

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической безопасности и экспертизы
Направление подготовки 38.03.07 - Товароведение
Профиль: Товароведение и экспертиза товаров во внешней и внутренней торговле

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ Е.С. Рычкова
« ___ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Анализ ассортимента потребительских свойств товаров из стекла (на примере бытовой посуды)

Исполнитель
студент группы 472-узб (4) _____ Л. Ю. Павляк
(подпись, дата) (И.О.Ф.)

Руководитель
доцент, канд. техн. наук _____ Е. С. Новопашина
должность (подпись, дата) (И.О.Ф.)

Нормоконтроль
ассистент _____ Н. Б. Калинина
(подпись, дата) (И.О.Ф.)

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет _____

Кафедра _____

УТВЕРЖДАЮ
Зав.кафедрой _____

« _____ » _____ 2018 г.

З А Д А Н И Е

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента

4 курса 472узб(4) Павляк Любовь Юрьевна

1. Тема выпускной бакалаврской работы

Анализ ассортимента и потребительских свойств товаров из стекла (на примере бытовой посуды)

(утверждено приказом от 30.10.2017 № 2661-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 16.02.2017

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе

Учебная и методическая литература, интернет ресурсы, ГОСТы

4. Содержание выпускной бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов

1. Товароведная характеристика стеклянной посуды

2. Анализ ассортимента посуды из стекла на локальном рынке города Белогорска

3. Экспериментальная оценка качества стеклянной посуды

4. Оценка конкурентоспособности и потребительских предпочтений стеклянной посуды

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

Работа содержит 35 таблиц, 1 приложение, 11 рисунков, 63 источников

6. Консультанты по выпускной бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 25.10.2017

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта)

Новопашина Елена Сергеевна, доцент, канд. техн. наук

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) 25.10.2017

_____ (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 98 с., 35 таблиц, 11 рисунков, 63 источника, 1 приложение.

АССОРТИМЕНТ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА, РЫНОК СТЕКЛЯННОЙ ПОСУДЫ, ТОВАРООБОРОТ, АВС-АНАЛИЗ, XYZ-АНАЛИЗ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ, МАРКИРОВКА, ХРАНЕНИЕ, ТРАНСПОРТИРОВКА.

Целью бакалаврской работы является исследование ассортимента и потребительских свойств товаров из стекла.

Объектом исследования является стеклянная посуда, представленная на рынке города Белогорска Амурской области. Предметом исследования является ассортимент и потребительские свойства стеклянной посуды.

Нормативной базой исследования являются государственные стандарты качества стеклянной посуды.

Информационной базой исследования являются материалы учебной, методической и периодической литературы в области оценки ассортимента и потребительских свойств стеклянной посуды.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Товароведная характеристика стеклянной посуды	8
1.1 Ассортиментная характеристика стеклянной посуды	8
1.2 Качественная характеристика	16
1.3 Порядок проведения экспертизы качества стеклянной посуды	25
2 Анализ ассортимента посуды из стекла на локальном рынке г. Белогорска	36
2.1 Методика анализа ассортимента посуды из стекла на локальном рынке	36
2.2 Результаты анализа ассортимента посуды из стекла на локальном рынке	45
3 Экспериментальная оценка качества стеклянной посуды	58
3.1 Методика оценки качества стеклянной посуды	58
3.2 Результаты оценки качества стеклянной посуды	63
3.3 Анализ соответствия маркировки нормативным требованиям	70
4 Оценка конкурентоспособности и потребительских предпочтений стеклянной посуды	73
4.1 Оценка потребительских предпочтений посуды из стекла на рынке г. Белогорска	73
4.2 Оценка конкурентоспособности стеклянной посуды	80
Заключение	87
Библиографический список	90
Приложение А Экспертная оценка потребительских свойств стеклянной посуды, представленной в магазине «Домашний Очаг» г. Белогорска	96

ВВЕДЕНИЕ

Ассортимент и качественные характеристики товаров во многом определяются потребительскими предпочтениями. Потребители диктуют производителям желаемый уровень качества реализуемых товаров.

Изменение поведения покупателей и обострение конкуренции заставляют ритейлеров искать такие способы управления ассортиментом товаров, которые позволят им более эффективно позиционировать свое товарное предложение. При этом следует поддерживать и наращивать его рыночную долю, сокращая издержки производства и обращения товаров, увеличивая доходность и повышая степень удовлетворения растущих потребностей покупателей.

Работа с ассортиментом в розничной торговле заключается в создании такой совокупности отдельных товаров, которая имеет особые преимущества с точки зрения покупателей. Из этого следует, что управление ассортиментом является важнейшей задачей коммерческой деятельности, маркетинга и конкурентной борьбы. Значение поиска новых методов особенно возросло в последние десятилетия с точки зрения экономического роста ритейлера.

При формировании ассортимента товаров, компании учитывают, с одной стороны, спрос на данные виды товаров, а с другой – наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющих в его распоряжении.

Систему формирования ассортимента продукции составляют: определение текущих и перспективных потребностей потребителей; оценка уровня конкурентоспособности реализуемых или планируемых для реализации товаров; изучение жизненного цикла товара, принятие своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов товаров и изъятие из производственной программы морально устаревших и экономически неэффективных изделий; оценка экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте товаров.

Качественные характеристики товаров определяются не только потреби-

тельскому предпочтениями, но и требованиями нормативных стандартов, определяющих уровень качества и безопасности определенных групп товаров.

