визначає ступінь відповідності оптимальним потребам людини і гарантованої безпеки використання згідно з фізіологічними нормами

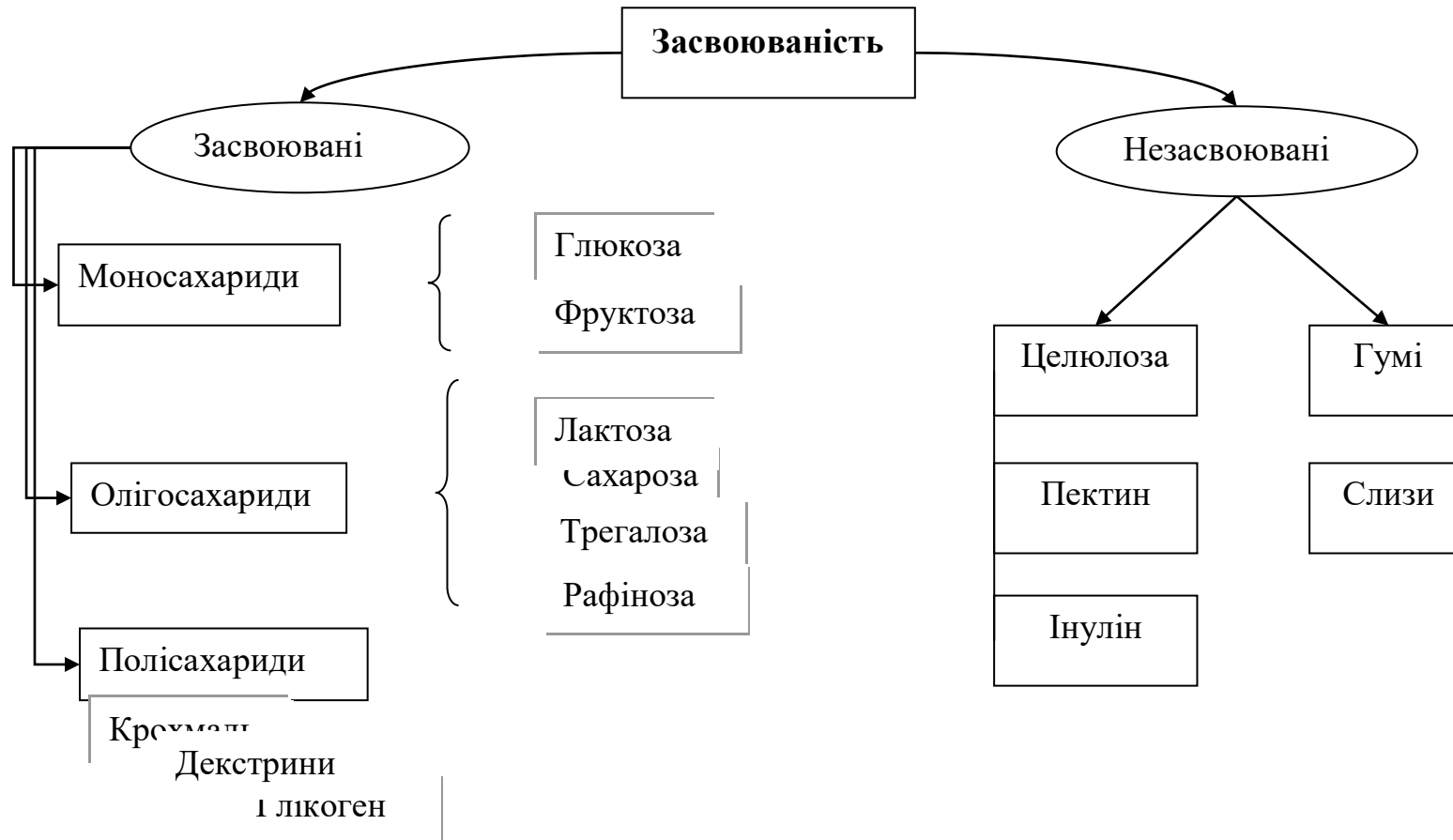
(ДСТУ 3993-2000)



5. Фізіологічна цінність продукту

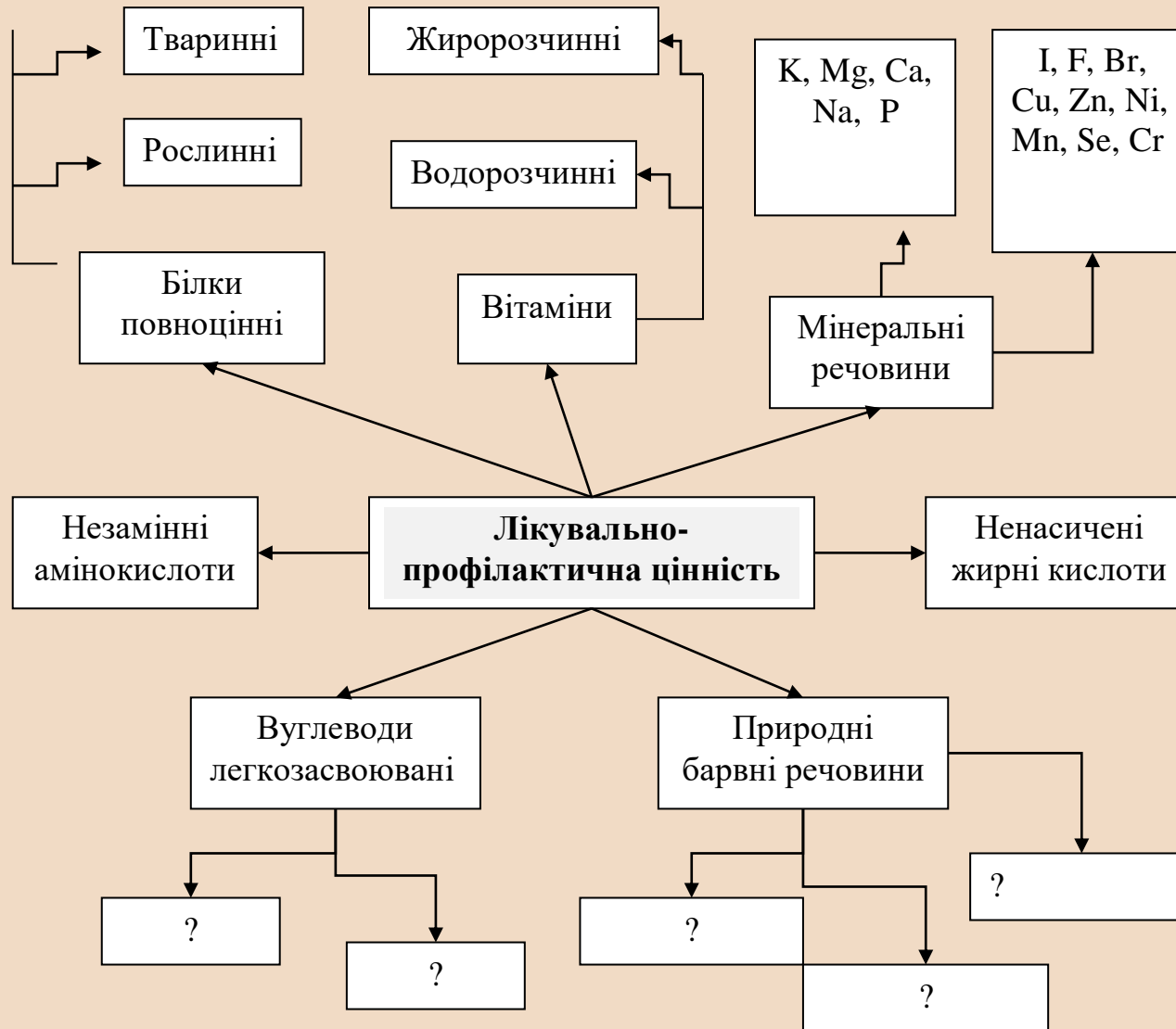
Фізіологічна цінність продукту зумовлена дією речовин, що в ньому містяться, на нервову, серцево-судинну та травну системи організму людини.

1. Дія на нервову, серцево-судинну системи – кофеїн, теобромін, етиловий спирт.
2. Дія на травну систему – органічні кислоти; барвні, ароматичні, екстрактивні речовини; ефірні олії, алкалоїди.



Фізіологічна цінність харчового продукту відображає рівень використання його організмом людини та виражається коефіцієнтом засвоюваності.

6. Лікувально-профілактична цінність харчових продуктів



7. Органолептична цінність, доброякісність та безпечність харчових продуктів

Органолептична цінність продукту визначається за допомогою органів відчуттів людини та характеризується його зовнішнім виглядом, консистенцією, запахом, смаком і кольором.



Доброякісність продукту обумовлює відповідність показників його якості (органолептичних, фізико-хімічних) нормам, що передбачені в нормативній документації на цей продукт.

Безпечність продовольчих товарів – це відсутність у них токсичних речовин, шкідливих для організму людини.

ТЕМА 5.3. ВПЛИВ НЕОРГАНІЧНИХ РЕЧОВИН НА ФОРМУВАННЯ І ЗБЕРЕЖЕНІСТЬ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Питання до теми

- 1. Вода в харчових продуктах**
- 2. Мінеральні елементи харчових продуктів**
- 3. Методи визначення мінеральних елементів в харчових продуктах**



1. Вода в харчових продуктах

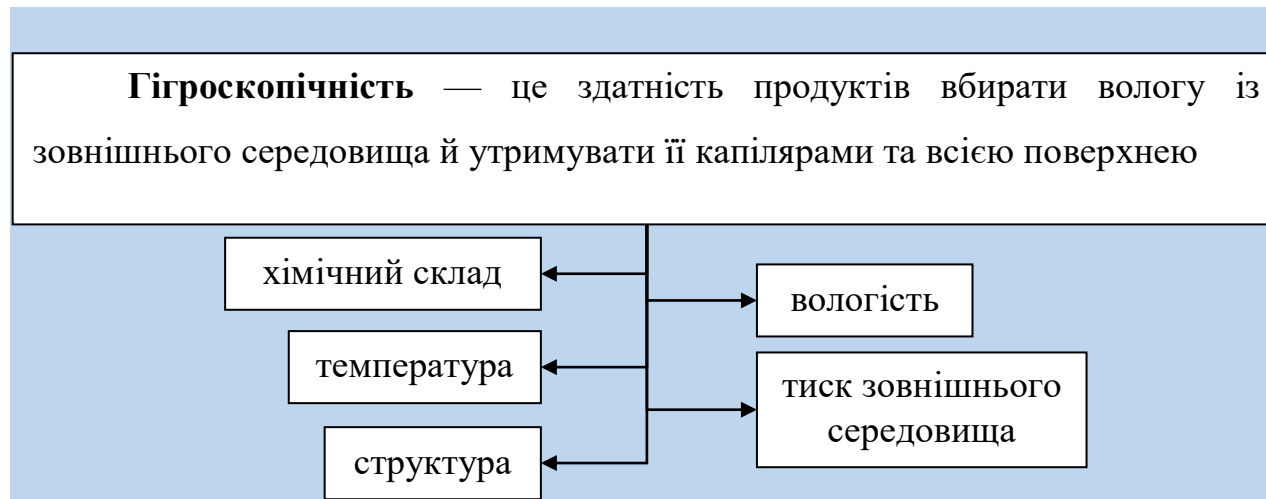
За хімічним складом вода належить до неорганічних речовин. Вода не є харчовим продуктом, але вона має надзвичайно велике значення для життєдіяльності людського організму.

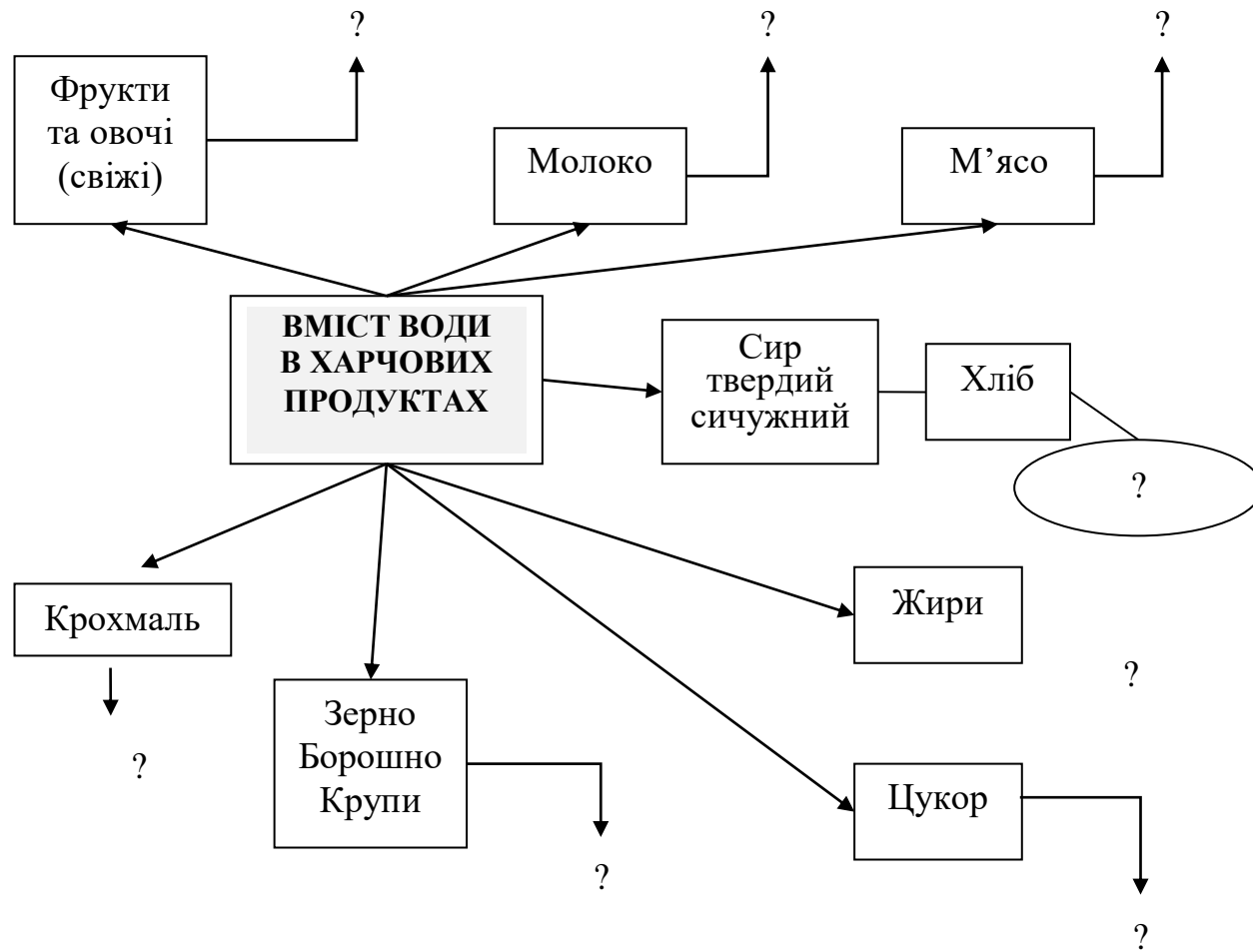


Вода – нейтральне середовище, у якому протікають колоїдні й ферментативні реакції, що забезпечують життєві процеси.

Вільна вода у вигляді дрібних капель знаходиться в клітинному соку, у міжклітинному просторі, капілярах.

Зв'язана вода тісно з'єднана з іншими речовинами продукту (колоїдами, кристалами, поверхнею частинок).



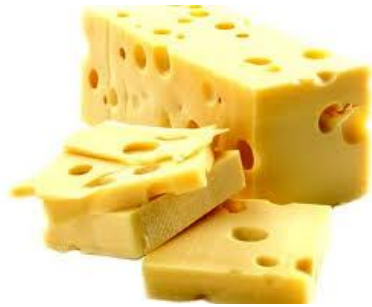


2. Мінеральні елементи харчових продуктів

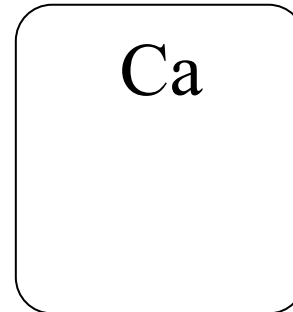
1. Макроелементи (становлять до 99% мінеральних речовин); до них належать кальцій, калій, фосфор, залізо, магній, натрій, хлор, сірка. Макроелементи містяться в харчових продуктах у кількості більше 1 мг в 100 г продукту.

2. Мікроелементи – йод, фтор, кобальт, нікель, марганець, цинк, хром, мідь та інші; містяться в кількості до 1 мг в 100 г продукту.

3. Ультрамикроелементи – олово, свинець, ртуть та ін.; містяться в мікрограмах (мкг) і менше на 100 г продукту.



Г



Г



<i>Мікроелементи</i>		<i>Функції в організмі людини</i>
Хром	Cr	Участь в утворенні фактора толерантності до глюкози Участь у реакціях токоферолу
Селен	Se	
Молібден	Mo	Участь у біосинтезі металоферментів
Хром	Cr	
Селен	Se	
Молібден	Mo	Активування ферментів
Хром	Cr	
Нікель	Ni	
Селен	Se	Участь в утворенні клітинних структур
Нікель	Ni	
Кремній	Si	

Допустимі рівні вмісту токсичних речовин у плодово-ягідних продуктах

Група продуктів	Ультрамикроелементи, мг/кг				Пестициди, мг/кг	Радіонукліди, Бк/кг	
	Pb	As	Cd	Hg	Гексахлор- циклогексан (α , β , γ - ізомери)	Cs- 137	Sr- 90
Свіжі і свіжоморожені фрукти, ягоди	0,4	0,2	0,03	0,02	0,05	40	30
Ягоди дикорослі свіжі	Не допускаються					160	60
Сушені фрукти, ягоди	0,4	0,2	0,03	0,02	0,05	200	150
Ягоди дикорослі сушені	Не допускаються					800	300
Консерви фруктово-ягідні	0,4 1,0 ¹⁾	0,02	0,03 0,05 ¹⁾	0,02	0,05	40	30
Соки, нектари, концентрати плодово-ягідні	0,4	0,2	0,03	0,2	0,05	1200 ²⁾	240 ²⁾
Напої плодово- ягідні	0,3	0,1	0,03	0,005	0,05	40	30

1) – у жерстяній тарі.

2) – дані для концентратів, для соків – як для напоїв.

Для оцінки споживних властивостей та якості сировини і харчових продуктів використовують поняття «зольність» – сума мінеральних елементів або їх оксидів, які входять до складу харчового продукту.

