УДК 620.2

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУЧНОГО ТОВАРОВЕДЕНИЯ

*Actual Problems of the Scientific Merchandising***Николаева М.А.***Nikolaeva M.A.***Ключевые слова:**

товар;
товароведение;
риски;
стратегические задачи;
направления развития

Keywords:

goods;
merchandizing;
risks;
strategic objectives;
development directions

Реферат

В статье рассмотрены шесть актуальных проблем научного товароведения. Выявлены риски, которые могут возникнуть, если эти проблемы не будут своевременно решены. По ряду проблем представлены пути решения. Кроме того, определены стратегические задачи развития и совершенствования товароведения; охарактеризованы приоритетные направления научного товароведения, к числу которых, по мнению автора, относятся: управление ассортиментом; формирование и оценка улучшенных потребительских свойств инновационных товаров; идентификация товаров и обнаружение их фальсификации; обеспечение сохранности товаров.

Abstract

The article considers six urgent problems that should be solved in the field of scientific merchandising. The author identified potential risks that possibly arouse if these problems wouldn't be solved, indicated the ways of solution for some of them. Additionally, the researcher determined strategic development and improvement objectives of merchandising, and also showed the priority directions of scientific merchandizing. According to the author they are the assortment management, the formation and evaluation of improved consumer properties of innovative goods, goods identification and its counterfeiting detection, ensuring goods persistence.

Товароведение как наука и естественнонаучная дисциплина, раскрывающая основополагающие характеристики товаров и факторы, их обеспечивающие, нацелено на выполнение трех видов деятельности:

- научной;
- образовательной;
- практической, т. е. профессиональной товароведной.

Цели статьи – выявление актуальных проблем научного товароведения и возможных рисков, возникающих, если эти проблемы не решены; рассмотрение стратегических и тактических задач по их предотвращению или смягчению; обозначение направлений дальнейшего развития и совершенствования научного товароведения.

Важнейшую проблему научного товароведения можно определить как недостаточность фундаментальных исследований в этой области,

о чем свидетельствует отсутствие монографий и диссертаций по вопросам методологии товароведной науки.

Большинство публикаций по научному товароведению, которые носят прикладной характер, направлены на решение следующих конкретных задач:

- совершенствование ассортимента продукции путем разработки инновационных товаров;
- формирование и оценка потребительских свойств новых товаров;
- обеспечение сохранности товаров и установление сроков их годности;
- выявление критериев и показателей идентификации товаров для обнаружения их фальсификации, а также для установления принадлежности к определенным товарным группам, подгруппам, категориям и маркам;
- обеспечение безопасности товаров;

- разработка инновационных технологий хранения пищевых продуктов;
- определение товарных потерь и мер по их сокращению или предупреждению;
- оценка конкурентоспособности товаров.

К числу научных публикаций последних десяти лет в области теоретико-методологических основ товароведения можно отнести работы, в которых были рассмотрены концепция, актуальные проблемы развития и совершенствования товароведения, представлены теоретические подходы к разработке инновационного товароведения [4–5; 7–8].

Вторая актуальная проблема научного товароведения – недостаточность финансирования теоретических и прикладных товароведных исследований. В определенной мере это обусловлено тем, что результаты исследований предназначены, в основном, для предприятий частного бизнеса, руководители которых не заинтересованы в их проведении и не хотят обременять себя инвестициями в науку.

Органы государственной исполнительной власти, распределяющие бюджетные средства на конкурсной основе, отдают предпочтение научным работам в экономической, социальной или информационной сфере.

Одним из путей решения названной проблемы может служить интегрированный подход на стыке товароведения, экономики, маркетинга, физиологии питания, осуществляемый силами ученых разных научных и образовательных учреждений. Примеры сочетания товароведных исследований с гигиеническими испытаниями представлены в ряде защищенных докторских диссертаций (Л.А. Маюрниковой, О.В. Евдокимовой), а также диссертаций, готовящихся к защите (Е. Поляковой, Т.С. Котовой и др.). На стыке товароведения и экономики была выполнена и защищена докторская диссертация Е.И. Мазанько, на стыке товароведения, маркетинга и категорийного менеджмента – докторская диссертация В.М. Киселева. В большинстве защищенных в последнее время докторских и кандидатских диссертаций по товароведению одна из глав посвящается маркетинговым исследованиям сегмента рынка продовольственных товаров, для которого разрабатываются инновационные продукты питания (функциональные или обогащенные). Вместе с тем описанный путь решения второй актуальной проблемы товароведения имеет определенные риски – «размывание» проблем товароведения, слепое дублирование отдельных теоретических положений других наук, ставящих научное товароведение в тупиковую ситуацию. Как пример можно привести положение о потребительной стоимости, упомянутой