Потребительские предпочтения имеют немаловажную роль при формировании ассортимента товаров. Исследование потребительских предпочтений представляет актуальные и важные исследования. При анализе потребителей определяется целевая аудитория услуги или товара, цель приобретения товара, платежеспособность покупателей. Фирма должна досконально изучить своего потребителя.

Среди множества товаров, представленных на федеральных и региональных рынках, существуют группы товаров, прочно вошедших в повседневную жизнь населения России. Среди товаров следует упомянуть стеклянную посуду.

В современных условиях стеклянная посуда имеет широкое применение. Технология производства стеклянной посуды постоянно совершенствуется: внедряются научные разработки в области производства стеклянной посуды, что позволяет повышать качественные характеристики изделий; расширяется ассортимент стеклянной посуды, с целью удовлетворения потребительских предпочтений покупателей исследуемых изделий; совершенствуется технология обработки и декорирования стеклянной посуды.

В настоящее время на рынке стеклянной посуды представлены различные изделия, различающиеся по способу производства, обработки и декорирования; качественным характеристикам; формам и размерам; а также стоимости. Указанные факты позволяют потребителю сделать выбор в пользу определенного искомого стеклянного изделия.

Основными потребительскими свойствами стеклянной посуды, являются: цвет и стоимость стеклянной посуды. Основными требованиями, предъявляемыми нормативными стандартами к стеклянной посуде, являются: показатели качества, безопасности, требования маркировки, транспортировки и хранения.

Целью бакалаврской работы является исследование ассортимента и потребительских свойств товаров из стекла. Исходя из указанной цели, определены следующие задачи исследования:

- исследование ассортиментной характеристики стеклянной посуды;
- исследование качественной характеристики стеклянной посуды;
- изучение порядка проведения экспертизы качества стеклянной посуды;
- изучение методики анализа ассортимента посуды из стекла на локальном рынке г. Белогорска;
- выбор методики оценки качества стеклянной посуды;
- изучение потребительских предпочтений посуды из стекла на рынке г. Белогорска;
- оценка конкурентоспособности стеклянной посуды.

Объектом исследования является стеклянная посуда, представленная на рынке города Белогорска Амурской области. Предметом исследования является ассортимент и потребительские свойства стеклянной посуды.

Нормативной базой исследования являются государственные стандарты качества стеклянной посуды.

Информационной базой исследования являются материалы учебной, методической и периодической литературы в области оценки ассортимента и потребительских свойств стеклянной посуды.

В процессе написания бакалаврской работы были использованы общенаучные и специальные методы исследования: диалектический, монографический, абстрактно-логический, экономико-статистический, системного анализа. В качестве методов оценки ассортимента и потребительских свойств стеклянной посуды использованы: система показателей ассортимента стеклянной посуды, ABC-анализ, XYZ анализ, совмещенный ABC-XYZ анализ, экспертная оценка, сравнительный анализ, опрос потребителей, авторская методика оценки конкурентоспособности товаров Н.В. Павловой.

1 ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТЕКЛЯННОЙ ПОСУДЫ

1.1 Ассортиментная характеристика стеклянной посуды

Стекло, созданное по различным технологиям, широко используется в современной промышленности для изготовления бытовых предметов, защитных и декоративных материалов и для создания различного рода оборудования. Лабораторное и промышленное оборудование изготавливается в соответствии с требованиями ГОСТа, бытовые и декоративные изделия могут быть созданы по индивидуальным технологиям.¹

Стеклянные изделия, согласно классификатору ТНВЭД, подразделяются на стеклянную посуду, стеклянную тару, художественно-декоративные изделия из стекла, строительное стекло, свето-техническое стекло и специальное техническое стекло.²

В современных условиях стеклянная посуда имеет широкое применение. Технология производства стеклянной посуды постоянно совершенствуется: внедряются научные разработки в области производства стеклянной посуды, что позволяет повышать качественные характеристики изделий; расширяется ассортимент стеклянной посуды, с целью удовлетворения потребительских предпочтений покупателей исследуемых изделий; совершенствуется технология обработки и декорирования стеклянной посуды.

В настоящее время на рынке стеклянной посуды представлены различные изделия, различающиеся по способу производства, обработки и декорирования; качественным характеристикам; формам и размерам; а также стоимости. Указанные факты позволяют потребителю сделать выбор в пользу определенного искомого стеклянного изделия.

Основными классификационными признаками стеклянной посуды являются: назначение, способ выработки, способ декорирования и размеры. Следует отметить, что существующий ассортимент стеклянной посуды постоянно в виду создания новых способов производства и обработки стекла. Изменения существую-

¹ Мишина Л.А. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2012. С 73.

² Гаджинский А.М. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С 184.

шего на рынке стеклянной посуды ассортимента связано с изменением предпочтений потребителей исследуемой группы товаров.

В таблице 1 представлена классификация стеклянной посуды, которая была построена по результатам обобщения классификаций, представленных в учебных пособиях по товароведению стеклянной посуды Г.Л. Бродецкого³ и Е.Г. Кащенко⁴.