Визначення ступеня якості продукції за показником «Зольність»		
№ з/п	Найменування та ґатунок продукту	Зольність, у %, не більше
1.	<i>Борошно пшеничне</i>	
	питлівка	0,60
	вищий ґатунок	0,55
	перший ґатунок	0,75
	другий ґатунок	1,25
2.	<i>Крохмаль картопляний</i>	
	вищий ґатунок	0,35
	перший ґатунок	0,50
	другий ґатунок	1,0

ТЕМА 5.4. ВПЛИВ ОРГАНІЧНИХ РЕЧОВИН НА ФОРМУВАННЯ І ЗБЕРЕЖЕНІСТЬ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Питання до теми

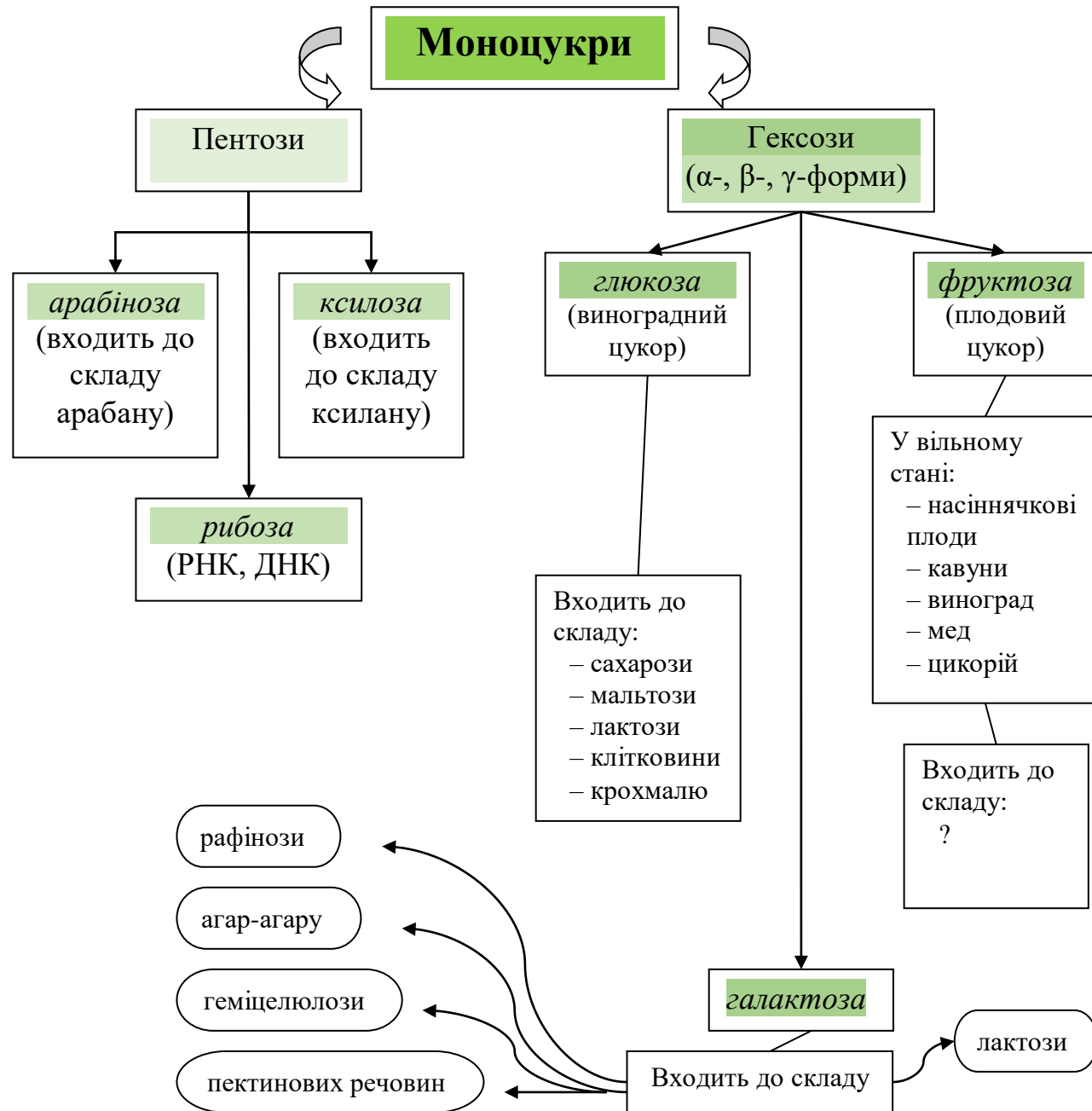
- 1. Вплив вуглеводів на формування споживних властивостей харчових продуктів**
- 2. Азотисті речовини харчових продуктів**
- 3. Високомолекулярні (білкові) речовини**
- 4. Небілкові азотисті речовини**
- 5. Вплив ліпідів на формування споживних властивостей харчових продуктів**
- 6. Вітаміни харчових продуктів**
- 7. Органічні кислоти, що входять до складу харчових продуктів**
- 8. Ароматичні та барвні речовини харчових продуктів**



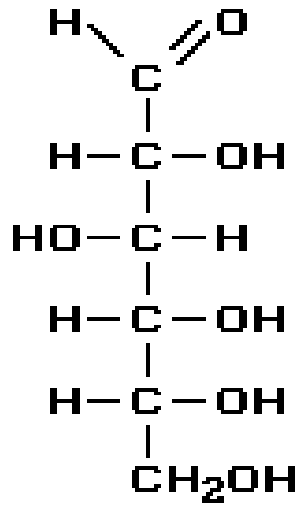
Потреба організму людини у вуглеводах покривається за рахунок:

- зернових продуктів – 52...66%;
- цукру та цукропродуктів – 14...26%;
- овочів – 8...10%, фруктів – 5...7%.

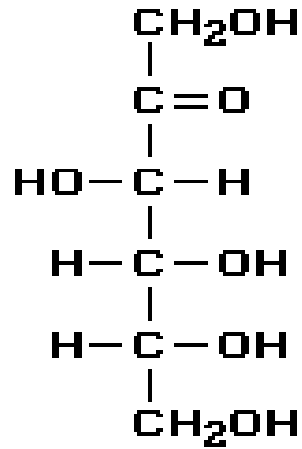
Вуглеводи	Вміст вуглеводів, %				
	Капуста білокачанна	Картопля	Буряк	Яблука	Виноград
Глюкоза	2,6	0,6	0,3	2,0	7,8
Фруктоза	1,6	0,1	0,1	5,5	7,7
Сахароза	0,4	0,6	8,6	1,5	0,5
Геміцелюлоза	0,1	0,3	0,7	0,4	0,6
Клітковина	0,7	1,0	0,9	0,6	0,6
Крохмаль	0,1	16,0	0,1	0,8	0,6
Пектин	0,6	0,4	1,1	1,0	0,6



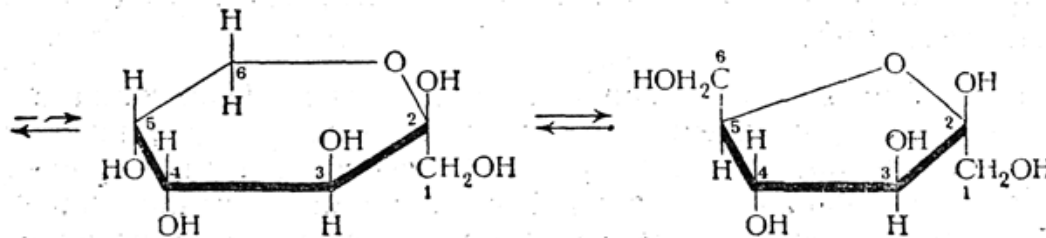
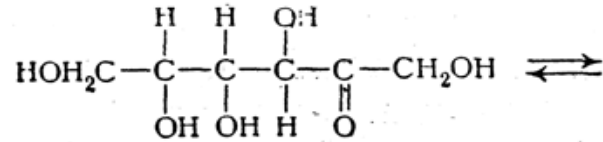
Основними моноцукрами, що входять до складу харчових продуктів є глюкоза і фруктоза. Їх вживання становить до 20% від загальної кількості вуглеводів. Всі гексози володіють відновлюючими властивостями.

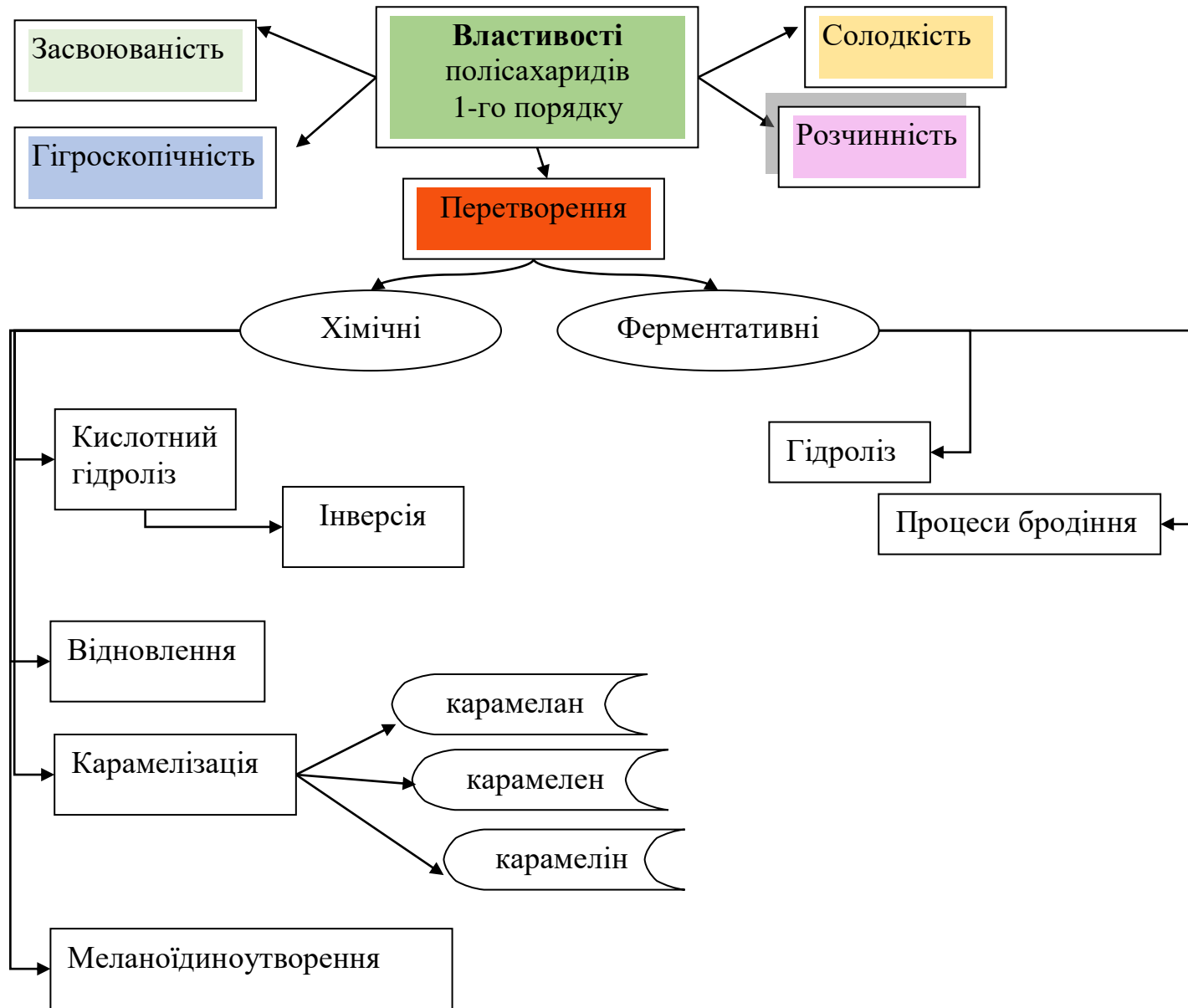


Глюкоза

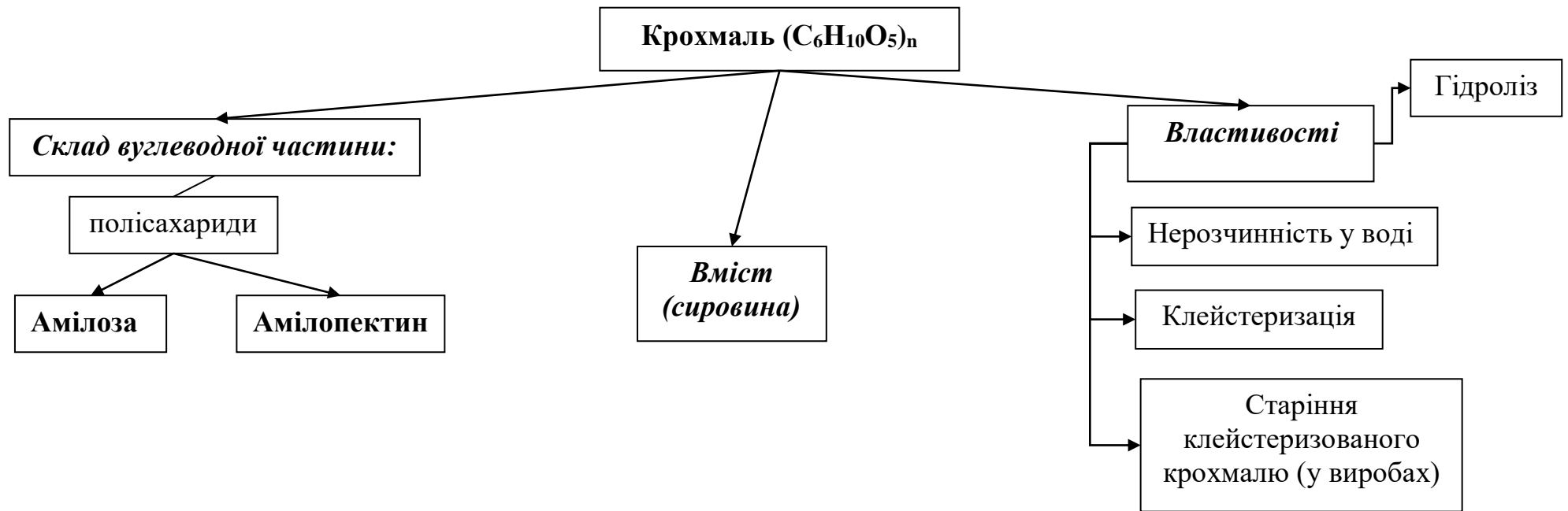


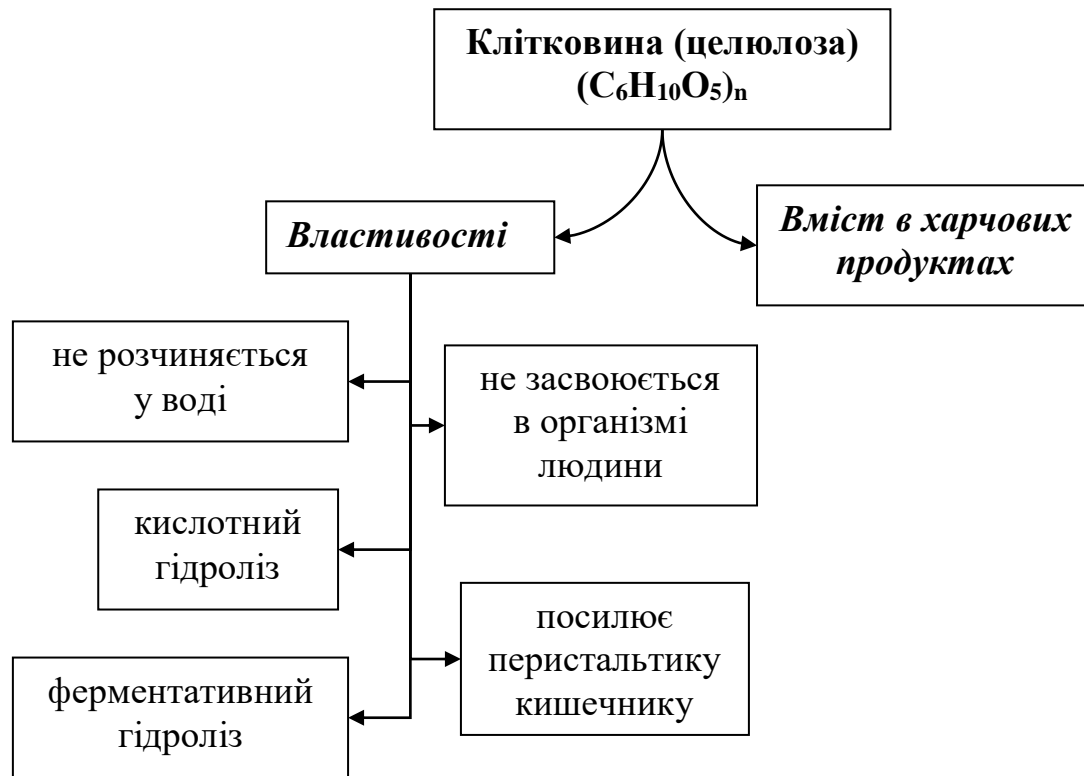
Фруктоза





Полісахариди 2-го порядку





Пектинові речовини – це комплекс високомолекулярних речовин вуглеводної природи, які, на відміну від вуглеводів 2-го порядку, побудовані із залишків галактуранової кислоти, яка є продуктом окиснення глюкози.