К. Марксом в его знаменитом труде «Капитал» [3], которое используется в качестве предмета дисциплины «Товароведение», заимствованные Ш.К. Ганцовым в учебнике «Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров» из дисциплины «Теория экономических учений». С момента издания учебника [1] в 1988 г. прошло почти 30 лет, но ни одной серьезной теоретической работы, развивающей товароведные аспекты потребительной стоимости, не появилось в печати. Даже в учебниках по товароведению однородные группы потребительной стоимости вообще не упоминаются.

Более перспективным научным направлением является, по нашему мнению, рассмотрение потребностей, удовлетворяемых определенными товарами, причем с учетом того, что каждый товар обладает способностью удовлетворить комплекс индивидуальных потребностей. Исходя из таких потребностей следует разрабатывать новые товары и осуществлять их продвижение на рынке. Так, пищевые продукты удовлетворяют физиологические, психические потребности, а отдельные виды и торговые марки (например, осетровая и лососевая икра, элитный алкоголь) – престижные потребности.

Однако для целей товароведения не приемлемы такие классификации потребностей, как пирамида потребностей А. Маслоу и разновидность этой концепции – теория приобретенных потребностей Д. Мак-Клелланда, согласно которой людям присущи лишь три потребности – власти, успеха и причастности [2, с. 21].

Нами предложена развернутая классификация потребностей с делением на пять видов: физиологические, психические, духовные, социально-экономические и интеллектуальные [6]. Каждый вид подразделяется на разновидности; при определении разновидностей физиологических и психических потребностей учтены потребительские свойства пищевых продуктов. Так, к разновидностям физиологических потребностей, удовлетворяемых пищевыми продуктами, относятся энергетические, пластические, а также потребности в воде, в поддержании температурного гомеостаза, потребность в безопасности внутренней среды человека. Указанные потребности удовлетворяются за счет поступающих в организм человека энергетических, биологических активных веществ, воды, пищевых продуктов при условии их безопасности.

Вопрос о потребностях, удовлетворяемых товарами, является ключевым не только для товароведения, но и для маркетинга, а также для управления качеством, поскольку потребности – это важнейшие объекты маркетинга, а товар как средство удовлетворения потребностей отно-

сится к объектам товароведения. основополагающий принцип систем менеджмента качества – ориентация на потребителей – предполагает выявление и удовлетворение потребностей (запросов) потребителей, что особенно важно при проектировании новых товаров и выпуске их на рынок. Как указывалось ранее, это направление товароведения в настоящее время находит реальное воплощение в научных товароведных работах (диссертациях, статьях и монографиях), а также в отдельных учебниках.

Третьей проблемой современного товароведения является недопонимание важности и актуальности применения математического аппарата, а также информационных технологий в научных товароведных работах, в первую очередь в докторских и кандидатских диссертациях. По мнению председателя ВАК В.А. Филиппова, «экономические диссертации должны быть построены не на теоретических умозаключениях, а на математическом анализе, привлечении математических методов. Если экономика будет базироваться на точных науках, она станет полезной для практики» [9]. В равной степени это актуально и для технических наук, в том числе товароведения.

Справедливости ради следует отметить, что авторы отдельных диссертаций (например, защищенных в Краснодарском технологическом университете, Орловском технологическом университете, Кемеровском технологическом институте пищевой промышленности) применяют математические методы с целью прогнозирования оптимального числа объектов исследования, а также повышения качества и оптимизации сроков годности товаров. Порой работы в научной товароведной среде воспринимаются как чисто математические, не имеющие отношения к товароведению, а применяемый в них математический анализ рассматривается как ненужное «украшение» работы. Вместе с тем недоучет зна-

чимости применения математических методов и информационных технологий обуславливает возникновение риска проведения большого объема излишних испытаний с повышенными трудозатратами, а также обуславливает невозможность обоснованного прогнозирования результатов испытаний и/или выдвижения гипотез, составляющих базу разработки НИР.

Из указанной третьей проблемы и ее последствий вытекает **четвертая проблема** – недостаточность работ синтетического и прогностического характера и доминирование работ фактологического и аналитического плана.