Таблица 1 – Классификация стеклянной посуды

Классификационные признаки	Группы товаров	Подгруппы товаров
1	2	3
Назначение	Столовая	- посуда для подачи пищи (салатники, маслѐнки, графины, кувшины с ручкой и широкой горловиной, вазы для варенья, для печенья, для фруктов, штофы); - посуда для еды и питья (тарелки, стаканы, розетки для варенья, кружки, чашки с блюдцами, изделия на ножках (бокалы, фужеры, рюмки), салатники порционные. - изделия для сервировки: комплектные и штучные, подносы, пепельницы, салфетницы;
	Хозяйственная	- банки; - термосы; - колпаки для сыра; - емкости для сыпучих продуктов; - бутылки, емкости для специй;
	Универсальная посуда (ситалловая)	- тарелки; - чашки; - кастрюли; - миски;
	Посуда для кухни (боросиликатная)	- сковороды; - кастрюли; - формы для выпечки; - жаровни;
	Изделия и украшения стола и сервировки	- цветочные вазы; - пепельницы; - малые скульптурные формы;
Способ выработки посуды	Ручное выдувание	Изделия, выработанные с помощью стекловыдувной трубки
	Механизированное выдувание	Изделия, выработанные из отдельной порции стекломассы в чистой форме на автоматах
	Прессовывдувные изделия	Изделия, выработанные из порции стекломассы, помещенной в черновую форму и раздуваемой в чистой форме воздухом на автоматах
	Прессованные изделия	Изделия, выработанные в форме под давлением пуассона

³ Бродецкий Г.Л. Товароведение стеклянной посуды и бытовых машин. М., 2014. С. 47.

⁴ Кащенко Е.Г. Товароведение и экспертиза качества стеклянной посуды. М., 2015. С. 5.

1	2	3
	Моллированные изделия	Изделия, выработанные при нагревании заготовки стекла с помощью прессующего устройства
	Изделия из накладного стекла	Изделия, выработанные путем наложения двух различных по цвету стекол путем ручного выдувания
	Изделия многостадийной выработки	Изделия, изготовленные соединением отдельных элементов из стекла (гутная техника)
	Комбинированные изделия из стекла	Изделия, выработанные путем комбинирования стекла с другими материалами
	Изделия из стекла центрифугированной выработки	Изделия, полученные в форме из порции стекломассы под действием центробежной силы
	Упрочненные изделия из стекла	Изделия, прошедшие дополнительную термическую или химическую обработку, обладающие повышенной механической прочностью (ситаллы, стеклокерамика)
Способ декорирования, согласно ГОСТ 30407-96	Декорированная в горячем состоянии	<ul style="list-style-type: none"> - изделия из стекла свободного формования (гутная техника), отформованные и декорированные в вязкопластическом состоянии с помощью специальных инструментов (ножниц, щипцов, зажимов и т.д.); - изделия из стекла с орнаментами, декорированные стеклянными налепками, цветной крошкой, стерженьками, нитями с последующим подогревом и формованием; - изделия из стекла с оптическим эффектом, декорированные в черновых формах с последующим выдуванием для получения оптического эффекта; - изделия из стекла с наводкой, отформованные из бесцветного стекла, подвергаются дополнительной термообработке и приобретают соответствующую окраску (селеновый рубин, золотой рубин); - изделия из стекла кракле, декорированные быстрым охлаждением в воде с образованием тонких поверхностных трещин и последующим нагревом и раздуванием; - изделия из стекла с рельефами, декорированные в рельефных формах при прессовании или выдувании; - изделия из стекла с газовыми включениями, декорированные воздушными лентами, нитями, пузырьками; изделия из стекла с инородными включениями, декорированные заплавлением в стекло различных предметов, изготовленных из других материалов;
	Декорированная в холодном состоянии	<ul style="list-style-type: none"> - изделия из стекла с плоской гранью, декорированные шлифовальными и полировальными плоскостями с помощью абразивного круга и абразивного материала. Гранению широкой и встречной гранью подвергают толстостенные изделия из свинцового хрусталя. Осуществляют за счет снятия определенных слоев стекла с внешних поверхностей стенок и дна изделия; - изделия из стекла с алмазной гранью, полученные декорированием резьбой при надавливании изделия на вращающийся в вертикальной плоскости абразивный круг с заточенным под определенным углом профилем;

1	2	3
		<ul style="list-style-type: none"> - изделия из стекла с матовой шлифовкой, декорированные на шлифовальном круге матовой лентой; - гравированные изделия из стекла, декорированные ультразвуком, лазером или гравирующим инструментом (бормашиной); - изделия из стекла с пескоструйной обработкой, декорированные матовой шероховатой поверхностью через трафарет; - изделия из стекла, декорированные химическим травлением с помощью растворов и паров плавиковой кислоты с получением матовой шелковистой поверхности; - изделия из стекла с поверхностным декорированием: декорированные живописью силикатными красками, шелкотрафаретной печатью, распылением краски через трафарет с помощью аэрографа; нанесение рисунка с помощью резинового штампа или валика, деколькоманией, нанесение линий разной ширины красками: усик — толщиной 0,5-1 мм, отводка 1-3 мм, лента - 4-10 мм; иризация с получением тонкой радужной пленки солей свинца и висмута на поверхности стеклоизделии; декорирование люстрами с получением тонких пленок, окрашенных соединениями металлов с характерным металлическим блеском: декорирование золотом, серебром, платиной;
Комплектность	Штучная	- единичные виды изделий;
	Комплектная	<ul style="list-style-type: none"> - наборы (состоят из изделий одного вида); - приборы (наборы, состоящие из изделий разных видов, объединенных общей функцией); - сервизы (наборы, состоящие из изделий разных видов, объединенных общей функцией и предназначенные на 6 или 12 персон); - гарнитуры (объединяют несколько сервизов, например, чайно-кофейно-столовый гарнитур);
Форма	Полые	<ul style="list-style-type: none"> - мелкие; - средние; - крупные;
	Плоские	<ul style="list-style-type: none"> - мелкие; - средние; - крупные;
Размеры	Мелкие	<ul style="list-style-type: none"> - для плоских изделий: диаметр до 100 мм; - для полых изделий: высота до 100 мм и вместимость до 100 см³
	Средние	<ul style="list-style-type: none"> - для плоских изделий: диаметр до 150 мм; - для полых изделий: высота до 250 мм и вместимость до 500 см³;
	Крупные	<ul style="list-style-type: none"> - для плоских изделий: диаметр до 250 мм; - для полых изделий: высота до 350 мм и вместимость до 1500 см³;

Изделия стеклянной посуды могут быть классифицированы по каждому из представленных классификационных признаков.