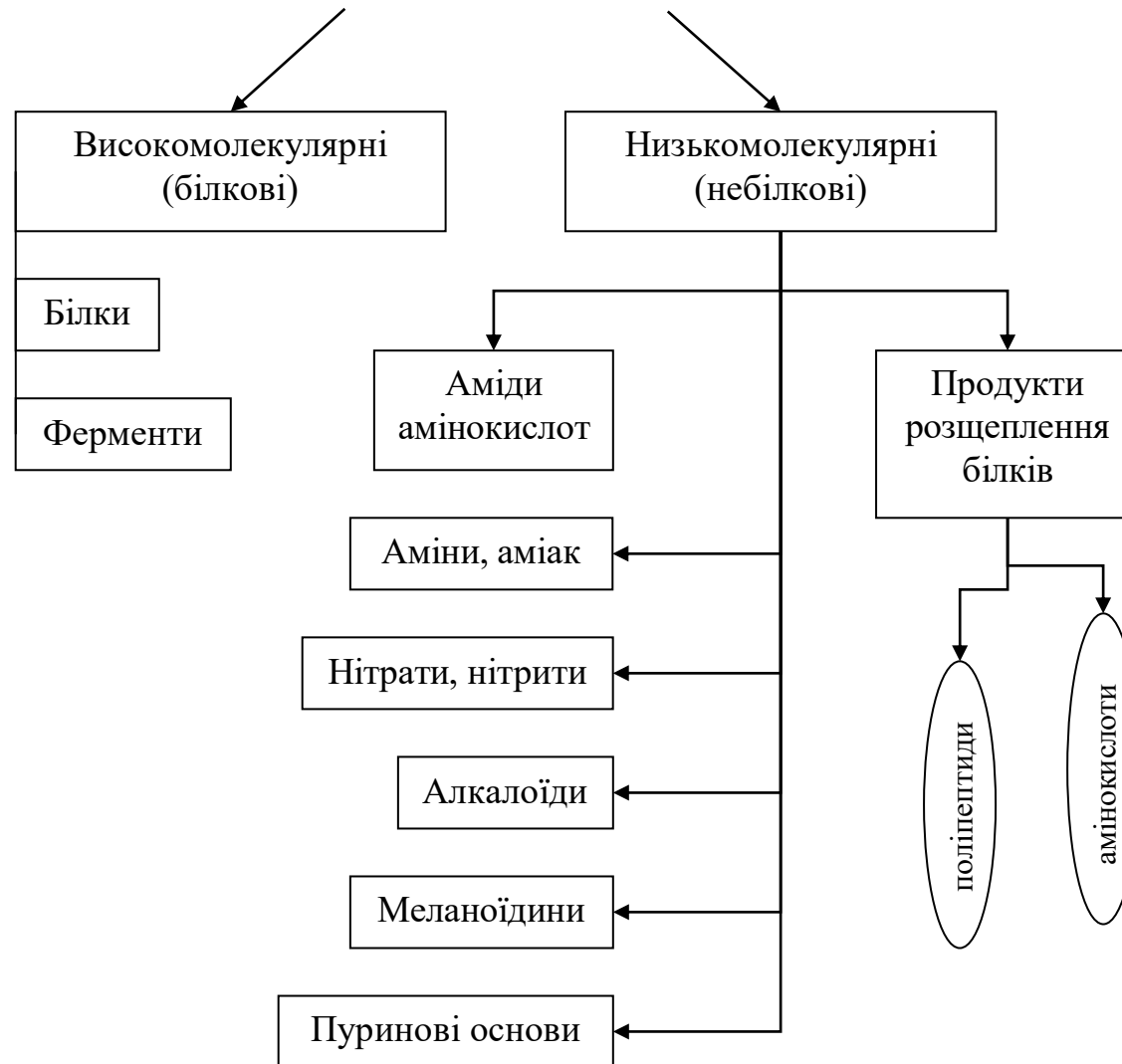
1,1%



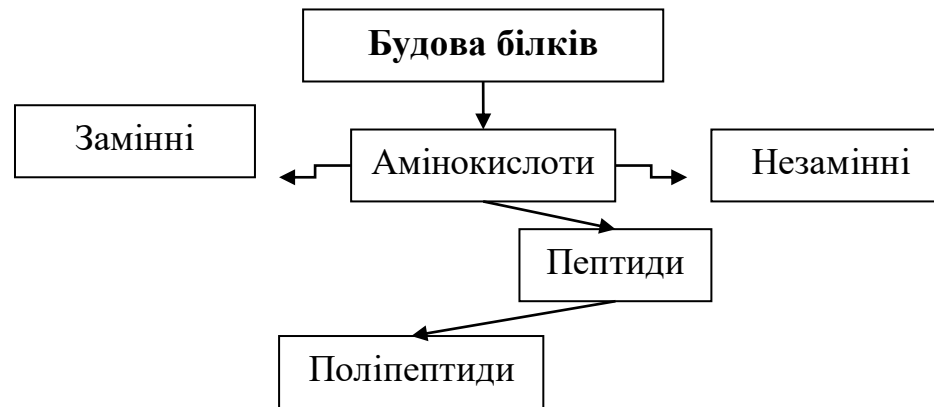
1,5 %

0,9 %

2. Азотисті речовини харчових продуктів



3. Високомолекулярні (білкові) речовини

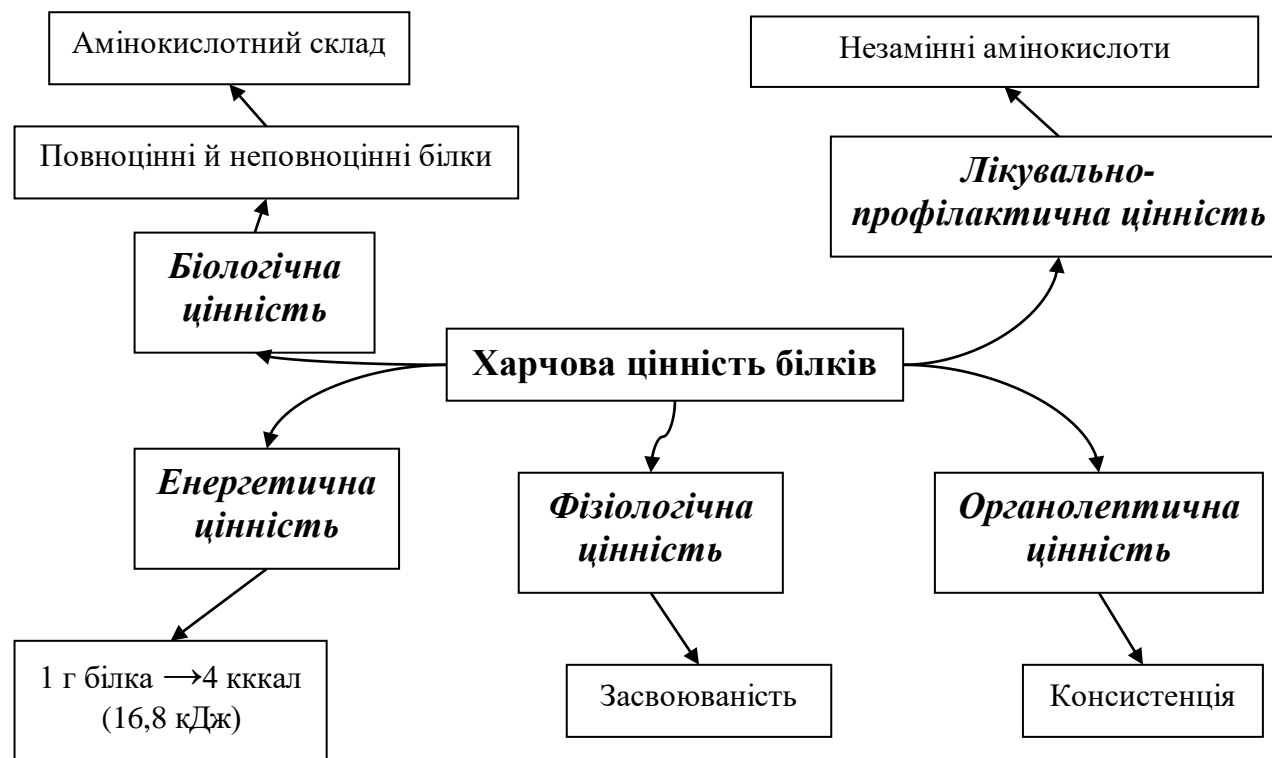


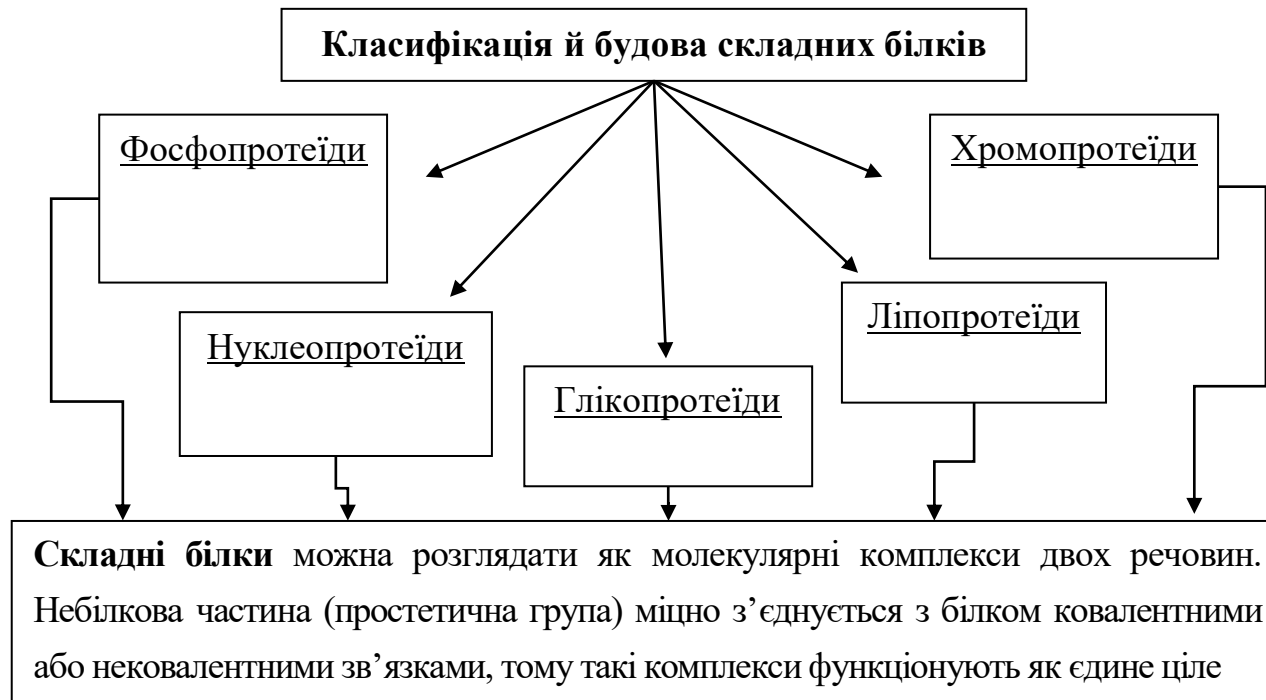
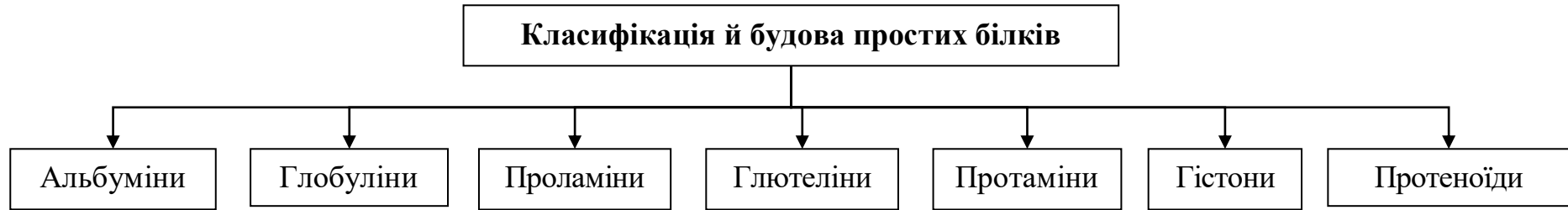
*Чотири рівні просторової організації,
або конформації, білків*



Назва продукту	Білок, %	<i>Незамінні амінокислоти, мг /100 г</i>							
		валін	ізолейцин	лейцин	лізин	метіонін	треонін	триптофан	фенілаланін
<i>Продукти рослинного походження</i>									
Соя	34,90	2090	1810	2670	2090	520	1390	450	1610
Борошно	10,3	471	430	806	250	153	311	100	500
Хліб	6,26	322	248	427	223	93	198	80	371
Картопля	2,0	122	86	128	135	26	97	28	98
Морква	1,3	43	35	44	38	9	32	8	31
Томати	1,1	24	26	36	40	7	29	8	25

БІЛКИ	
<i>Прості -</i>	<i>Складні -</i>
складаються лише з амінокислот	крім простого білка, містять так звану простетичну небілкову групу





Фермент – від лат. *fermentum* (закваска);

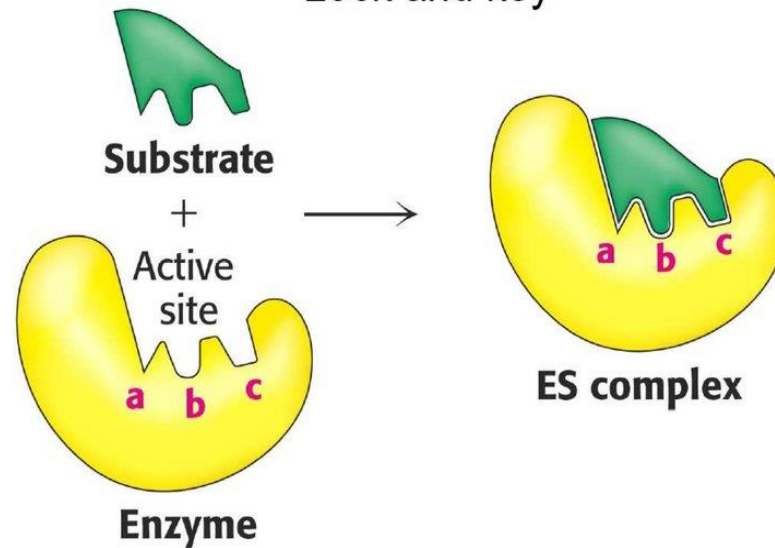
Ензим – від гр. *en* – усередині, *zyme* – дріжджі.

Теорії механізму дії ферментів

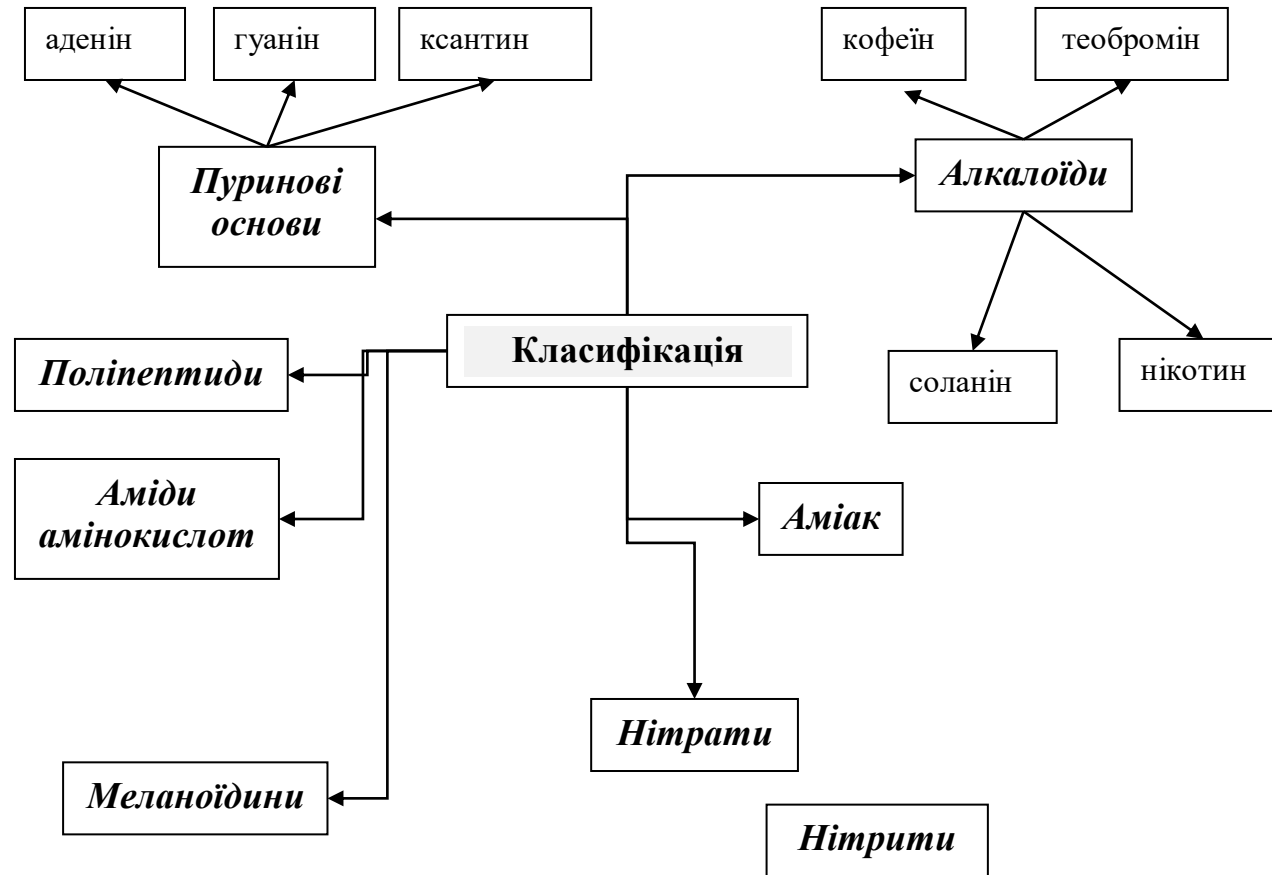
Теорія Фішера ("ключ-замок")

Активний центр ферменту (замок) здатний прийняти тільки субстрат специфічної форми (ключ)