Как одна из старейших наук товароведение окончательно сформировалось в конце XIX – начале XX века, выделившись из химии и технологии и пройдя свойственные многим наукам этапы: фактологический (описательный), аналитический и синтетический. Современный этап развития товароведения можно охарактеризовать как интеграционный, включающий в себя элементы названных этапов, а по мнению авторов ряда передовых работ, высший этап – прогностический (см. рисунок)

Автором данной статьи, достаточно часто выступающим в качестве оппонента кандидатских и докторских диссертаций по специальности 05.15.18 «Технология и товароведение пищевых продуктов и функционального и специализированного назначения и общественного питания», накоплен богатый опыт, позволяющий на страницах научного издания изложить ряд методологических замечаний.

Как любая прикладная наука, товароведение должно основываться на теоретических положениях, имеющих реальную значимость для товароведной практической и научной деятельности. Предметная область знаний науки товароведения базируется на использовании принципов, функций, объектов, средств и методов. При этом товароведение имеет как собственные, так и об-

Этапы развития товароведения

щенаучные принципы, средства и методы. Кроме того, для товароведения, как и для любой науки, должны быть определены приоритетные направления развития, которые разрабатываются на основе анализа исторических и современных путей развития науки.

В ряде работ представлены интересные в научном отношении, обширные данные по результатам экспериментальных исследований, но их анализ бывает зачастую недостаточен, поскольку он строится на констатации фактов, без их объяснения, что свидетельствует о фактологическом характере работы. Еще реже встречаются работы, обобщающие и систематизирующие полученные экспериментальные данные, выявляющие определенные зависимости и закономерности, служащие отличительным признаком работ синтетического характера.

В работах прогностического характера должны быть использованы экономико-математические и технологические методы прогнозирования. К числу последних можно отнести метод «ускоренного старения», разработанный Ю.И. Сидоренко совместно с коллективом ученых НИИ проблем хранения Госрезерва и примененный в ряде докторских и кандидатских диссертаций, выполненных под его руководством [8].

Использование экономико-математических методов прогнозирования можно отметить и в ряде НИР, выполненных в Орловском государственном университете имени И.С. Тургенева, Кемеровском технологическом институте пищевой промышленности и Уральском государственном экономическом университете. Однако указанные методы исследователи применяют далеко не во всех товароведных НИР, хотя это было бы целесообразно.

Пятая проблема научного товароведения – слабая доказательность идентификационной и квалиметрической базы и недостаточная достоверность перечня идентифицирующих показателей, в том числе приводимых в технических регламентах (ТР).

Большинство регламентированных ТР показателей и их значений для целей идентификации поддаются фальсификации (например, массовая доля жира и белка – регламентируемое значение, которое легко фальсифицируется за счет растительных масел и соевого белка). В ряде случаев отсутствуют или не относятся к стандартизированным методы испытаний идентифицирующих показателей (например, метод определения сухого молока, добавляемого в питьевое молоко), да и приборы для измерений отсутствуют во многих испытательных лабораториях (например, для определения ГМО-источников). В случае, если указанная проблема не будет реше-

на, возможны следующие риски: дискредитация процедуры идентификации, недостоверность ее результатов; увеличение количества фальсифицированных, в том числе контрафактных, товаров, реализуемых в торговле. Чтобы предупредить эти риски, для товаров каждой однородной группы и каждого вида требуется определить минимально необходимый перечень идентифицирующих показателей, которые трудно или экономически нецелесообразно фальсифицировать. Пока таких показателей очень мало, а имеющиеся научные разработки не внедряются в практику.

Наряду с определением идентифицирующих показателей с помощью сложных и дорогостоящих измерительных методов следует осуществлять поиск или разработку недорогих экспресс-методов с использованием реакций обнаружения специфических для данного продукта веществ или, наоборот, не свойственных ему. Примером такого экспресс-метода служит определение крахмала по йодкрахмальной пробе в молочных продуктах – кисломолочных напитках, сметане, твороге, сгущенном молоке и т. п.

Вместе с тем во многих молочных, кондитерских изделиях (в шоколаде, кремах и др.) производится замена молочного жира или какао-масла на твердые растительные жиры, спреды или маргарин. Поэтому разработка экспресс-методов определения указанных фальсификатов относится к числу первоочередных задач научного товароведения.