Анализ свойств ассортимента стеклянной посуды осуществляют на осно-

ве показателей, представленных в таблице 2.

Классификационные признаки ассортимента стеклянной посуды подразделяются на: группы по местонахождению товаров (промышленный, торговый), подгруппы по широте охвата товаров (простой, сложный, групповой, развернутый, сопутствующий, смешанный), группы по степени удовлетворенности потребителей (рациональный, оптимальный).⁵

Таблица 2 – Показатели свойств ассортимента стеклянной посуды

Наименования и условные обозначения		Расчет показателей
свойства	показатели	
Широта (Ш): - действительная (Шд); - базовая (Шб);	Показатели широты: - действительный (Шд); - базовый (Шб); - коэффициент широты (Кш);	Шд = д (количество видов, разновидностей или наименований товаров, имеющих в наличии); Шб = б (базовое количество видов, разновидностей и наименований товаров, принятое за основу для сравнения); Кш = (Шд : Шб) × 100 %;
Полнота (П) - действительная (Пд); - базовая (Пб);	Показатели полноты: - действительный (Пд); - базовый (Пб); - коэффициент полноты (Кп);	Пд = д (однородной группы товаров); Пб = б (однородной группы товаров); Кп = (Пд : Пб) × 100 %;
Устойчивость (У)	Показатель устойчивости (У): - коэффициент устойчивости (Ку);	У = у (количество видов и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом); Ку = (У : Шб) × 100 %;
Новизна (Н)	Показатель новизны (Н): - степень (коэффициент) обновления (Кн);	Н = н (количество новых видов и наименований товаров); Кн = (Н : Шб) × 100 %;

Согласно ГОСТ 30407-96, по составу стекла различают сортовую посуду, изготовленную:

- из натрий-кальций-силикатного стекла (бесцветного), содержащего SiO₂ – 70 %, (Na₂O + K₂O) – 10 %, (CaO + MgO) – 15 %, с твердостью 6-7, и цветного с добавлением красителей;

- из специального бытового стекла, содержащего добавки Al₂O₃ и Вг₂O₃, обеспечивающие повышенную термическую и химическую устойчивость;

- из хрустального стекла, содержащего дополнительно оксиды РЬО, ВаО,

⁵ Мишина Л.А. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2012. С. 74.

ZnO в количестве 10 % с показателем преломления 1,520;

- из малосвинцового хрусталя, содержащего PbO от 18 до 24 % с показателем преломления 1,530;

- из свинцового хрусталя, содержащего PbO от 24 до 30 %, с показателем преломления 1,545;

- из высокосвинцового хрусталя, содержащего 30 % и более PbO, с показателем преломления более 1,545;

- из бариевого хрусталя, содержащего BaO не менее 18 %, с показателем преломления не менее 1.530.⁶

Согласно общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2014 (КПЕС 2008), посуда из стекла столовая и кухонная, принадлежности из стекла туалетные и канцелярские, украшения для интерьера и аналогичные изделия из стекла, имеет код 23.13.13.110. Согласно классификатору товарной продукции ТН ВЭД, посуда сортовая (код 597000) подразделяется на изделия из хрусталя (код 597002), изделия из бесцветного, окрашенного и накладного стекла (код 591100).

ОКПД2 является элементом национальной системы стандартизации России. Классификатор построен на основе гармонизации со Статистической классификацией продукции по видам деятельности в Европейском экономическом сообществе (КПЕС 2008).

ОКПД-2 используется в целях классификации и кодирования продукции (услуг, работ) для статистической отчетности, налогообложения, для обеспечения классификации основных фондов для других целей.

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности – классификатор товаров, используемый при проведении таможенных операций декларантами и таможенными инспекторами. Ставки импортной и экспортной пошлины зависят от того, к какому коду ТН ВЭД относится товар.

Классификация стеклянной посуды, согласно ОКПД2 и ТН ВЭД ЕАЭС, представлена в таблице 3.

⁶ Секерин, В.Д. Товароведение стеклянной посуды. М., 2012. С. 118.