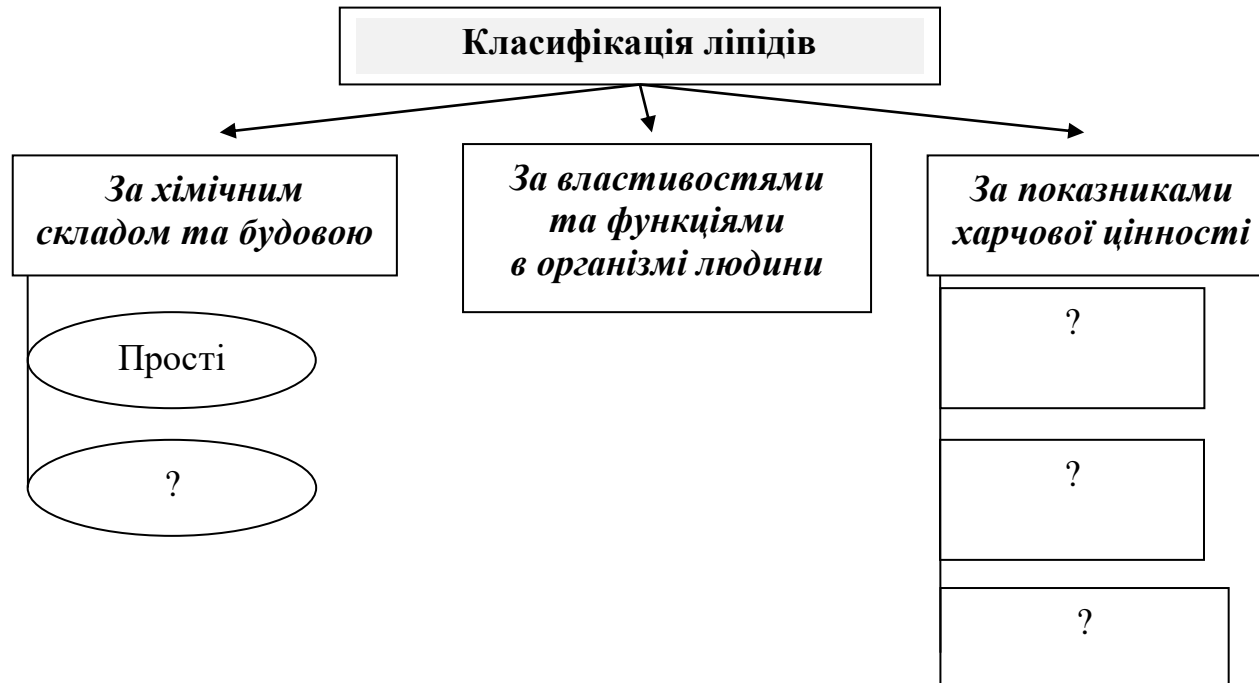
Lock and key



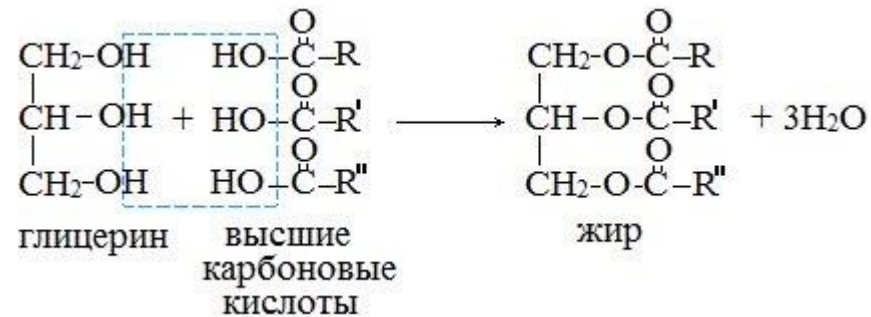
4. Небілкові азотисті речовини



5. Вплив ліпідів на формування споживних властивостей харчових продуктів

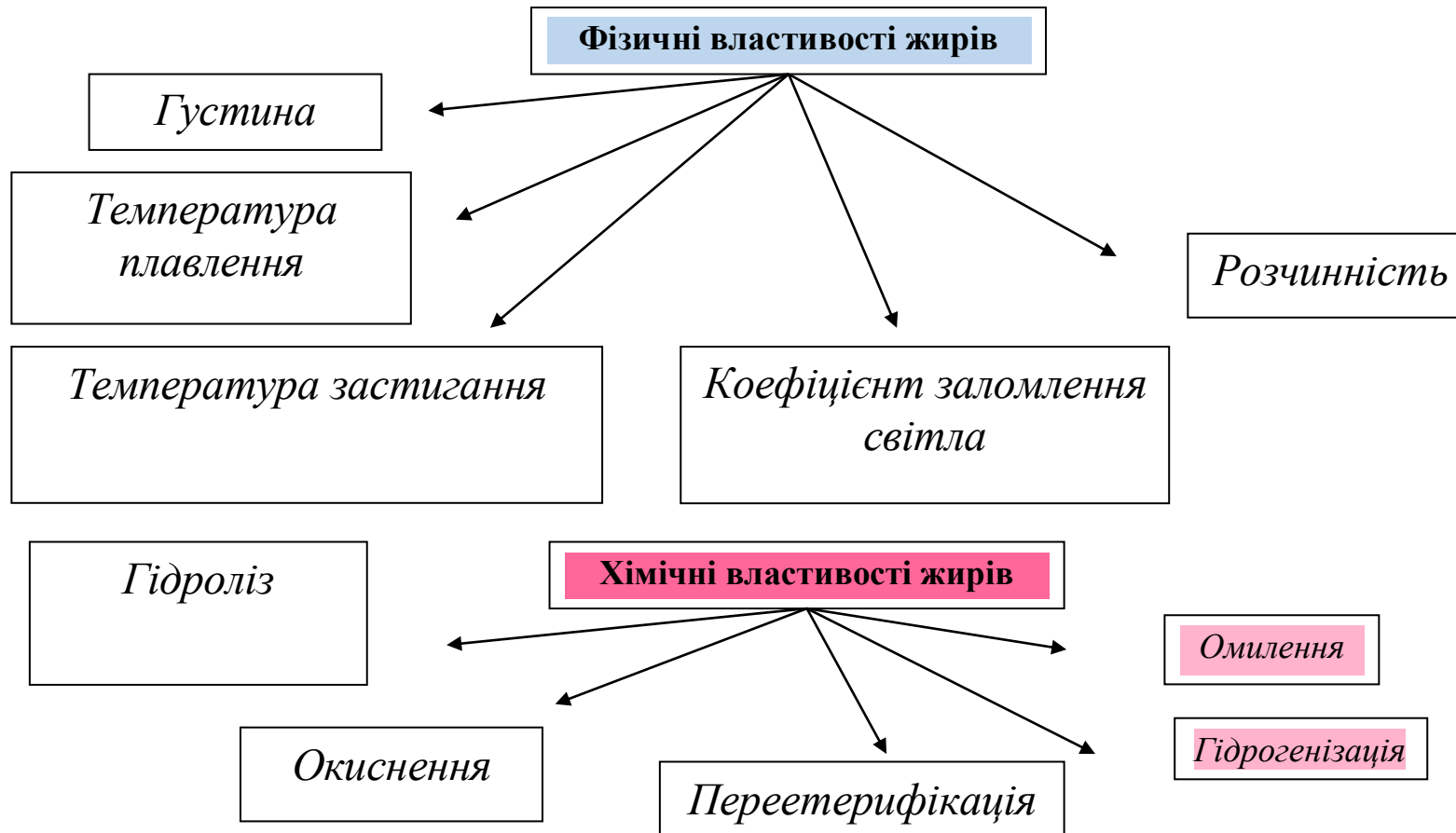


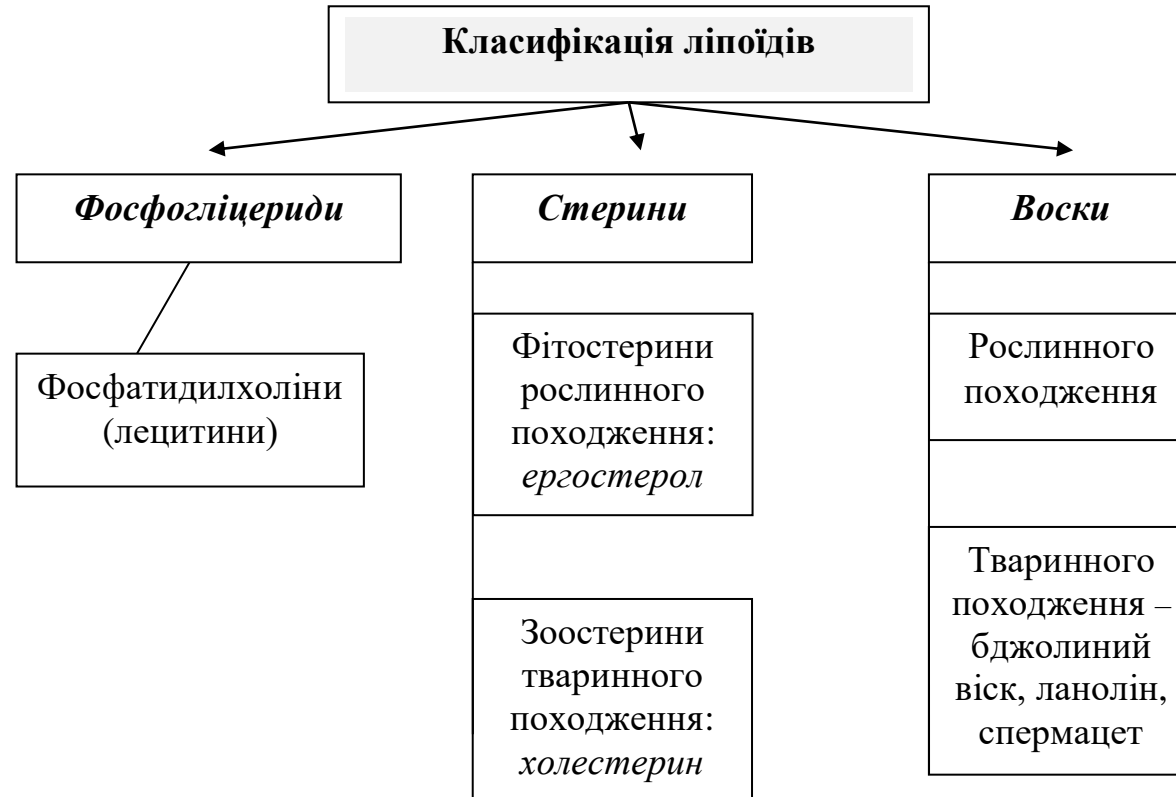
За хімічною природою жири – це тригліцериди жирних кислот.



Вміст жирних кислот у деяких найпоширеніших рослинних оліях (у % від загальної кількості)

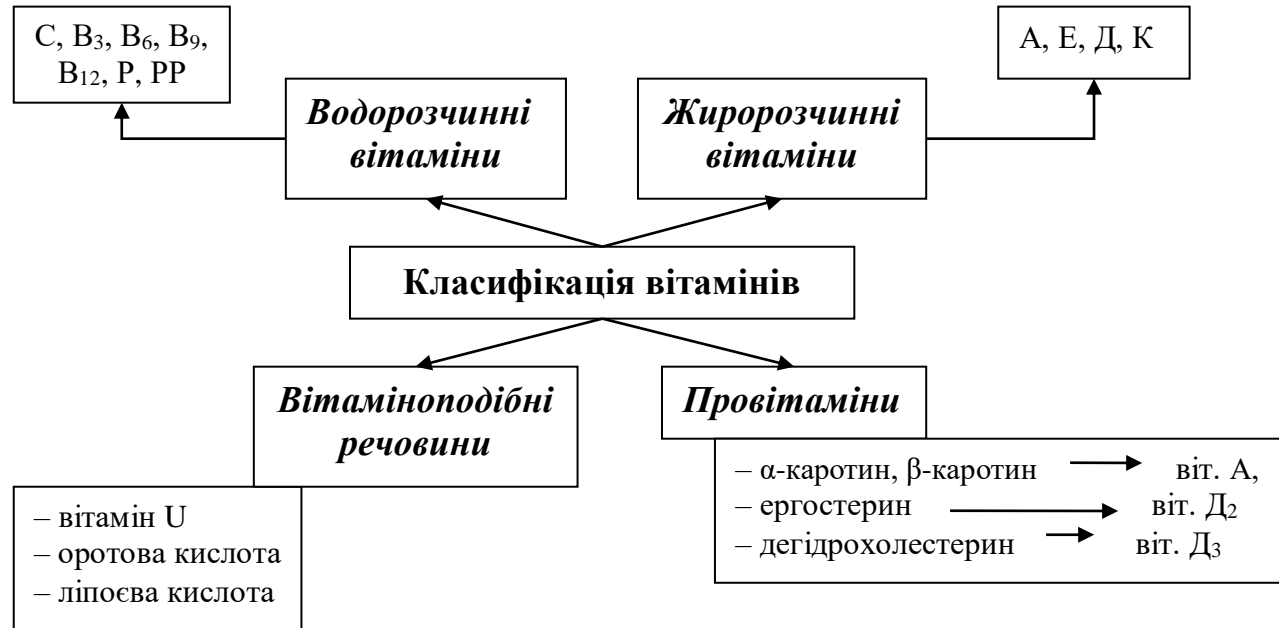
<i>Види олій</i>	<i>Насичені ЖК</i>	<i>Мононенасичені ЖК</i>	<i>Поліненасичені ЖК</i>	
		Олеїнова (клас 9)	Лінолева (клас 6)	Ліноленова (клас 3)
Кедрова	10	25	44	21
Ляна	8–10	14	25–50	21–45
Соєва	7,2–15,1	32,5–35,6	51,7–57	2–3
Маслинова	9,1–14,2	70–87	4–12	–
Соняшникова	9	33,3	39,8	–
Маїсова (кукурудзяна)	11,9	44,8–45,4	41–48	–



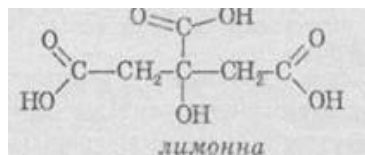
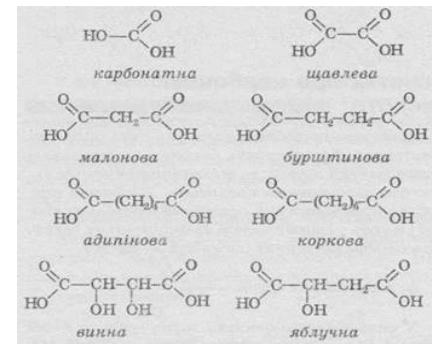
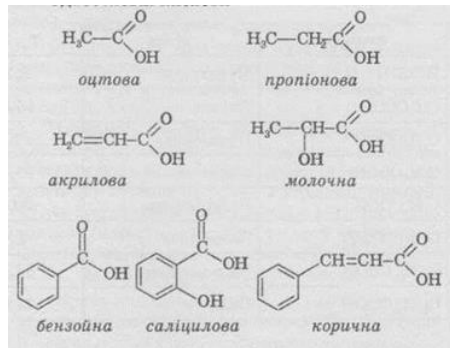
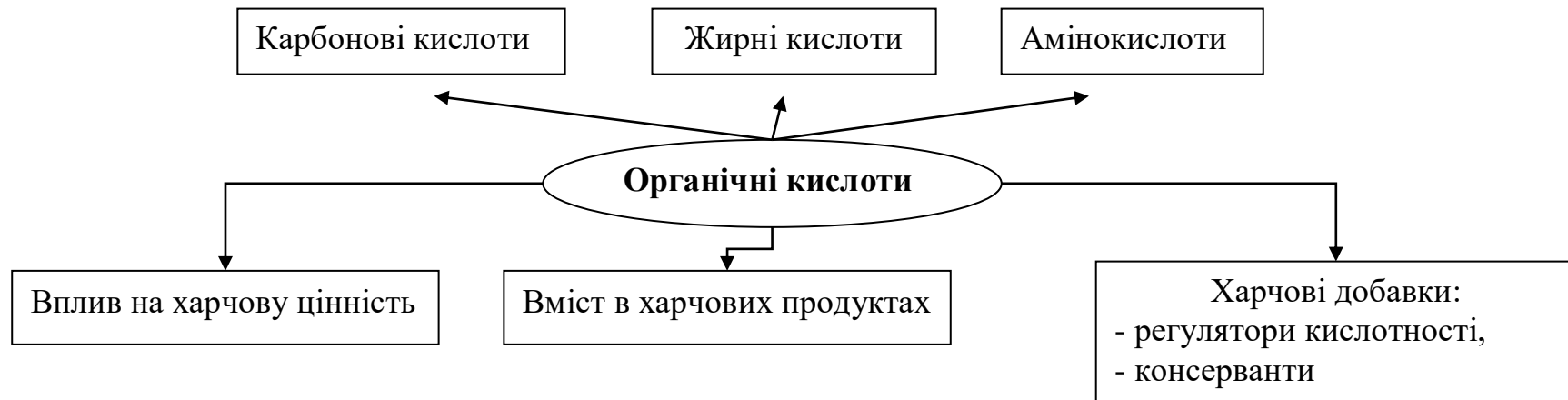


6. Вітаміни харчових продуктів

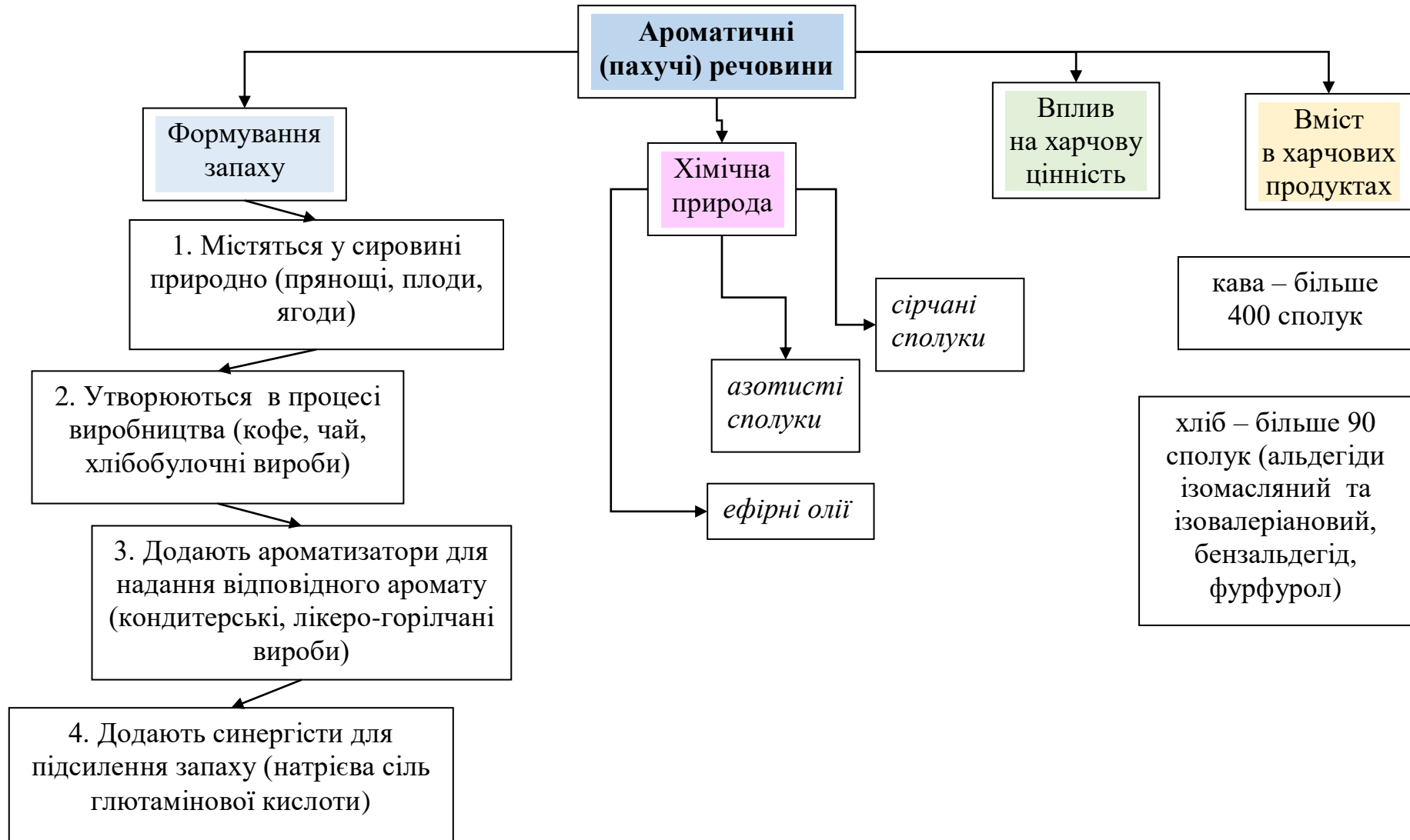
Вітаміни – це органічні речовини різноманітної хімічної природи, які присутні в харчових продуктах у невеликій кількості, але є біологічно цінними речовинами і беруть активну участь у хімічних і біохімічних процесах у живих клітинах.