Шестая проблема научного товароведения – ослабление внимания к вопросам обеспечения сохранности товаров, в том числе инновационных. В последние годы практически прекращено проведение исследований, направленных на разработку инновационных технологий хранения, хотя это и очень важно для обеспечения продовольственной независимости страны. При разработке новых продуктов, в основном, усилия исследователей сводятся к установлению сроков годности при соблюдении ранее регламентированных условий хранения. Новые технологии хранения при этом не применяются.

Возможные риски таковы: устаревание традиционных технологий хранения и, соответственно, отставание страны в данном направлении; рост товарных потерь и нерациональное использование продовольственных ресурсов; повышение цен на продукты питания. Для предупреждения или смягчения указанных рисков необходимо проводить исследования по разработке инновационных технологий с учетом современных логистических схем и цепей, при этом целесообразно усилия товароведов объединить с усилиями логистов.

Таким образом, анализ указанных проблем научного товароведения показывает неизбежность возникновения рисков, если эти проблемы не будут решены. Для предотвращения рисков или смягчения их последствий предстоит решить ряд стратегических задач и определить приоритетные направления развития научных исследований в области товароведения.

Стратегические задачи развития и совершенствования товароведения:

- разработка и совершенствование теоретических и методологических основ науки товароведения (в том числе написание докторских диссертаций, издание монографий и статей);
- акцентирование внимания на научных разработках по товароведной проблематике и выявление товароведных аспектов в смежных и интегрированных областях научных знаний;
- развитие товароведения как науки на основе принципа преемственности, базирующегося на учете, систематизации всей совокупности накопленных научных знаний, что диктует необходимость целенаправленного отбора передовой, современной и рациональной информации и исключение устаревших, не действующих и неперспективных положений;
- разработка и внедрение инновационных идей, положений, объектов, технологий упаковывания, маркирования, а также промышленного использования некачественных, но не опасных товаров;
- интеграция товароведения не только с традиционными науками и предшествующими в курсе изучения дисциплинами (химия, физика, математика и т. п.), но и с экономическими науками и дисциплинами (маркетинг, логистика, экономика и т. п.); исключение слепого и бездумного дублирования вопросов из указанных смежных областей научных знаний;
- реанимация научных школ в области товароведения по различным направлениям; повышение эффективности их функционирования.

Приоритетные направления развития научных исследований в области товароведения определены паспортом специальности 05.18.15. Однако в документе даны направления трех областей знаний: «Технологии пищевых продуктов»; «Товароведение»; «Технологии общественного питания». Поэтому представляется целесообразным выделить перспективные направления развития в области товароведения. Не претендуя на бесспорность, считаем возможным отнести к числу приоритетных следующие направления:

- управление ассортиментом продовольственных товаров, включая категорийный менеджмент товаров;

- формирование и оценка улучшенных потребительских свойств инновационных потребительских товаров, в том числе продуктов функционального и специализированного назначения;
- идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров;
- обеспечение безопасности потребительских товаров;
- обеспечение сохранности продовольственных товаров путем разработки инновационных технологий хранения;
- оценка конкурентоспособности товаров и эффективности товароведных методов ее обеспечения;
- определение товарных потерь и установление причин их возникновения;
- влияние внешних и внутренних факторов на сохранность продовольственных или непродовольственных товаров;
- сравнительная характеристика потребительских свойств отечественных и импортных одновидовых товаров разных торговых марок.

Проведение научных товароведных исследований должно осуществляться на интегрированной основе с использованием подходов и методов из других смежных областей знаний – маркетинга, логистики, экономики, социологии, математики, стандартизации, метрологии и др. Вместе с тем важно, чтобы товароведение не подменяло указанные науки. При выполнении товароведных НИР требуется использовать комплексный и системный подходы, что обеспечит необходимые инновации и даст научно-технологический, экономический и социальный эффект. Социально-экономическая значимость товароведения как науки должна определяться, прежде всего, эффектами, которые приносит ее конечный продукт – инновационные продукты и/или технологии.

Итак, выявление актуальных проблем – первый шаг на пути их решения; установление возможных рисков, возникающих от нерешенных проблем, – это второй шаг; определение стратегических задач и приоритетных направлений – третий шаг. Однако указанные шаги характерны только для подготовительного этапа. Проблемы решаются на основном этапе путем проведения научных исследований в области товароведения. На завершающем этапе должно происходить внедрение результатов исследований в теорию и практику товароведной деятельности.

Автор не претендует на полноту отражения проблем научного товароведения. В статье не ставилась цель дать аналитический обзор всех НИР по товароведению в России и, тем более, за рубежом. Статья носит дискуссионный характер, и автор приглашает коллег к научному диалогу.