Таблица 3 – Классификация стеклянной посуды

Классификационная группировка	Код классификационной группировки	Наименование классификационной группировки
1	2	3
Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОК 034-2014 (КПЕС 2008))		
Класс	23	Продукты минеральные неметаллические прочие
Подкласс	23.1	Стекло и изделия из стекла
Группа	23.13	Стекло полое
Подгруппа	23.13.1	Стекло полое
Вид	23.13.12	Стаканы и прочие стеклянные сосуды для питья, кроме стеклокерамических
	23.13.13	Посуда из стекла столовая и кухонная, принадлежности из стекла туалетные и канцелярские, украшения для интерьера и аналогичные изделия из стекла
Категория	23.13.12.110	Стаканы и прочие сосуды для питья из хрусталя
	23.13.12.120	Стаканы и прочие сосуды для питья из прочего стекла
	23.13.13.110	Посуда столовая и кухонная из стекла
Подкатегория	23.13.13.111	Посуда столовая и кухонная из хрусталя
	23.13.13.112	Посуда столовая и кухонная из прочего стекла
Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности ЕАЭС		
Раздел	XIII	Изделия из камня, гипса, цемента, асбеста, слюды или аналогичных материалов; керамические изделия; стекло и изделия из него
Товарная группа	70	Стекло и изделия из него
Товарная позиция	7013	Посуда столовая и кухонная, принадлежности туалетные и канцелярские, изделия для домашнего убранства или аналогичных целей, стеклянные
Субпозиция	701322	Сосуды на ножке для питья из свинцового хрусталя
	701328	Сосуды на ножке для питья прочие
	701333	Сосуды для питья из свинцового хрусталя
	701337	Сосуды для питья прочие
	701341	Посуда столовая (кроме сосудов для питья) или кухонная из свинцового хрусталя
	701342	Посуда столовая (кроме сосудов для питья) или кухонная, кроме изготовленной из стекла, имеющего коэффициент линейного расширения не более 5×10^{-6} на К в интервале температур от 0 °С до 300 °С
	701349	Посуда столовая (кроме сосудов для питья) или кухонная, кроме изготовленной из стекла прочая
	701391	Прочие изделия из свинцового хрусталя
	701399	Прочие изделия из стекла
Подсубпозиция	7013221000	Сосуды на ножке для питья из свинцового хрусталя <u>ручного набора</u>
	7013229000	Сосуды на ножке для питья из свинцового хрусталя <u>механического набора</u>
	7013281000	Сосуды на ножке для питья прочие <u>ручного набора</u>
	7013289000	Сосуды на ножке для питья прочие <u>механического набора</u>
	7013331100	Сосуды для питья из свинцового хрусталя <u>ручного набора резные или декорированные иначе</u>

Продолжение таблицы 3

1	2	3
	7013331900	Сосуды для питья из свинцового хрустала ручного набора прочие
	7013371000	Сосуды для питья прочие из упрочненного стекла
	7013375100	Сосуды для питья прочие ручного набора резные или декорированные иначе
	7013375900	Сосуды для питья прочие ручного набора прочие
	7013379100	Сосуды для питья прочие механического набора резные или декорированные иначе
	7013379900	Сосуды для питья прочие механического набора прочие
	701341100	Посуда столовая (кроме сосудов для питья) или кухонная из свинцового хрустала ручного набора
	701341900	Посуда столовая (кроме сосудов для питья) или кухонная из свинцового хрустала механического набора
	7013491000	Посуда столовая (кроме сосудов для питья) или кухонная, кроме изготовленной из стекла прочая из упрочненного стекла
	7013499100	Посуда столовая (кроме сосудов для питья) или кухонная, кроме изготовленной из стекла прочая ручного набора
	7013499900	Посуда столовая (кроме сосудов для питья) или кухонная, кроме изготовленной из стекла прочая механического набора
	7013911000	Прочие изделия из свинцового хрустала ручного набора
	7013919000	Прочие изделия из свинцового хрустала механического набора
	7013990000	Прочие изделия из стекла прочие

Проведенное исследование позволило сделать вывод о наличии множества классификационных признаков стеклянной посуды.⁷

Так, для целей статистического учета наиболее важным классификационным признаком является назначение стеклянной посуды, а в целях установления справедливой таможенной пошлины наиболее значимыми признаками классификации являются исходный материал и способ изготовления.

Следует отметить, что существующий ассортимент стеклянной посуды постоянно расширяется в виду развития технологии производства, обработки и декорирования стеклянных изделий. Наличие широкого ассортимента стеклянной посуды позволяет потребителю найти определенное изделие, полностью соответствующее потребительским потребностям.

⁷ Секерин В.Д. Товароведение стеклянной посуды. М., 2012. С. 119.

1.2 Качественная характеристика

Для изготовления бытовой посуды и декоративных изделий используют оксидные стекла, в которых основными стеклообразователями являются оксиды кремния, бора, алюминия и др.

Стекло, в котором основным стеклообразователем является оксид кремния - SiO_2 , называют силикатными, стекла, где основными стеклообразователями служат оксиды бора и кремния, - боросиликатными, а стекла с основными стеклообразователями в виде оксидов алюминия, бора и кремния — алюмоборосиликатными. Эти оксиды образуют основу структуры стекла и определяют его важнейшие свойства.⁸

Помимо указанных кислотных оксидов в состав стекла входят оксиды щелочных и щелочноземельных металлов. Из щелочных оксидов используют оксиды натрия - Na_2O , оксиды калия - K_2O , оксиды лития - Li_2O ; из щелочноземельных - оксиды кальция - CaO , оксиды магния - MgO , оксиды цинка - ZnO , оксиды бария - BaO , оксиды свинца - PbO .

Каждый оксид привносит присущие ему свойства. Поэтому многие свойства стекла зависят от его химического состава.

Рассмотрим состав стекла выражают через составляющие его оксиды. Согласно ГОСТ 30407-96 стекло для бытовой посуды и декоративных изделий подразделяют на следующие виды: натрий – кальций - силикатное, специальное бытовое, хрустальное (содержит не менее 10 % оксидов свинца, бария, цинка), малосвинцовый хрусталь (18-24 % PbO), свинцовый хрусталь (24-30 % PbO), высокосвинцовый хрусталь (30 % и более PbO), бариевый хрусталь (не менее 18 % BaO). К специальному бытовому стеклу относят жаростойкое боросиликатное и алюмоборосиликатное стекло.⁹

Для изготовления кухонной посуды применяют также ситаллы. Это непрозрачные белого цвета стеклокристаллические материалы высокой термостойкости. Их изготавливают путем направленной кристаллизации литий-

⁸ Гаджинский А.М. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 186.