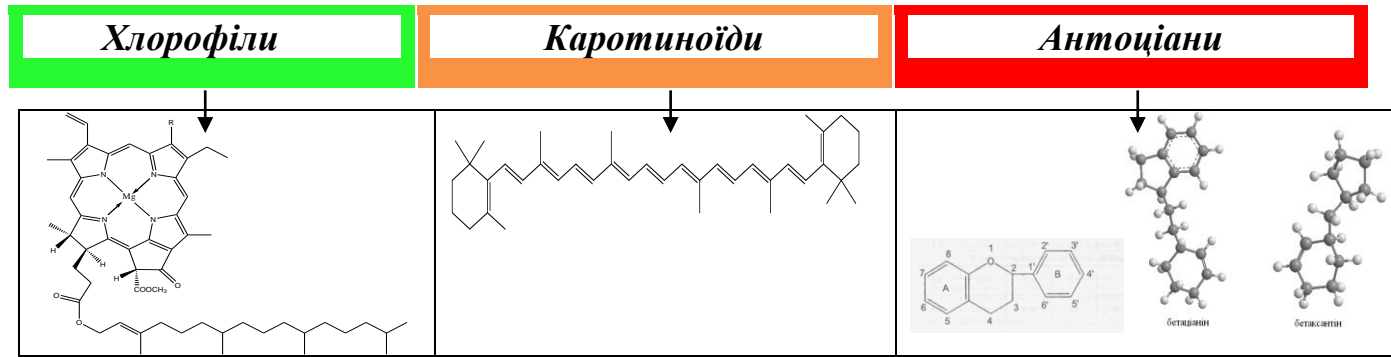
7. Органічні кислоти, що входять до складу харчових продуктів



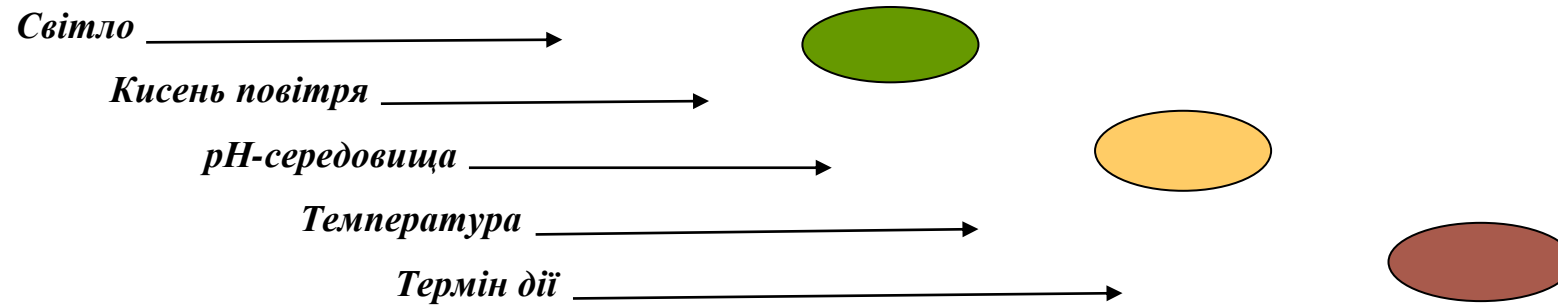
8. Ароматичні та барвні речовини харчових продуктів



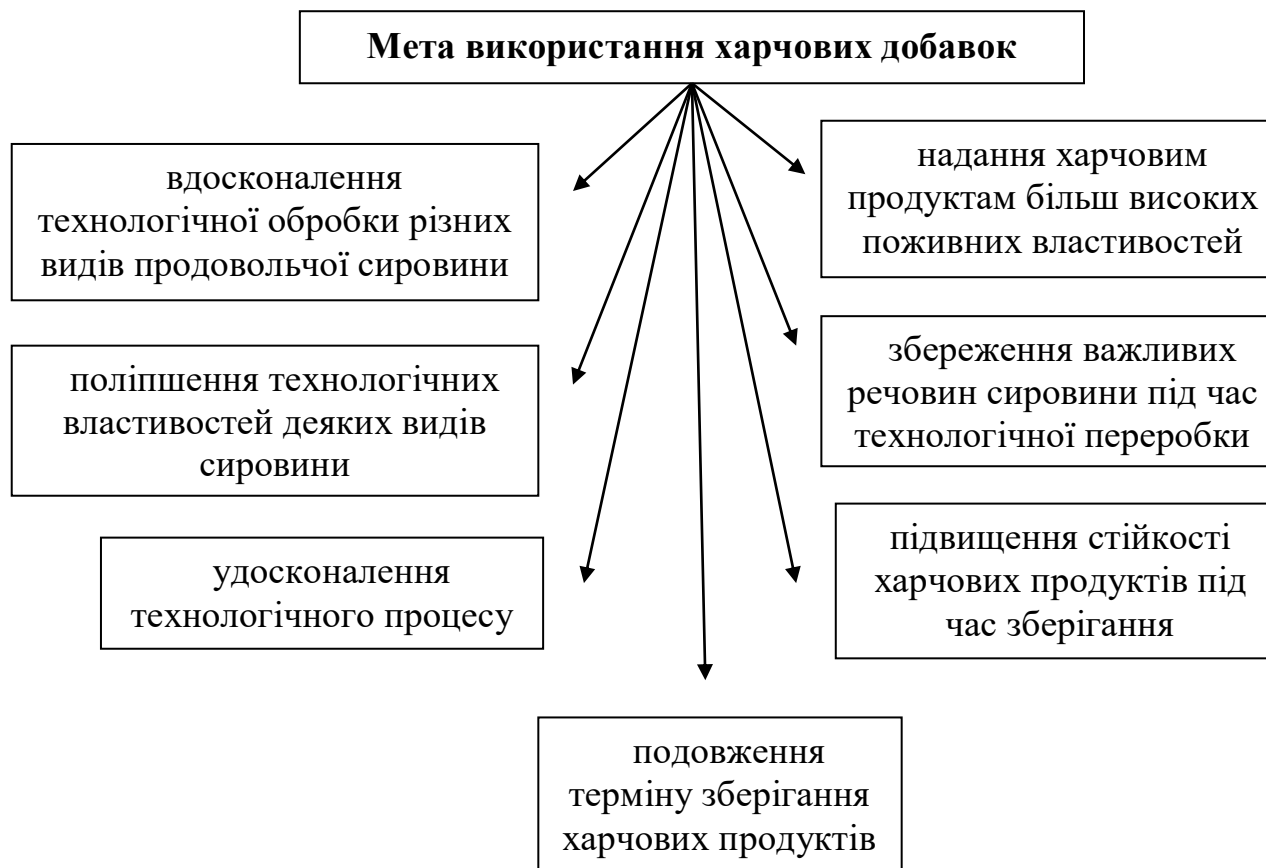
Речовини, які формують колір рослинної сировини та продуктів переробки



Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на колір під час переробки :



Використання харчових добавок



ТЕМА 6. ЯКІСТЬ ТОВАРІВ, ЇЇ ДОСЛІДЖЕННЯ І ОЦІНКА

Питання до теми

1. Поняття якості продукції, показники якості товарів
2. Чинники, що формують якість продукції
3. Методологічні основи оцінки якості товарів



1. Поняття якості продукції, показники якості товарів

Якість товару – сукупність характеристик товару, які визначають ступінь здатності задовольнити встановлені і передбачені потреби
(ДСТУ 3993-2000)

Показник якості товару – кількісна характеристика однієї або декількох властивостей, яка розглядається відповідно до визначених умов його експлуатації або споживання
(ДСТУ 3993-2000)

Одиничні – це показники, призначені для вираження простих властивостей товарів.

Наприклад, до одиничних показників належать колір, форма, цілісність, кислотність.

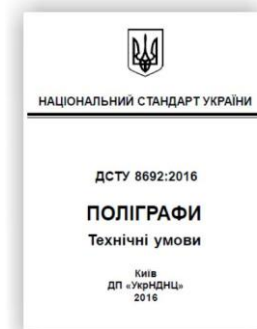
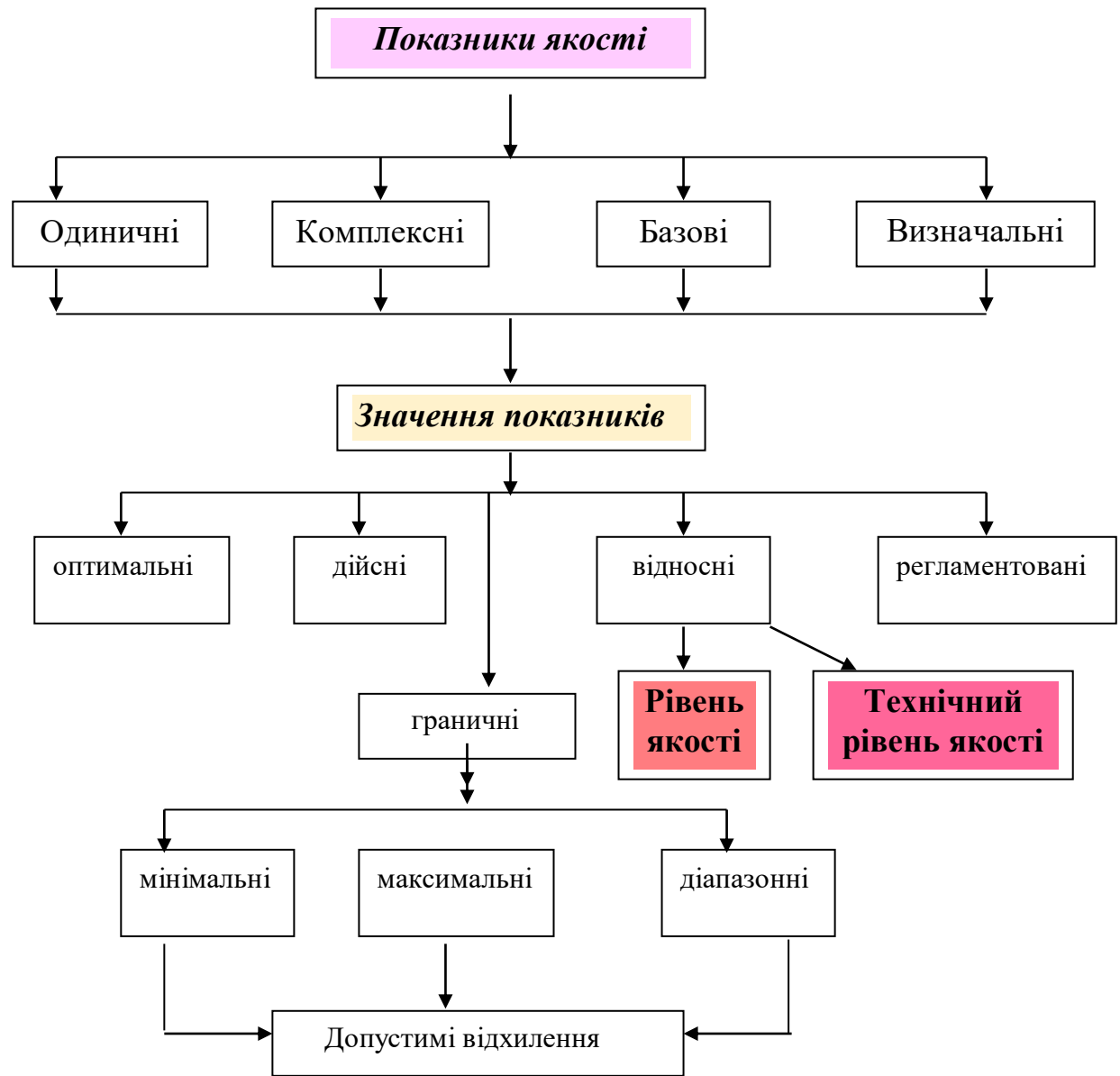
Комплексні – це показники, призначені для вираження складних властивостей товарів.

Наприклад, стан м'якуша хліба – комплексний показник, що характеризується через низку одиничних: колір, пористість, еластичність.

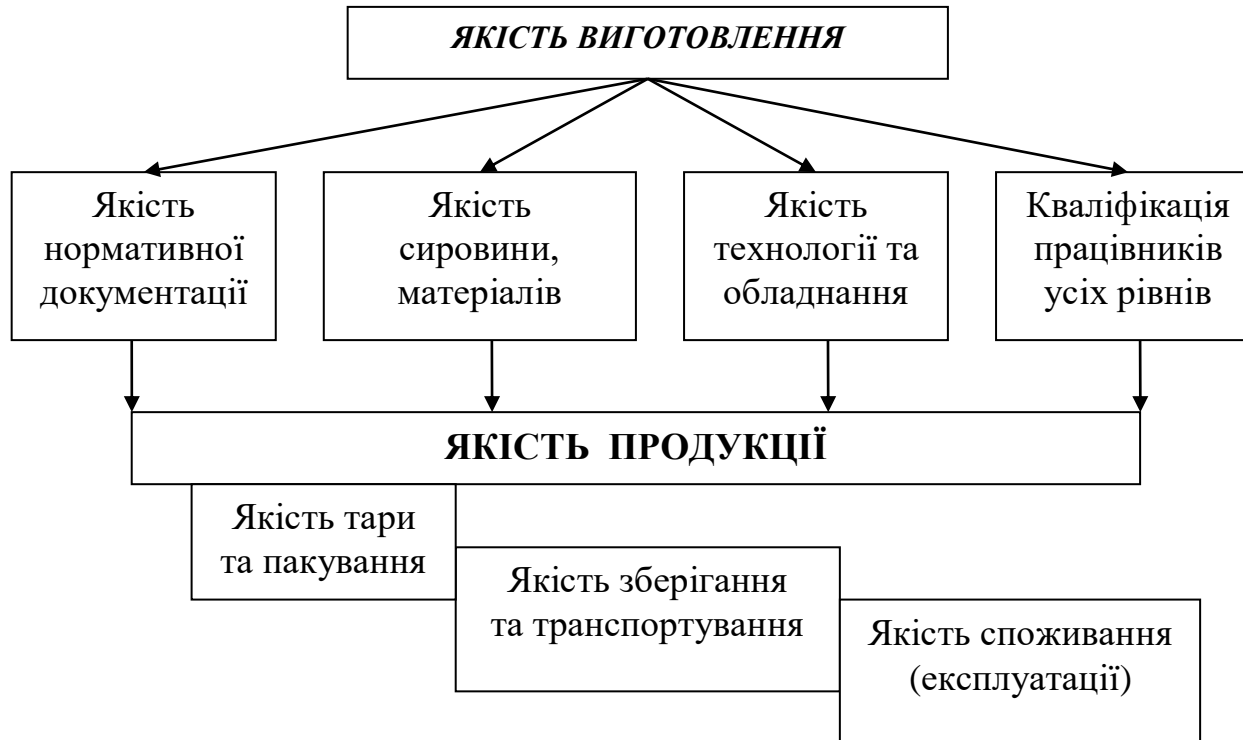
Базові – це показники, прийняті за основу під час порівняльної характеристики показників якості.

Прикладом базового показника може слугувати колір еталона, що відповідає кольору борошна певного сорту.

Визначальні – це показники, що мають вирішальне значення під час оцінки якості товарів.



2. Чинники, що формують якість продукції



ДЕРЖАВНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ
МОДЕРЖАВНИЙ СТАНДАРТ

СІЛЬ КУХОННА
Загальні технічні умови
ДСТУ 3583-97
(ГОСТ 13630-97)

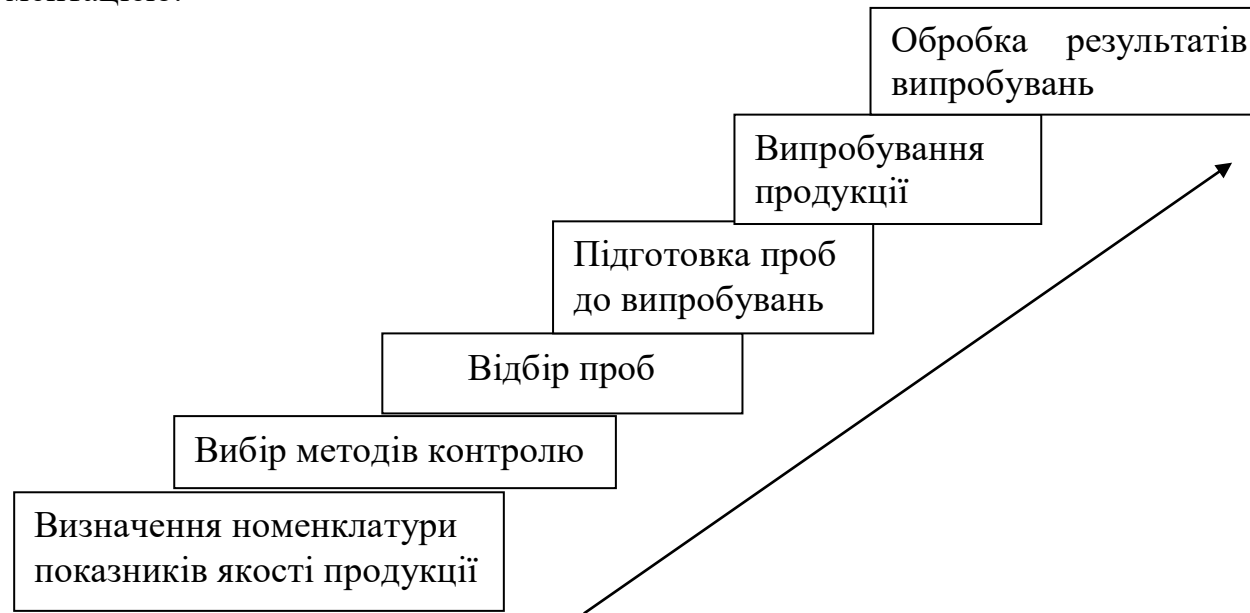
СОЛЬ ПОВАРЕННАЯ ПИЩЕВАЯ
Общие технические условия
ГОСТ 13630-97

ДЕРЖАВНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ

3. Методологічні основи оцінки якості товарів

Контроль якості – це діяльність, яка включає проведення вимірів експертизи, випробовування або оцінювання однієї чи декількох характеристик товару та порівняння отриманих результатів із встановленими вимогами для визначення відповідності за кожною із цих характеристик.

Під час контролю якості визначаються тільки ті показники, які регламентуються стандартами або іншою нормативною документацією.



Терміни за ДСТУ 3993-2000	<div data-bbox="1104 220 1991 341" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> Методи визначення показників якості товарів поділяють на дві групи: </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="983 437 1417 558" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> за способами отримання інформації </div> <div data-bbox="1606 437 2085 558" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> за джерелами отримання інформації </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="margin-bottom: 5px;">↙</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↘</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↘</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↘</div> </div> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="margin-bottom: 5px;">↙</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↓</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↘</div> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">вимірювальний</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">органолептичний</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">реєстраційний</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">розрахунковий</div> </div> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">лабораторний</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">експертний</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">соціологічний</div> </div> </div>
Вимоги до якості товару – це вираження певних потреб через переведення їх у набір кількісно або якісно встановлених норм щодо характеристик товару для забезпечення можливості перевірки при використанні за призначенням.	
Методи визначення показників якості товару – методи, за допомогою яких визначають кількісне значення показників якості товару.	
Органолептичний метод – метод призначення значень показників якості товару на основі аналізу сприйняття органів чуттів людини.	
Лабораторний метод – метод визначення значень показників якості товару за допомогою спеціальної апаратури, реактивів, посуду та іншого допоміжного приладдя.	
Суб'єктивні методи оцінки якості товарів: <ul style="list-style-type: none"> - органолептичні, - експертні, - соціологічні. 	Об'єктивні методи оцінки якості товарів: <ul style="list-style-type: none"> - лабораторні: фізичні, фізико-хімічні, хімічні, біохімічні, мікробіологічні, товарознавчо-технологічні, - реєстраційні, - розрахункові.