Библиографический список

1. Алексеев Н.С., Кутянин Г.И., Ганцов Ш.К. Теоретические основы товароведения. М.: Экономика, 1988.
2. Маркетинг: учебник / колл. авт. под ред. Т.Н. Парамоновой. М.: КНОРУС, 2008. 21 с.
3. Маркс К. Капитал // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23.
4. Николаева М.А. Актуальные проблемы развития и совершенствования товароведения // Товароведение и торговое предпринимательство: исследования, инновации и образование: сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф. (Киев, 6–7 апреля 2011 г.). Киев: КТЭУ, 2011.
5. Николаева М.А. Концепция развития и совершенствования товароведения // Технологии товароведения инновационных пищевых продуктов. 2011. № 2. С. 63–69.
6. Николаева М.А. Товарная политика. М.: Норма; ИНФРА-М, 2015. 278 с.
7. Сидоренко Ю.И., Голяк Ю.П., Султанович Ю.А. Применение методики ускоренного старения для оценки окислительной стабильности масел и жиров // Товароведение, общественное питание и технология хранения продовольственных товаров: сб. материалов VI Межведомств. науч.-практ. конф. М.: Библиотечно-издательский комплекс МГУПП, 2014. С. 68–73.
8. Сидоренко Ю.И., Семенова Е.А., Мастихина А.Л. Концепция восприятия качества в современном товароведении продовольственных товаров // Товароведение, общественное питание и технология хранения продовольственных товаров: сб. материалов V Межведомств. науч.-практ. конф. М.: Библиотечно-издательский комплекс МГУПП, 2013. С. 158–160.
9. Фименов В.А. От защиты не уйдут // Российская газ. 2014. 4 апр.

Bibliography

1. Alekseev N.S., Kutjanin G.I., Gancov Sh.K. Teoreticheskie osnovy tovarovedenija. M.: Jekonomika, 1988.
2. Marketing: uchebnik / koll. Avt. pod red. T.N. Paramonovoj. M.: KNORUS, 2008. 21 s.
3. Marks K. Kapital // Marks K., Jengel's F. Soch. 2-e izd. T. 23.
4. Nikolaeva M.A. Aktual'nye problemy razvitija i sovershenstvovanija tovarovedenija // Tovarovedenie i torgovoe predprinimatel'stvo: issledovanija, innovacii i obrazovanie: sb. nauch. tr. mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Kiev, 6–7 aprelja 2011 g.). Kiev: KTJeU, 2011.
5. Nikolaeva M.A. Konceptija razvitija i sovershenstvovanija tovarovedenija // Tehnologii tovarovedenija innovacionnyh pishhevyyh produktov. 2011. № 2. S. 63–69.
6. Nikolaeva M.A. Tovernaja politika. M.: Norma; INFRA-M, 2015. 278 s.
7. Sidorenko Ju.I., Goljak Ju.P., Sultanovich Ju.A. Primenenie metodi ki uskorenno go starenija dlja ocenki okislitel'noj stabil'nosti masel i zhiron // Tovarovedenie, obshhestvennoe pitanie i tehnologija hranenija prodovol'stvennyh tovarov: sb. materialov VI Mezhvedomstv. nauch.-prakt. konf. M.: Bibliotechno-izdatel'skij kompleks MGUPP, 2014. S. 68–73.
8. Sidorenko Ju.I., Semenova E.A., Mastihina A.L. Konceptija vospriyatija kachestva v sovremennom tovarovedenii prodovol'stvennyh tovarov // Tovarovedenie, obshhestvennoe pitanie i tehnologija hranenija prodovol'stvennyh tovarov: sb. materialov V Mezhvedomstv. nauch.-prakt. konf. M.: Bibliotechno-izdatel'skij kompleks MGUPP, 2013. S. 158–160.
9. Fimenov V.A. Ot zashhity ne ujdut // Rossijskaja gaz. 2014. 4 apr.

**Николаева
Мария Андреевна**
Nikolaeva
Mariya Andreevna

Тел./Phone: (495) 937-02-99
E-mail: man1408@mail.ru

*Доктор технических наук, профессор, профессор кафедры международной коммерции
ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»
119571, РФ, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 82, стр. 1, корп. 5, оф. 404*

*Doctor of Technical Science, Professor, Professor of International Commerce Department
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA)
119571, Russia, Moscow, Prospect Vernadskogo, 82/5, campus building 5, office 404*