⁹ Мишина Л.А. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2012. С. 78.

алюмосиликатного стекла в процессе специальной термической обработки.

Качество стеклянной посуды и декоративных изделий из стекла должно соответствовать требованиям ГОСТ 30407-96.

Опытный образец должен быть точно воспроизведен в серийном (массовом) производстве. Качество его воспроизведения, т. е. качество изготовления изделий, зависит от соблюдения технологии производства. К показателям качества стеклянной посуды относятся:

- показатели назначения: основные размеры (в мм), вместимость (в см³), устойчивость изделий на плоской поверхности, химический состав стекла, функциональная пригодность, плотность стекла (в г/см³);

- показатели надежности: качество отжига изделия (в нм/см), характеризующее долговечность изделия, прочность изделия на удар, термостойкость (в °С), водостойкость (гидролитический класс), твердость стекла, прочность крепления деталей и элементов декоративного оформления и светостойкость;

- эргономические показатели: гигиеничность, характеризуемая предельно-допустимыми количествами выделения свинца и кадмия из посуды стеклянной (в мг/дм²);

- эстетические показатели: соответствие серийных образцов эталону, совершенство формы, композиционная целостность, выразительность стилевого решения, совершенство производственного исполнения, угол гранения (в градусах), показатель преломления и пропускание;

- экономические показатели: себестоимость и масса изделия (в граммах).

¹⁰

На основании указанных требований была составлена номенклатура потребительских свойств. Потребительские свойства и основные признаки ассортимента стеклянных изделий формируются на стадии проектирования и конструирования, при создании опытных образцов и в процессе серийного изготовления. При разработке новых изделий художник учитывает условия их

¹⁰ Секерин В.Д. Товароведение стеклянной посуды. М., 2012. С. 121.

эксплуатации, метод формования, необходимость обеспечения удобства пользования и долговечности изделий, требования художественного стиля и моды. Исходя из этого, определяют состав и окраску стекла, конфигурацию изделий в целом и в деталях, толщину стенки, способ декорирования и другие.

Номенклатура потребительских свойств стеклянной посуды представлена в таблице 4.

Таблица 4 - Номенклатура потребительских свойств стеклянной посуды

Комплексные показатели	Групповые и обобщенные показатели	Единичные показатели
1	2	3
Функциональные	1 Совершенство выполнения основной функции «принимать» и сохранять пищу и напитки (соответствие материала):	- химический состав стекла; - термостойкость;
	1.1 способность «отдавать» пищу и напитки	- размеры; - форма и конструкция изделия;
	2 Универсальность	возможность выполнения нескольких функций для разного назначения для разных продуктов;
Эргономические	1 Удобство (комфортность) пользования изделием:	соответствие строению руки человека
	1.1 антропометрические	удобство принятия напитков
	1.2 физиологические	соответствие силовым возможностям человека
	1.3 психофизиологические и психические	- действие цвета; - действие образа изделия в целом (комфортность или отвращение);
	2 Удобство мытья и хранения изделия	
	3 Гигиенические показатели	- загрязняемость; - безвредность;
Эстетические	1 Информационная выразительность	- знаковость (узнаваемость пред мета); - оригинальность; - соответствие стилю; соответствие моде;
	2 Рациональность формы (для посуды)	- функционально - конструктивная обусловленность; - логичность формы; - логичность декора; - соответствие формы и декора материалу; - соответствие формы технологии обработки;
	3 Целостность композиции:	- пространственное решение (форма); - декоративное решение;

1	2	3
	3.1 формообразующие свойства	- тектоника (статическая или динамическая); - строение (метрическое или ритмическое)
	3.2 гармонизирующие свойства	- пропорции и масштаб; - контраст; - нюанс;
Надежность	Срок службы (долговечность)	- износостойкость декоративных покрытий и элементов; - микротвердость (износостойкость стекла); - износостойкость конструктивных элементов формы;
	Сохраняемость	- сохраняемость отдельных показателей свойств во время хранения
Социальные		- целесообразность выпуска; - социальный адрес; - соответствие оптимальному ассортименту (размеры); - моральное старение;
Безопасность	Наличие или отсутствие режущих осколков при разрушении (обычные и закаленные изделия)	

Качество стеклянной посуды и декоративных изделий из стекла должно соответствовать требованиям ГОСТ 30407-96. По данным ГОСТа в общих технических требованиях в изделиях допускаются не портящие товарного вида:

- обработанные сколы;
- редко расположенная свиль;
- редко расположенная «мошка»;
- пузырь в виде серпика в местах соединения отдельных частей изделия и декоративных элементов;
- переоплавление края;
- следы нарушения поверхности;
- следы дистировки и полировки;
- недоверие и удлинение линий рисунка;
- дефекты декорирования препаратами драгоценных и других металлов, люстровыми и силикатными красками;
- крученость в изделиях механизированной выработки;
- утолщение с одним выступом на верхней кромке стаканов из натрий-

кальций - силикатного стекла;

- волнистость поверхности граней;
- отступление в рисунке от образца-эталона, вызванное необходимостью устранения дефектов;
- несимметричность сая сосуда и доньшка, кольцевидное утолщение или волнистость в местах сая сосуда и ножки, ножки и доньшка.¹¹

Количество и размеры инородных включений, не имеющих вокруг себя трещин и посечек, не должны превышать значений, приведенных в таблице 5.