ТЕМА 7. КЛАСИФІКАЦІЯ І АСОРТИМЕНТ ТОВАРІВ

Питання до теми

1. Класифікація як метод товарознавства
2. Види класифікації товарів
3. Кодування об'єктів класифікації
4. Асортимент товарів



1. Класифікація як метод товарознавства

Класифікація товару – упорядкований на основі певних ознак розподіл товарів на класи, незалежні один від одного, або такі, що перебувають у логічній послідовності

(ДСТУ 3993-2000)

Мета класифікації:

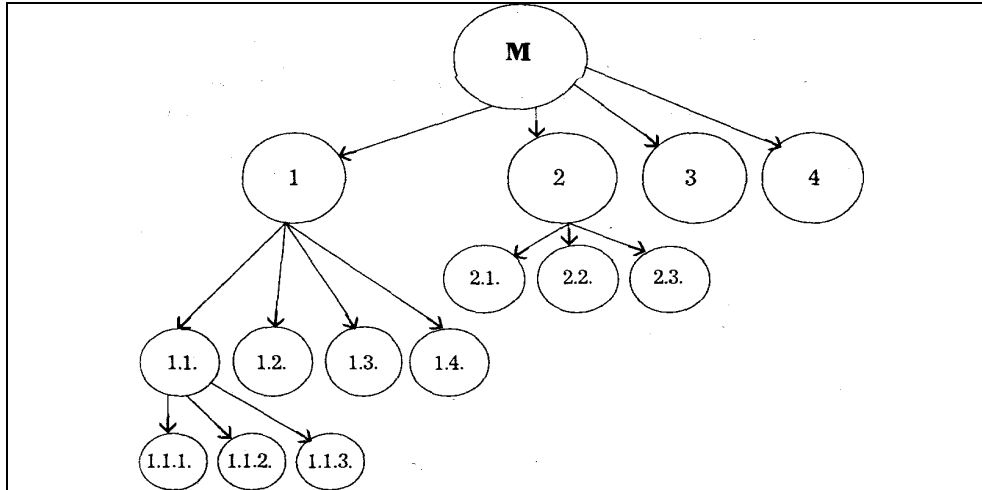
- упровадження автоматизованої обробки інформації про продукцію в різних сферах діяльності;
- вивчення споживчих властивостей і якості товарів;
- облік і планування товарообороту;
- розробка каталогів товарів;
- удосконалення системи стандартизації та сертифікації товарів;
- статистичний аналіз виробництва, реалізації та використання продукції на макроекономічному, регіональному й галузевому рівнях.

Методи класифікації – сукупність прийомів (способів) розподілу множини об'єктів, планомірний підхід до їх розподілу на підмножини.

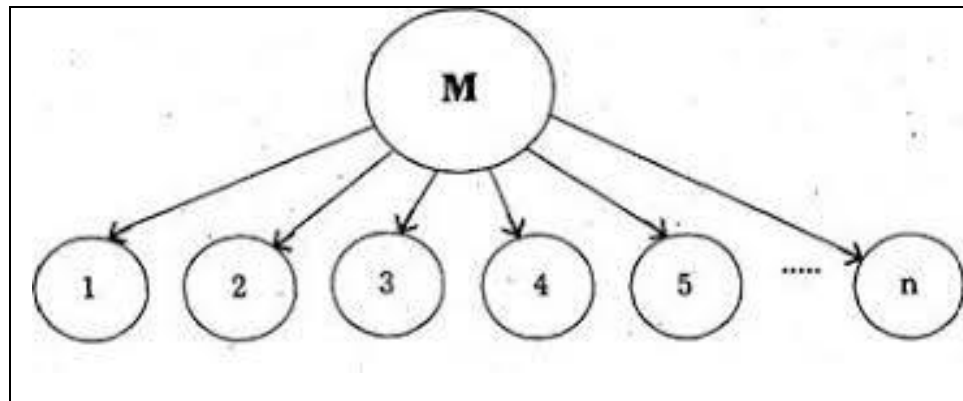
Класифікаційна ознака товару – об'єктивна особливість товару, що її вибирають як основу для впорядкування розподілу товарів за незалежними один від одного підрозділами, або в логічній послідовності і підпорядкованості

(ДСТУ 3993-2000)

2. Види класифікації товарів



Ієрархічний метод класифікації – послідовний розподіл великої кількості об’єктів на підлеглі класифікаційні угруповання.



Фасетний метод класифікації – це паралельний розподіл великої кількості об’єктів на незалежні класифікаційні угруповання.

<i>Метод</i>	<i>Переваги</i>	<i>Недоліки</i>
Ієрархічний	<ul style="list-style-type: none"> – можливість виділення спільності й подібності ознак об'єктів на одну й різних щаблях; – висока інформаційна насиченість 	<p>За великої глибини:</p> <ul style="list-style-type: none"> – надмірна громіздкість; – високі витрати, іноді необґрунтовані; – труднощі застосування; <p>За невеликої глибини:</p> <ul style="list-style-type: none"> – інформаційна недостатність, неповне охоплення об'єктів і ознак
Фасетний	<ul style="list-style-type: none"> – гнучкість системи; – зручність використання; – можливість обмеження кількості ознак без втрати достатності охоплення об'єктів 	Неможливість виділення спільності розходжень між об'єктами в різних класифікаційних угрупованнях



НАВЧАЛЬНА КЛАСИФІКАЦІЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

№	Перший клас: <i>продовольчі товари</i> , або харчові продукти			
з/п	<i>Підкласи</i>	<i>Групи однорідних товарів</i>		
I	Рослинного походження	Зерноборошняні		
Фруктоовочеві				
Смакові				
Цукор				
Крохмаль				
		Кондитерські товари		
II	Тваринного походження	Харчові тваринні жири		
		Молочні товари		
		М'ясні товари		
		Рибні товари		
		Яйця і яйцепродукти		

ТОРГОВЕЛЬНА КЛАСИФІКАЦІЯ

- хлібобулочні вироби;
- кондитерські вироби;
- молоко та молочні товари;
- фрукти і овочі;
- м'ясо, риба;
- горілчані вироби, вино, пиво;
- мінеральна вода та напої.

За принципом угруповання в торговельній мережі продовольчі товари поділяють на групи:

Бакалійні

Крупи

Борошно

Макаронні вироби



Гриби

Чай, кофе

Прянощі

Гастрономічні

Сири

Ковбаси

М'ясо



Консерви

Алкогільні напої

Молочні товари

За біологічною класифікацією:
продовольчі товари

товари рослинного походження



Сорти

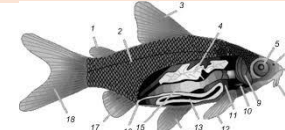
ботанічні

помологічні

ампелографічні



товари тваринного походження



Сімейства

осетрових

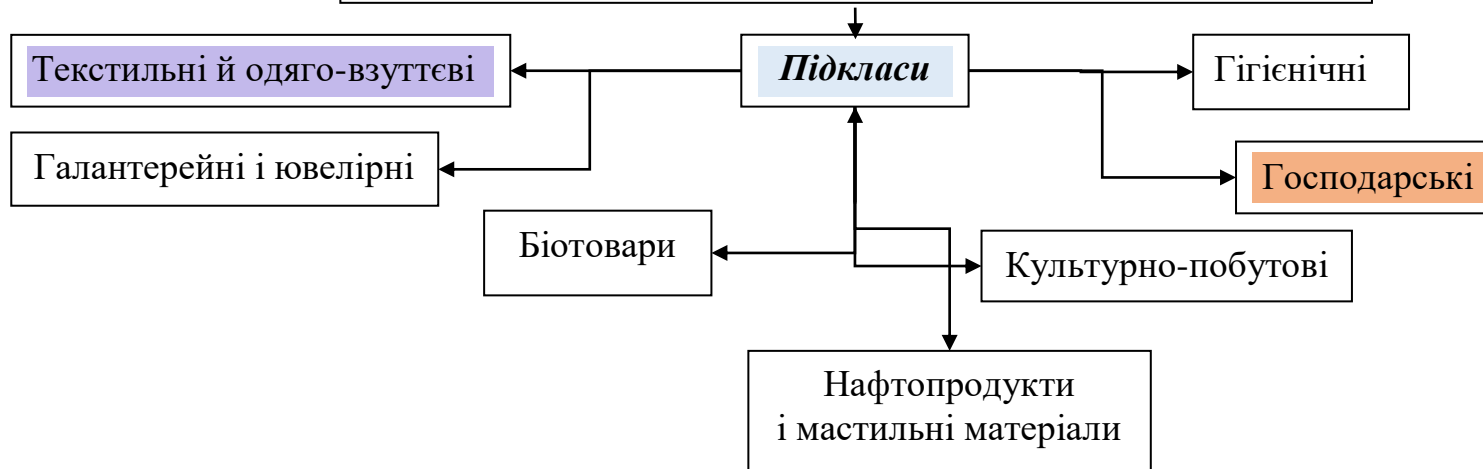
оселедцевих

лососевих

окуневих

Загальна класифікація непродовольчих товарів (навчальна)

Другий клас: непродовольчі товари, або промислові



Артикул товару – умовна позначка, яку присвоюють товару для відображення особливостей та відмінності від іншого аналогічного виду товару

(ДСТУ 3993-2000)

У практиці торгівлі непродовольчі товари поділяються на товарні групи:

товари побутової хімії	керамічні вироби	електротовари
вироби з пластичних мас	вироби зі скла	побутові електромашини й прилади
будівельні товари	металевогосподарські товари	
меблеві товари	парфумерно-косметичні товари	
текстиль	хутрянні вироби	
швейні товари	ювелірні вироби та прикраси	
трикотажні товари	годинники	
взуття		
галантерея		
товари культурно-побутового призначення		

3. Кодування об'єктів класифікації

Кодування товарів – присвоювання товарам умовних позначень у вигляді цифрового, штрихового коду з метою їх ідентифікації

(ДСТУ 3993-2000)

Переваги й недоліки різних методів кодування

Метод	Переваги	Недоліки
<i>Порядковий</i>	Простота присвоєння кодів. Економічність використання 999 кодів, прийнятих у класифікаторах	Відсутність додаткової інформації про об'єкти. Неможливість виділення загального і окремого між об'єктами
<i>Послідовний</i>	Код має велику інформаційну ємність, дозволяє виявляти загальні і окремі ознаки	Жорсткість коду. Складність змін в коді з метою введення нових ознак
<i>Паралельний</i>	Гарна пристосованість для машинної обробки, гнучкість коду полегшує введення необхідних змін	Недостатній зв'язок між окремими угрупованнями

Штриховий код товару – комбінація послідовно розташованих паралельних штрихів та проміжків між ними, розміри та розташування яких встановлені певними правилами, і призначена для автоматизованої ідентифікації товару

(ДСТУ 3993-2000)

Дослідження структури штрихових кодів зразків чаю чорного байхового фасованого для разової заварки

Зразки чаю	Штрих-код, нанесений на пакування зразків	Структура штрихових кодів			
		Код країни місцезнаходження банку даних штрихових кодів	Код організації-виробника	Код товару	Контрольне число
«Золото Цейлону» ТМ Батік	4820015833198	482 - Україна	0015	83319	8
«Високогірний» ТМ Батік	4820015831422	482- Україна	0015	83142	2
«EARL GREY» ТМ аro	4820097810483	482- Україна	0097	81048	3
«Класичний сніданок» ТМ ТЕТ	5060207690768	50 - Англія	60207	69076	8

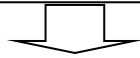
Розрахунок контрольних чисел штрихових кодів

Зразки чаю	Штрих-код, нанесений на пакуванні	Крок 1	Крок 2	Крок 3	Крок 4	Крок 5	Контрольне число
«Золото Цейлону» ТМ Батік	4820015833198	$9+3+8+1+0+8=29$	$29 \cdot 3=87$	$1+3+5+0+2+4=15$	$87+15=102$	$102+8=110$	$8=8$
«Високогірний» ТМ Батік	4820015831422	$2+1+8+1+0+8=20$	$20 \cdot 3=60$	$4+3+5+0+2+4=18$	$60+18=78$	$78+2=80$	$2=2$
«EARL GREY» ТМ аro	4820097810483	$8+0+8+9+0+8=33$	$33 \cdot 3=99$	$4+1+7+0+2+4=18$	$99+18=117$	$117+3=120$	$3=3$
«Класичний сніданок» ТМ ТЕТ	5060207690768	$6+0+6+0+0+0=12$	$12 \cdot 3=36$	$7+9+7+2+6+5=36$	$36+36=72$	$72+8=80$	$8=8$

4. Ассортимент товарів

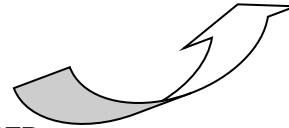
Ассортимент товарів – набір товарів різних груп, підгруп, видів та різновидів, що їх об'єднують за певною споживчою, торговою або виробничою ознакою для характеристики складу товарної маси в різних умовах.

Промисловий асортимент товарів – виробляється окремою галуззю або окремим промисловим підприємством.



Реалізується виробничими підприємствами і є основою формування торгового асортименту окремих оптових і роздрібних торгових підприємств.

Торговий асортимент товарів – набір товарів різних груп, підгруп, які об'єднують за певною споживчою або товарною ознакою, які перебувають у сфері обігу.



Ассортименти торгового підприємства – підбір різних товарів за групами, підгрупами, видами та різновидами в конкретному торговому підприємстві

(ДСТУ 3993-2000)

Широта торгового асортименту товарів – характеристика асортименту товарів торгового підприємства за кількістю груп та підгруп, що входять до нього

(ДСТУ 3993-2000)

Глибина торгового асортименту товарів – характеристика асортименту товарів торгового підприємства за кількістю видів та різновидів, об'єднаних визначеними групами та підгрупами

(ДСТУ 3993-2000)

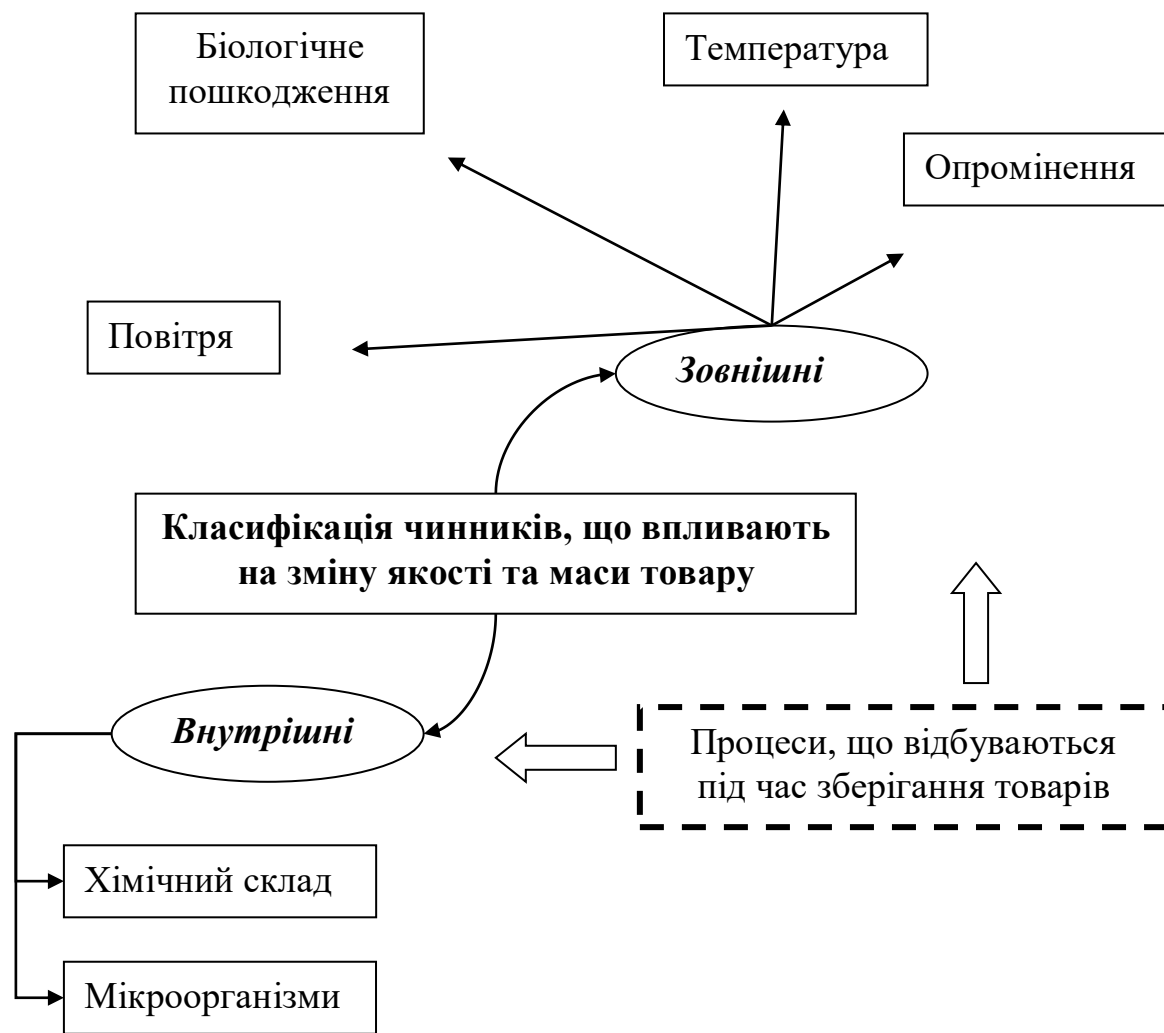
ТЕМА 8. ОСНОВИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЯКОСТІ І КІЛЬКОСТІ ТОВАРІВ У ПРОЦЕСІ ТОВАРОРУХУ