Таблица 5 - Количество и размеры инородных включений

Размер инородного включения, мм	Группа изделий	Количество включений, шт.
До 1,0 включ.	Мелкие	1
	Средние	3
	Крупные	4
	Особо крупные	5
Св. 1,0 до 2,0 включ.	Мелкие	1
	Средние	2
	Крупные	2
	Особо крупные	3

На декорированных цветной крошкой участках изделий допускаются не портящие товарного вида инородные включения размером не более 1 мм. в количестве не более 3 шт. для мелких и средних изделий, не более 5 шт. — для крупных и особо крупных изделий.

В зависимости от размеров изделия подразделяют на группы в соответствии с таблицей 6.

Таблица 6 - Группы изделий по размерам

Группа изделий	Высота, мм	Диаметр или длина, мм	Полная вместимость, см ³
Мелкие	До 100 включ.	До 100 включ.	До 1 00 включ.
Средние	Св. 100 - 200	Св. 100 - 150	Св. 100 – 500
Крупные	200 - 300	150 - 250	500 - 1000
Особокрупные	≥ 300	- 250	- 1000

Группу изделий определяют по наибольшему параметру.

Далее рассмотрим факторы, сохраняющие качество стеклянной посуды.

¹¹ Мишина, Л.А. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2012. С. 81.

Наиболее важными факторами, влияющими на сохранность качества стеклянной посуды, являются упаковка, маркировка, приемка, транспортировка и хранение.

Маркировку изделий наносят на бумажную этикетку, которую наклеивают непосредственно на изделие (применение силикатного клея не допускается) или в процессе выработки. Маркировку потребительской (групповой и (или) индивидуальной) тары, групповой упаковки из бумаги и транспортной тары наносят на бумажную этикетку или штампом.

Допускается не наносить маркировку на потребительскую тару, упакованную в транспортную. В маркировке изделий на бумажной этикетке указывают следующие данные:

- товарный знак и (или) наименование предприятия-изготовителя;
- артикул;
- массовую долю оксида свинца (только для свинцового хрусталя);
- обозначение настоящего стандарта.¹²

Этикетку помещают на каждое изделие. В комплектах этикетку помещают не менее чем на одно изделие, в сервизах - на наибольшее и тлел не и не менее чем на два других.¹³

Допускается не указывать артикул в маркировке изделий, упаковываемых в индивидуальную тару. Маркировка в процессе выработки должна содержать товарный знак или наименование предприятия-изготовителя. Состав комплекта или сервиза указывают на потребительской таре или -а наибольшем изделии.

Допускается по согласованию с потребителем не наносить маркировку на изделия или наносить на часть изделий в партии. На изделия, предназначенные для экспорта, наносят маркировку в соответствии с условиями договора или контракта. В маркировке потребительской (групповой и (или) индивидуальной) тары и групповой упаковки из бумаги указывают следующие данные:

- товарный знак и (или) наименование предприятия-изготовителя;

¹² Гаджинский А.М. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 187.

¹³ Секерин В.Д. Товароведение стеклянной посуды. М., 2012. С. 124.

- наименование изделий;
- артикул;
- количество изделий в единице упаковки (для групповой тары);
- номер контролера и упаковщика;
- обозначение настоящего стандарта.

Для сертифицированной, продукции знак соответствия или номер сертификата соответствия проставляют в маркировке изделий на бумажной этикетке или в маркировке тары и упаковки, а также в товаросопроводительной документации. Транспортная маркировка - по ГОСТ 14192 с нанесением манипуляционного знака «Хрупкое - осторожно». Допускается наносить изображение манипуляционного знака на этикетку, предназначенную для маркировки тары.

Процесс приемки посуды из стекла имеет ряд особенностей. Изделия принимают партиями. Партией считают определенное количество изделий одного ассортимента из стекла одного вида.

Для проверки соответствия изделий требованиям настоящего стандарта проводят приемочный контроль. Приемочный уровень дефектности – 4 %.

Для проверки изделий на соответствие техническим требованиям и требованиям безопасности по двухступенчатому плану нормального контроля 2 уровня от партии методом случайного отбора отбирают изделия в соответствии с таблицей 7.

Таблица 7 – Результаты проверки стеклянной посуды при приемке, контроль 2 уровня

Объем партии, шт.	Выборка	Объем выборки, шт.	Объем двух выборок, шт.	Приемочное число	Браковочное число
1	2	3	4	5	6
Св. 2 до 25 включительно	Одна	3	-	0	1
Св. 25 до 50 включительно	Первая	8	-	0	2
	Вторая	8	16	1	2
Св. 50 до 90 включительно	Первая	8	-	0	2
	Вторая	8	16	1	2
Св. 90 до 150 включительно	Первая	13	-	0	3
	Вторая	13	26	3	4

Продолжение таблицы 7

1	2	3	4	5	6
Св. 150 до 280 включительно	Первая	20	-	1	4
	Вторая	20	40	4	5
Св. 280 до 500 включительно	Первая	32	-	2	5
	Вторая	32	64	6	7
Св. 500 до 1200 включительно	Первая	50	-	3	7
	Вторая	50	100	8	9
Св. 1200 до 3200 включительно	Первая	80	-	5	9
	Вторая	80	160	12	13
Св. 3200 до 10000 включительно	Первая	125	-	7	11
	Вторая	125	250	18	19
Св. 10000 до 35000 включительно	Первая	200	-	11	16
	Вторая	200	400	26	27

Для проверки соответствия изделий техническим требованиям и требованиям безопасности по двухступенчатому плану нормального контроля 1 уровня отбирают изделия в соответствии с таблицей 8.