Питання до теми

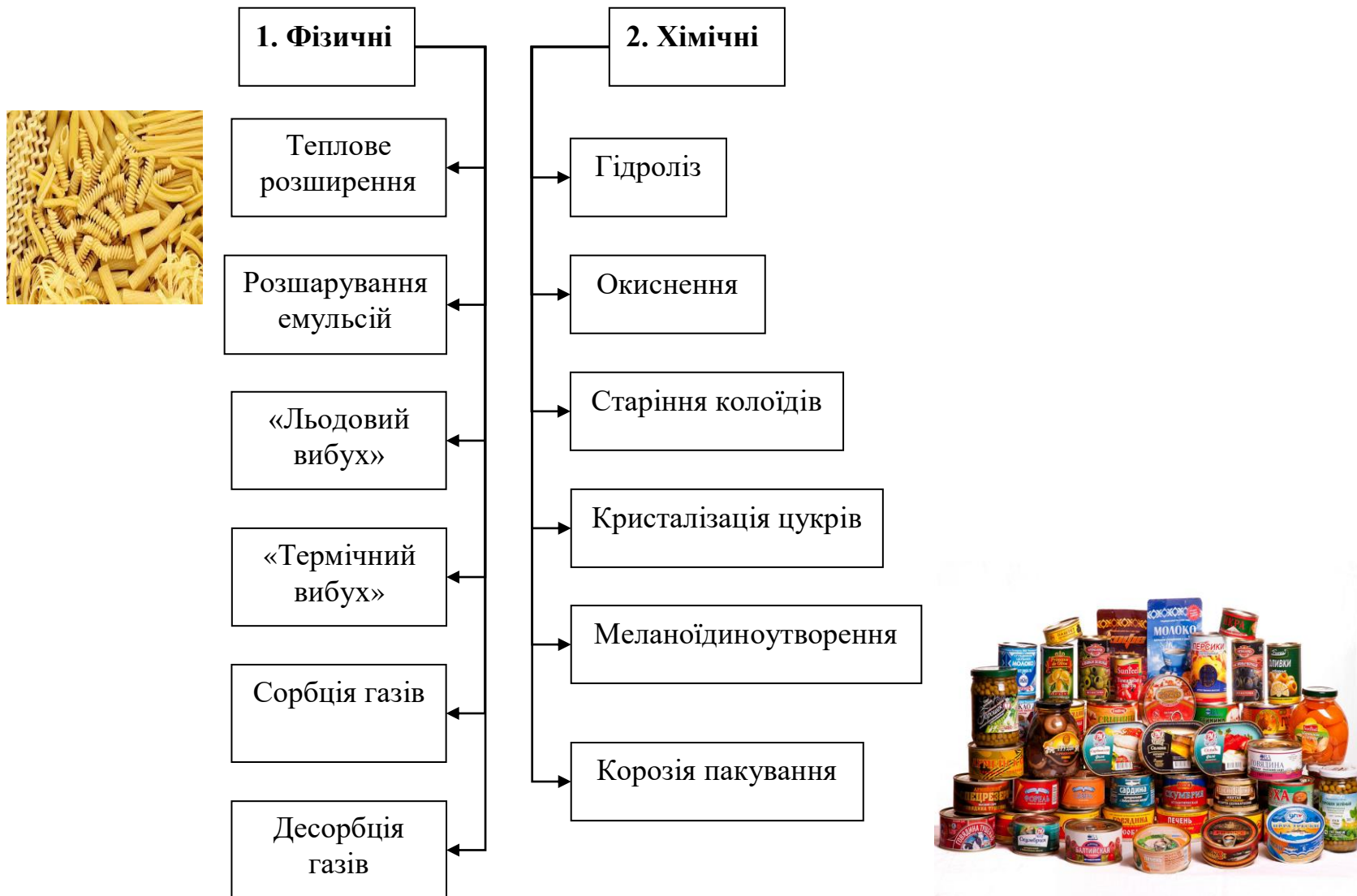
1. Процеси, що відбуваються в товарах під час товароруху
2. Класифікація процесів, що відбуваються під час зберігання товарів
3. Класифікація методів консервування харчових продуктів
4. Класифікація товарів за здатністю до зберігання
5. Вплив умов зберігання й транспортування на рівень втрат

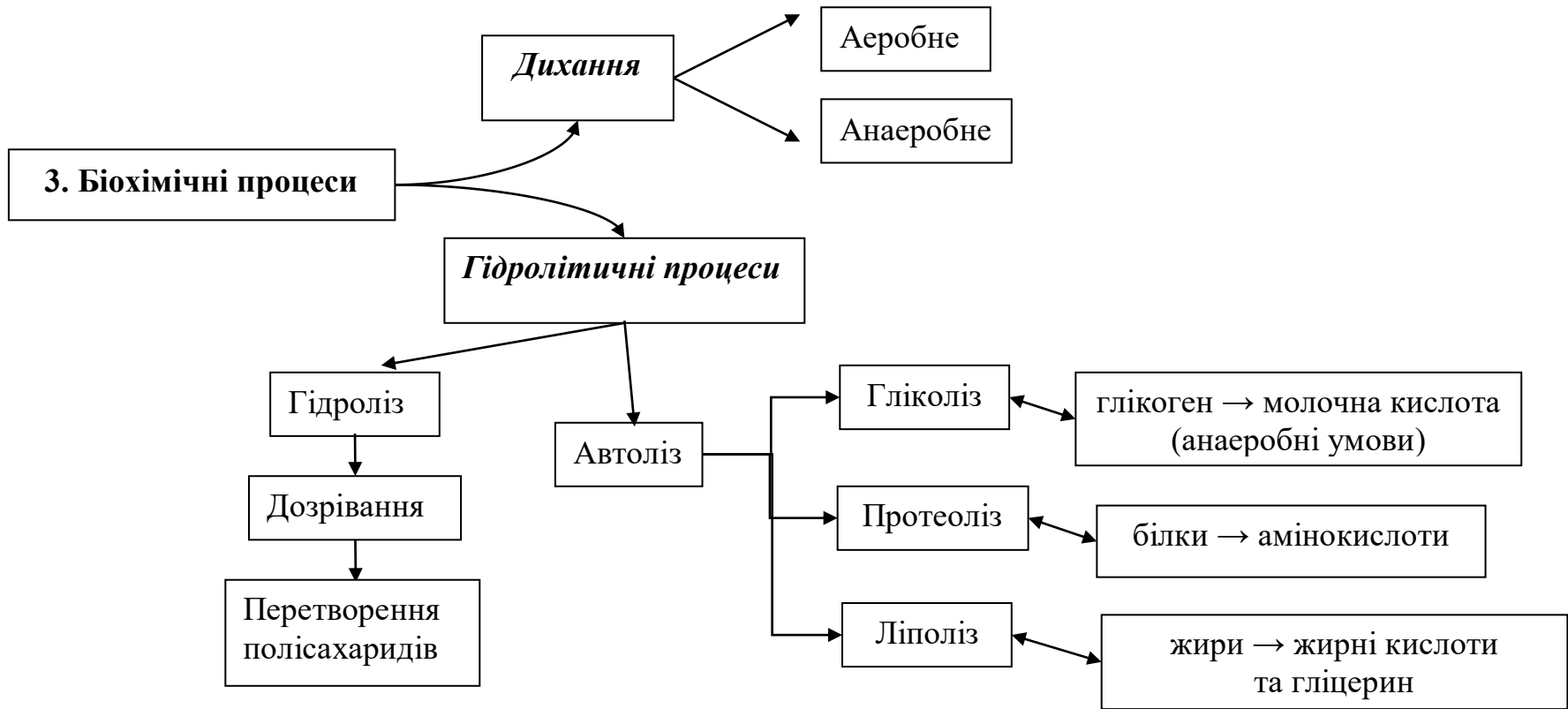


1. Процеси, що відбуваються в товарах під час товароруху



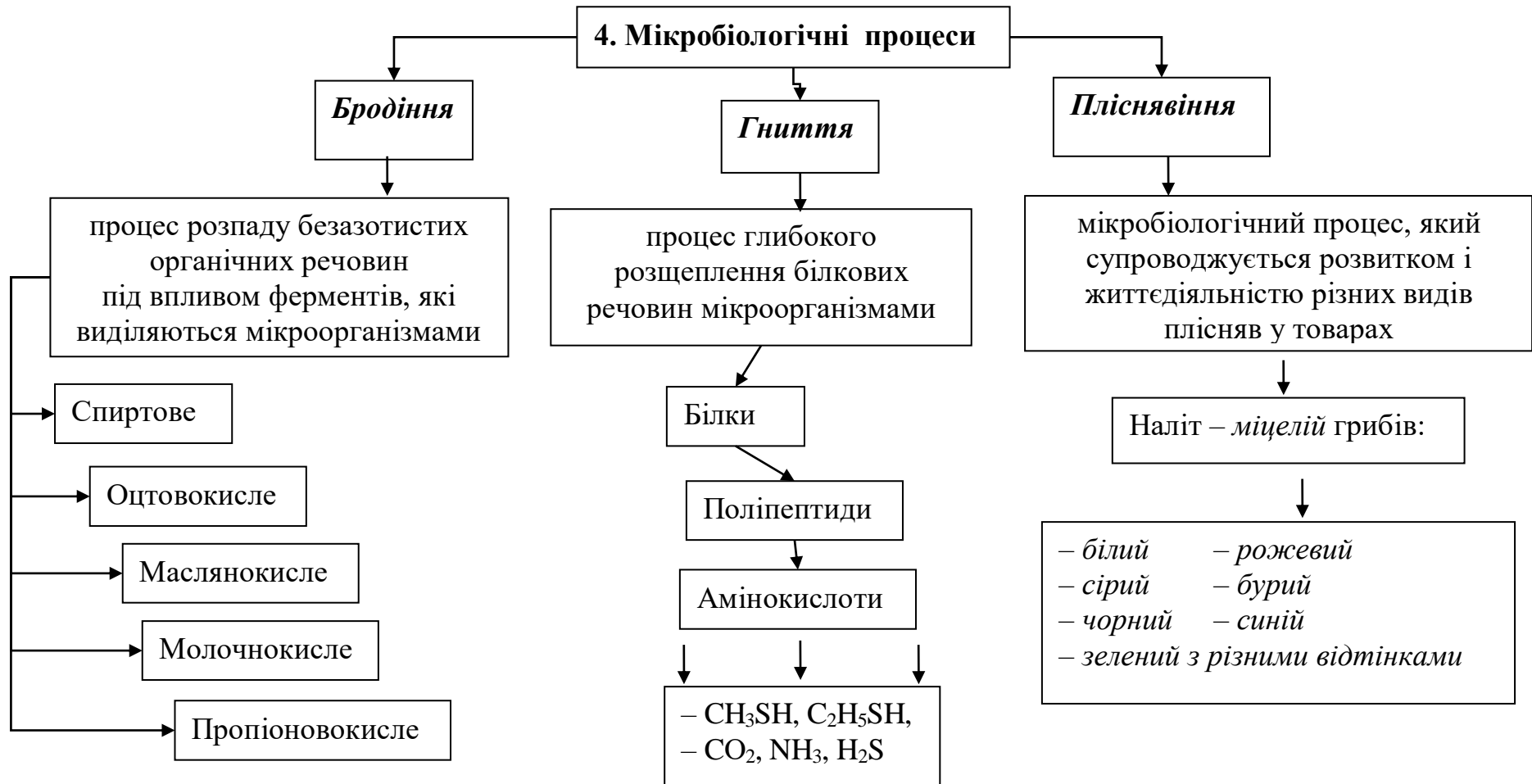
2. Класифікація процесів, що відбуваються під час зберігання товарів





Показники дихання деяких овочів і фруктів

Продукти	Газообмін, мг на 1 кг продукту за 1 рік		Коефіцієнт дихання
	Поглинання O ₂	Виділення CO ₂	
Картопля	9,4	10,1	1,08
Морква	16,1	17,3	1,07
Цибуля ріпчаста	12,0	12,7	1,06
Яблука	12,1	13,9	1,15
Лимони	3,3	4,4	1,33

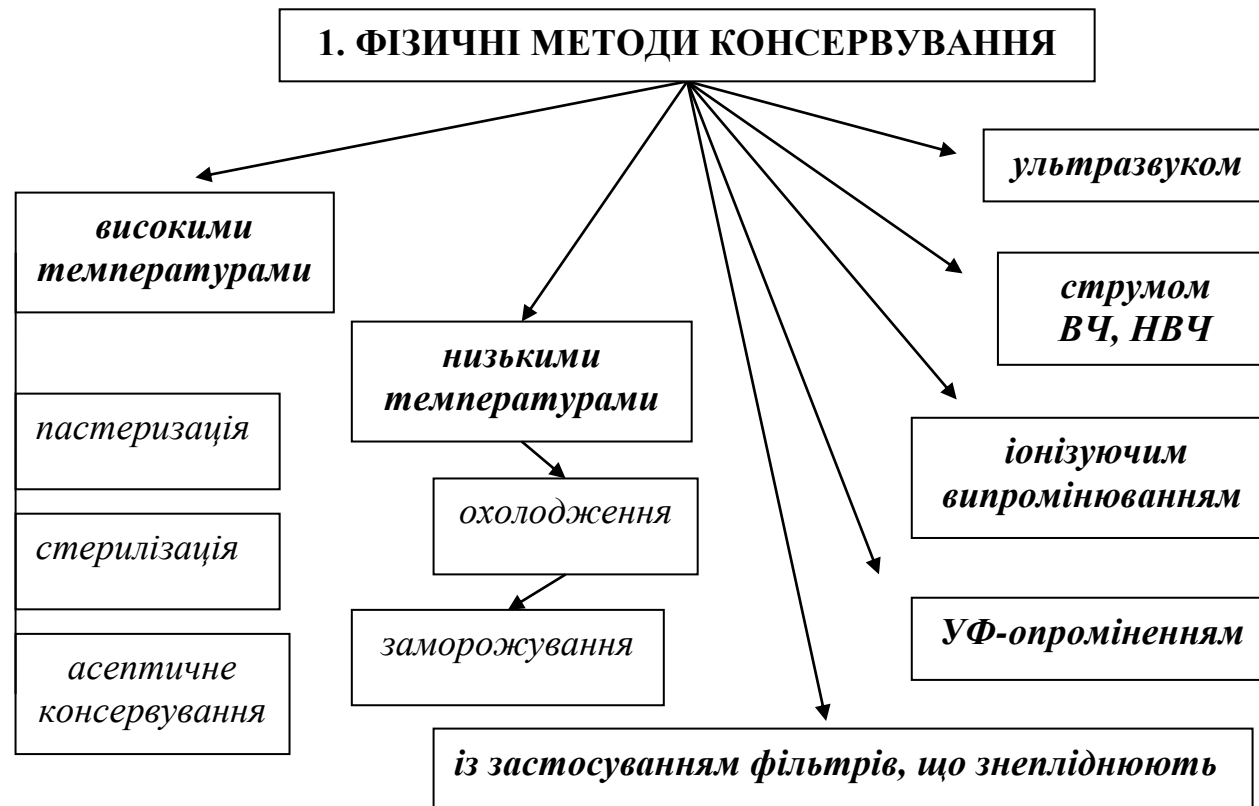


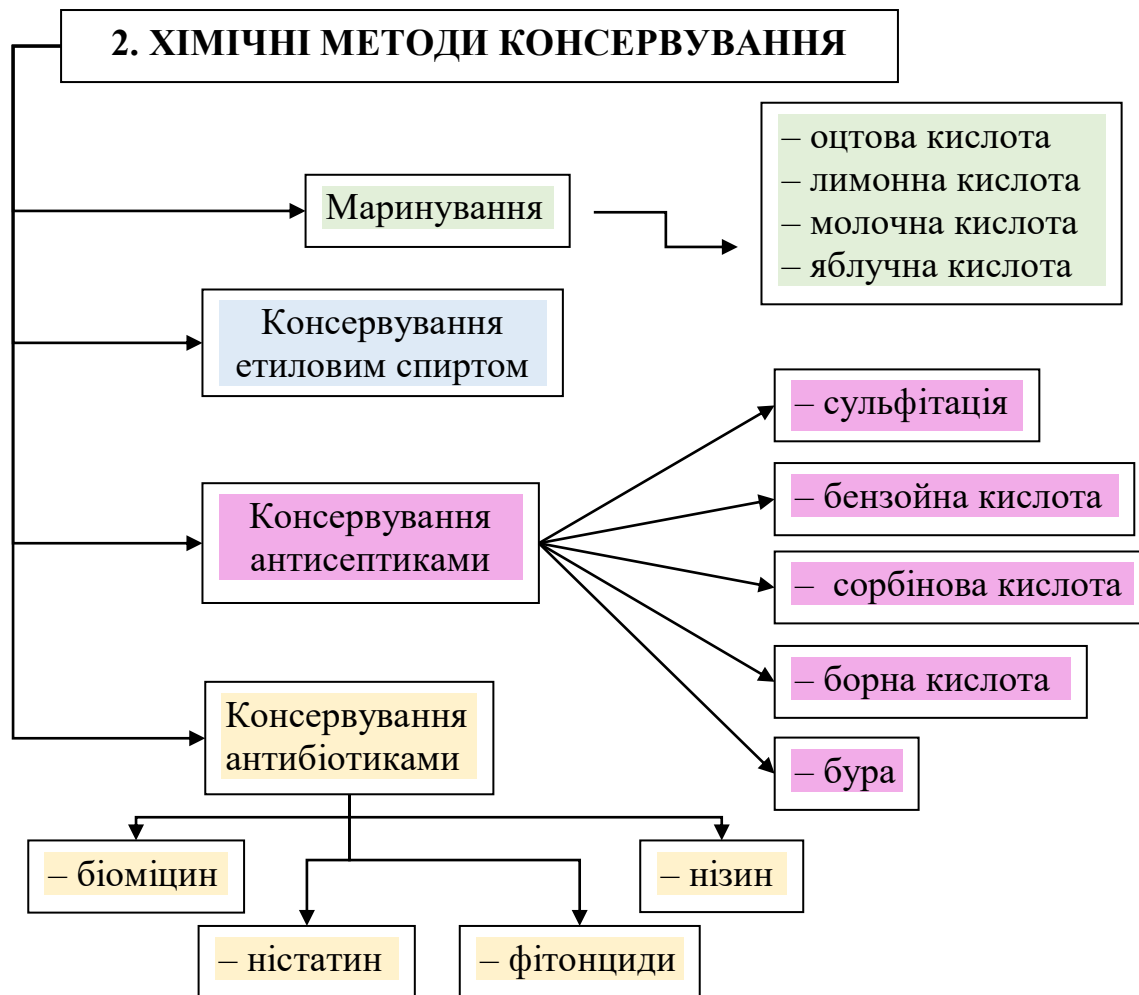
5. Біологічні зміни товарів під час транспортування, зберігання та споживання.

3. Класифікація методів консервування харчових продуктів

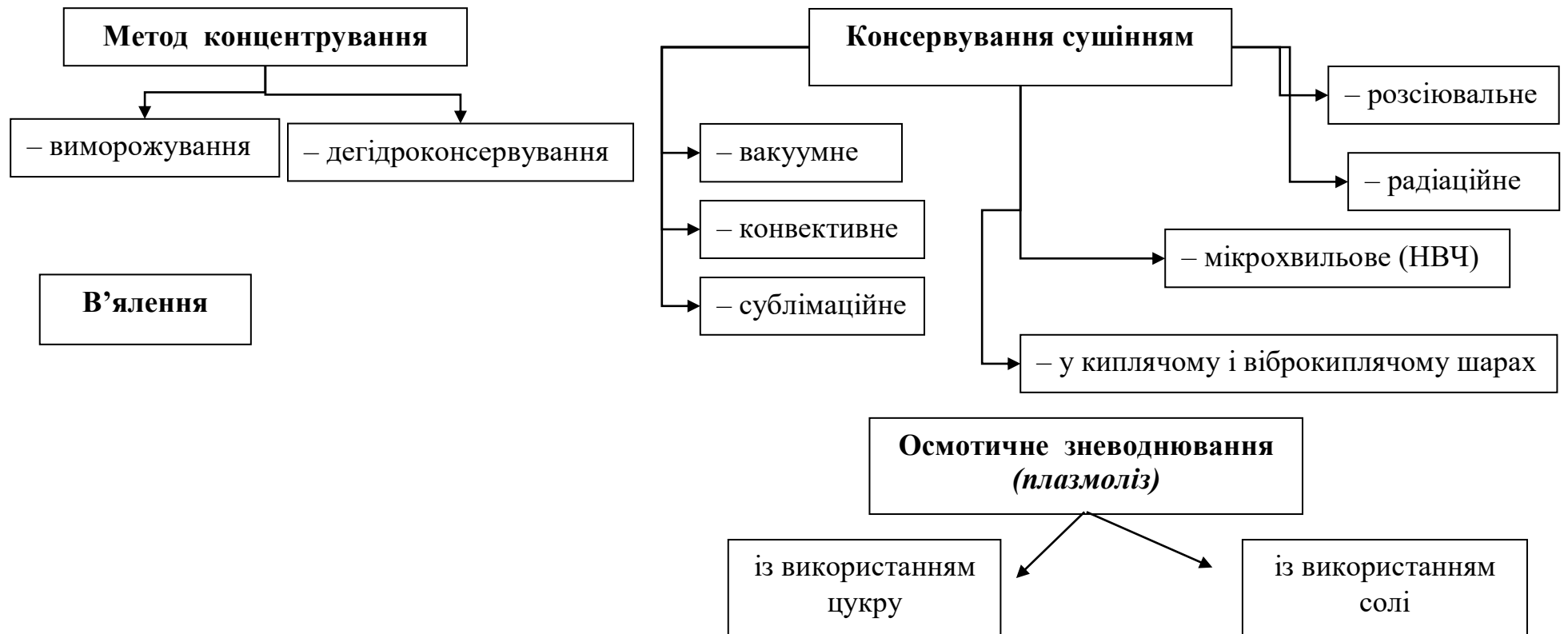
Консервування – це спеціальна обробка продуктів для подовження термінів зберігання.







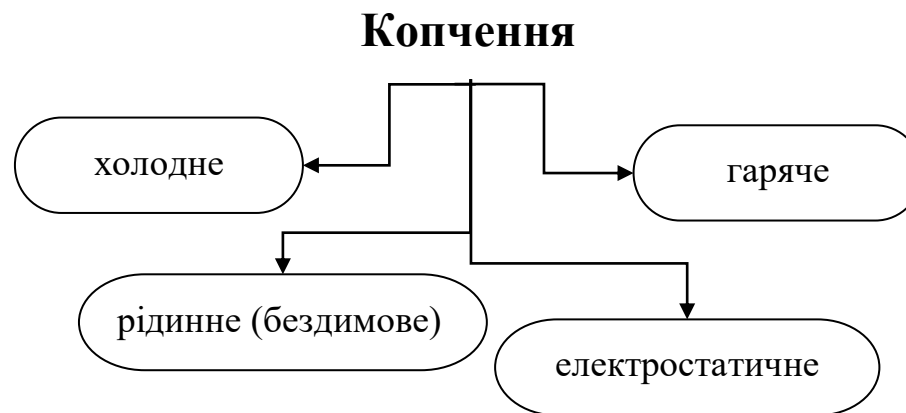
3. ФІЗИКО-ХІМІЧНІ МЕТОДИ КОНСЕРВУВАННЯ:



4. БІОХІМІЧНІ МЕТОДИ КОНСЕРВУВАННЯ

Квашення

5. КОМБІНОВАНІ МЕТОДИ КОНСЕРВУВАННЯ



4. Класифікація товарів за здатністю до зберігання

Зберігання товару – стадія обігу товару, на якій забезпечується протягом певного часу придатність задовольняти до призначення конкретні потреби споживача (ДСТУ 3993-2000)

Усі товари за характерними ознаками поділяють на 3 групи:

1 група

Живі харчові продукти рослинного й тваринного походження – цілі організми, їхні органи або окремі частини, у яких відбуваються фізичні, хімічні, біохімічні процеси

2 група

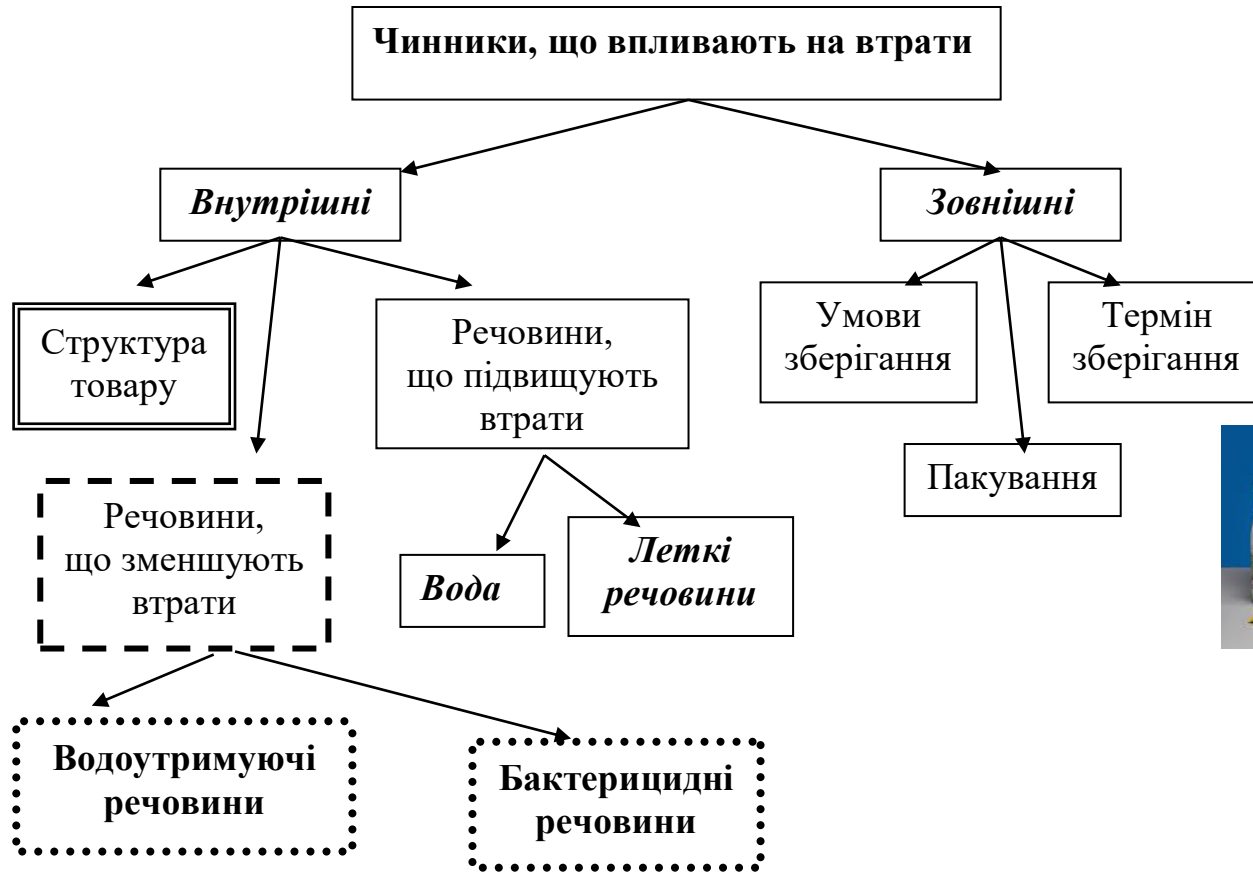
Товари, що вироблені з рослинної й тваринної сировини, у яких найбільш чітко виражені фізичні й хімічні процеси й слабко виражені біохімічні процеси

3 група

Продовольчі й непродовольчі товари, у яких повністю відсутні біохімічні процеси



5. Вплив умов зберігання й транспортування на рівень втрат





ТЕМА 9. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ТОВАР

Питання до теми

1. Види інформації про товар
2. Маркувальна інформація
3. Інформаційні знаки
4. Технічна документація



1. Види інформації про товар

Інформація про товар – подані в документальній формі відомості про товар, місце і час виготовлення, правила поводження та догляд за ним, спосіб споживання, харчову цінність, термін придатності та назву виробника

(ДСТУ 3993-2000)

Залежно від призначення розрізняють три види інформації про товар:

основоположна інформація	комерційна інформація	споживча інформація
Основні відомості про товар, які мають вирішальне значення для його ідентифікації	Відомості про товар, які доповнюють основну інформацію та використовуються виробниками, постачальниками й працівниками торгівлі, але малодоступна споживачам	Відомості про товар, які показують переваги конкретного товару в процесі його споживання чи експлуатації та розраховані на споживача
<ul style="list-style-type: none"> • вид товару, • найменування товару, • гатунок, • маса, • найменування виробника, • дата виготовлення, • термін зберігання. 	<ul style="list-style-type: none"> • інформація про підприємства-посередники, • нормативна документація, • коди товарів. 	<ul style="list-style-type: none"> • найбільш привабливі споживні властивості товару; • склад товару; • функціональне призначення товару; • харчову цінність; • способи використання.

2. Маркувальна інформація

Основні функції маркування:

1) *інформаційна* функція маркування є найважливішою. Найбільше значення при цьому має основоположна та споживча інформація. Основоположна інформація на маркуванні дублює інформацію, що міститься у товаросупровідних документах (ТСД). Якщо основоположна інформація на маркуванні і в ТСД не збігається, то це свідчить про фальсифікацію товару.

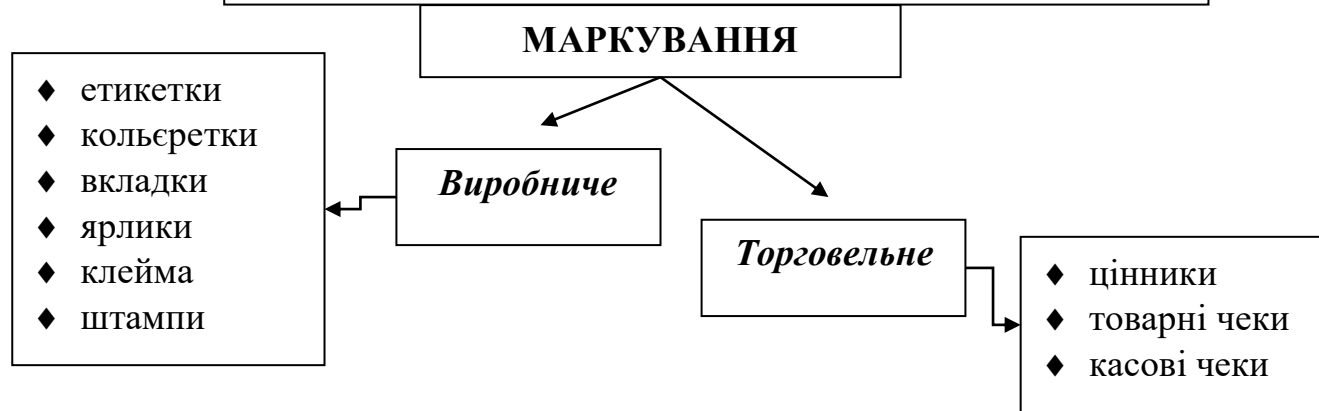
2) *ідентифікаційна* функція маркування полягає в тому, що воно допомагає покупцям розпізнавати окремі види й найменування товарів у широкому асортименті товарів, які мають схожі функціональні, експлуатаційні та деякі інші споживні властивості.

3) *емоційна й мотиваційна* функції маркування взаємопов'язані. Красиво виготовлене маркування, обґрунтовані пояснювальні тексти, використання загальновідомих символів викликають у покупців позитивні емоції, що є важливим елементом мотивації під час прийняття рішення про купівлю цього товару.

Маркування – (від нім. «mark» — знак, мітка, «markiren» — відзначати знаком) — це обов'язкова інформація, що наноситься на вироби або упаковку у вигляді тексту, сукупності знаків або символів, які характеризують даний товар і допомагають його ідентифікувати.



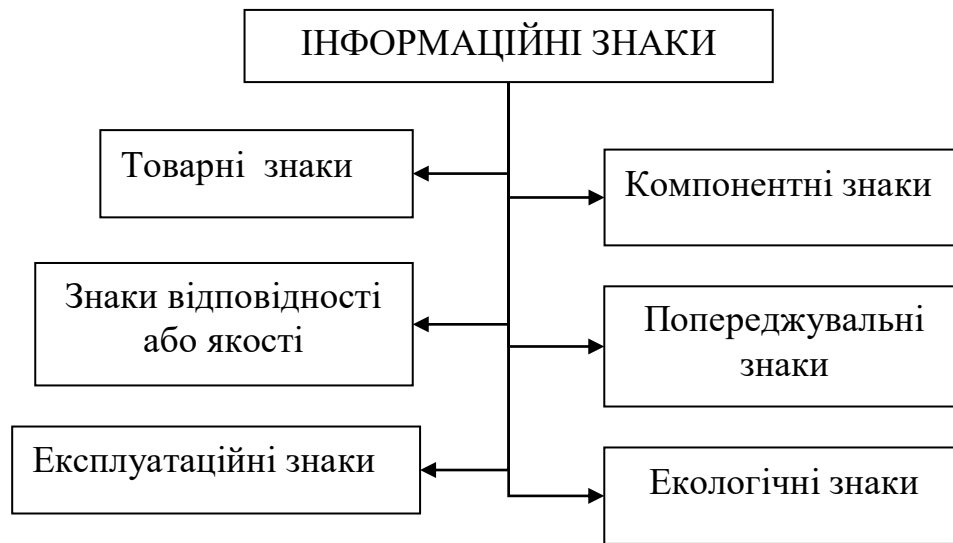
Маркування товару (споживчої тари) – ідентифікаційна умовна позначка на кожній одиниці товару з інформацією відповідно до вимог чинних нормативних документів (ДСТУ 3993-2000)



Маркування включає три елементи:

1. Текст – 50...100%.
2. Малюнок – 0...50%.
3. Умовне позначення або інформаційний знак – 0...30%.

3. Інформаційні знаки



Товарний знак – зареєстрована за встановленим порядком із наданням правової охорони позначка, за якою товари і послуги одних осіб відрізняються від однорідних товарів та послуг інших осіб

(ДСТУ 3993-2000)

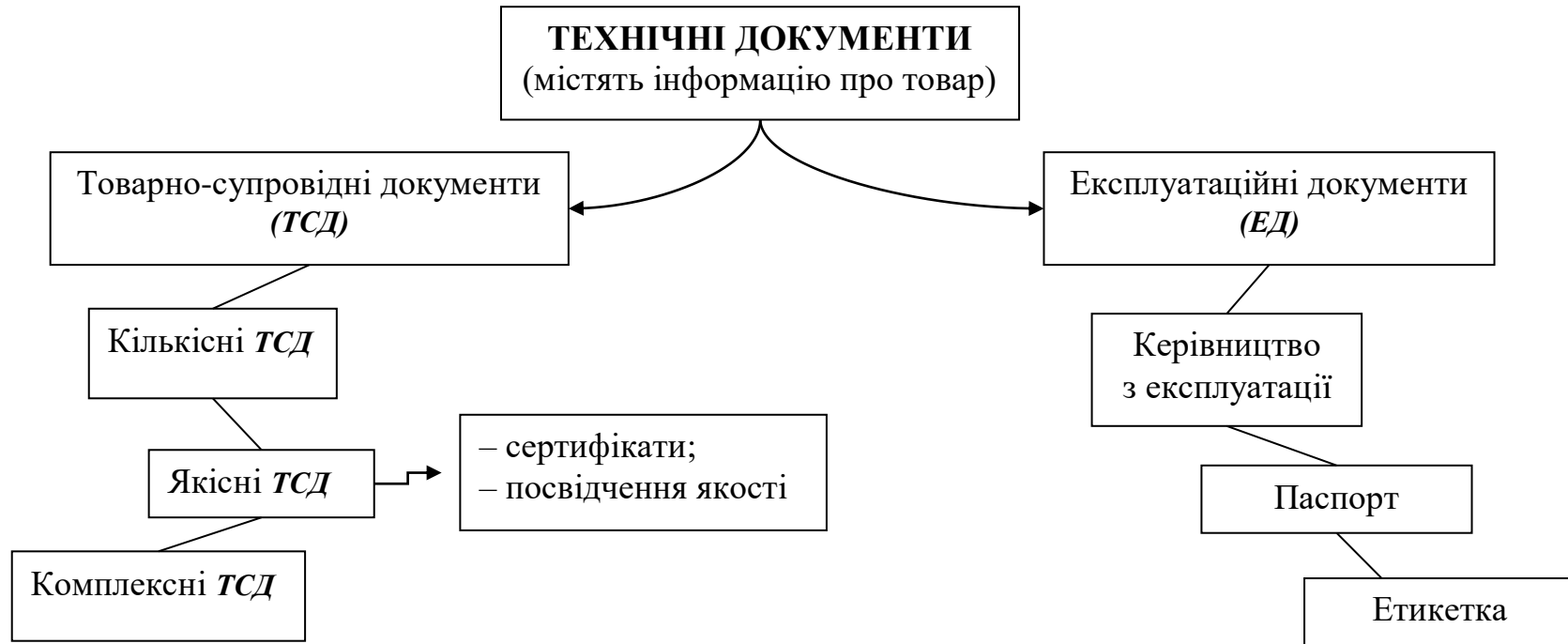
Знак відповідності – захищений за встановленим порядком знак, використовуваний або виданий згідно з правилами системи сертифікації, який вказує, що забезпечується необхідна впевненість у тому, що ця продукція, процес чи послуга відповідають конкретному стандарту чи іншому нормативному документу

(ДСТУ 3993-2000)

Знаки відповідності національним стандартам:



4. Технічна документація



СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Теоретичні основи товарознавства : навчальний посібник у структурно-логічних схемах / А. А. Дубініна, Г. В. Дейниченко, Т. В. Щербакова, Г. А. Селютіна, В. О. Віннікова. – Харків: ХДУХТ, 2014.
2. Теоретичні основи товарознавства : підручник / За заг. ред. Ю. Т. Жука. – Львів : Компакт-ЛВ, 2009.
3. Теоретичні основи товарознавства : підручник / І. М. Байдакова, Л. І. Байдакова, Л. М. Губа, В. Я. Плахотін, О. В. Шегінський. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2016.
4. ДСТУ 3993-2000. Товарознавство. Терміни та визначення. – К.: Держстандарт України, 2000. – 25 с.
5. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. – К. : Держстандарт України, 2001. – 33 с.
6. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Якість та споживні властивості товару [Електронний ресурс]. – Електрон. текстовые данные. – Режим доступа: <<http://www.info-library.com.ua/books-text-9576.html>>

Навчальне електронне видання
комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТОВАРОЗНАВСТВА

Візуальне супроводження курсу
для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»
освітній ступінь бакалавр

Укладач
ЩЕРБАКОВА Тетяна Віталіївна

Відповідальна за випуск зав. кафедри товарознавства та експертизи товарів
д-р техн. наук, проф. А.А. Дубініна

Авторська редакція

План 2018 р., поз. 93

Підп. до друку 20.12.2018 р. Один електронний оптичний диск (CD-ROM);
супровідна документація. Об'єм даних 10,1 Мб. Тираж 10 прим.

Видавець і виготівник
Харківський державний університет харчування та торгівлі
вул. Клочківська, 333, м. Харків, 61051.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4417 від 10.10.2012 р.