Таблица 8 – Результаты проверки стеклянной посуды при приемке, контроль 1 уровня

Объем партии, шт.	Выборка	Объем выборки, шт.	Объем двух выборок, шт.	Приемочное число	Браковочное число
1	2	3	4	5	6
Св. 2 до 25 включительно	Одна	3	-	0	1
Св. 25 до 90 включительно	Одна	3	-	0	1
Св. 90 до 150 включительно	Первая	8	-	0	2
	Вторая	8	16	1	2
Св. 150 до 280 включительно	Первая	8	-	0	2
	Вторая	8	16	1	2
Св. 280 до 500 включительно	Первая	13	-	0	3
	Вторая	13	26	3	4
Св. 500 до 1200 включительно	Первая	20	-	1	4
	Вторая	20	40	4	5
Св. 1200 до 3200 включительно	Первая	32	-	2	5
	Вторая	32	64	6	7
Св. 3200 до 10000 включительно	Первая	50	-	3	7
	Вторая	50	100	8	9
Св. 10000 до 35000 включительно	Первая	80	-	5	9
	Вторая	80	160	12	13

Партию принимают, если число изделий, не соответствующих требованиям настоящего стандарта, в первой выборке меньше или равно приемочному числу, и бракуют, если это число больше или равно браковочному числу.

Если число изделий, не соответствующих требованиям настоящего стандарта, в первой выборке больше приемочного и меньше браковочного числа, то отбирают вторую выборку. Партию принимают, если число изделий, не соответствующих требованиям настоящего стандарта, в двух выборках меньше или равно приемочному числу, и бракуют, если это число в двух выборках больше или равно браковочному числу.¹⁴

Для контроля прочности закрепления декора и стойкости декора к воздействию щелочных растворов отбирают по пять изделий от выборки. Партию бракуют, если изделия не выдержали испытания по этим показателям.

Соответствие изделий требованиям безопасности и водостойкости стекла определяют при постановке продукции на производство и при изменении состава стекла. Водостойкость стекла определяют на недекорированных образцах.

Далее рассмотрим немаловажные факторы сохранения качества стеклянной посуды: транспортировка и хранение.

Изделия транспортируют всеми видами транспорта в крытых транспортных средствах в соответствии с правилами перевозки грузов, действующими на данном виде транспорта.

Размещение упакованных в потребительскую тару или бумажную упаковку, а также транспортную тару изделий производят, начиная от дальних (торцевых) сторон транспортного средства. Внизу следует размещать крупную продукцию повышенной механической прочности с прокладкой по рядам плотного слоя прокладочного материала. Свободные места должны быть заполнены прокладочным материалом.

Допускается применять пакетирование для изделий, упакованных в

¹⁴ Мишина Л.А. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2012. С. 83.

транспортную тару, а также в прокладки-лотки. В качестве средств пакетирования используют поддоны или другие, обеспечивающие заданные требования. Средства скрепления грузов в транспортных пакетах.¹⁵

Изделия упаковывают в потребительскую и транспортную тару. Конкретные виды тары и упаковки, обеспечивающие сохранность продукции при транспортировании, массу брутто указывают в договорах о поставках продукции между изготовителем и потребителем.

1.3 Порядок проведения экспертизы качества стеклянной посуды

Экспертиза качества стеклянной посуды – это исследование данного товара, которое проводится на основании объективных фактов, целью которого является:

- определение причин образования дефектов;
- процент снижения качества товара.

При проведении экспертизы посуды из стекла и хрусталя необходимо руководствоваться инструкцией о порядке проведения экспертизы товаров экспертными организациями системы торгово-промышленной палаты.

Российской Федерации и требованиями нормативно-технической документации.

Неоднородная по составу партия должна быть рассортирована по ассортименту. Затем проверяется каждая группа товаров на соответствие по форме, размерам, вместимости, массе, составу стекла, способу формования, способу декорирования образцам-эталонам.

Для определения высоты и диаметра изделия используют линейку, прямоугольный треугольник, а для емкости - мерный цилиндр или градуированный стакан. При проверке емкости воду наливают до краев изделия. Для определения толщины стенок, горлышка, дна изделия используют штангенциркуль.¹⁶

Для определения косины края и деформации корпуса изделия применяют

¹⁵ Секерин В.Д. Товароведение стеклянной посуды. М., 2012. С. 128.

¹⁶ Сергеев В.И. Товароведение стеклянных товаров. М., 2014. С. 208.

клинообразную стальную пластинку или штангенциркуль. Определяется зазор между краем изделия и плоскостью, разность между максимальным и минимальным диаметром и максимальной и минимальной высотой.

Экспертизу качества стеклянной посуды вправе проводить:

- специалисты в данной области - эксперты;
- общественные объединения потребителей (их ассоциации, союзы).¹⁷

Право общественным объединениям потребителей (их ассоциациям, союзам) проводить независимую экспертизу стеклянной посуды предоставлено статьей 45 федерального закона РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Результаты обследования должны оформляться в специальном журнале и утверждаться подписями соответствующих специалистов.

При проведении экспертизы посуды из стекла и хрусталя необходимо руководствоваться инструкцией о порядке проведения экспертизы товаров экспертными организациями системы торгово-промышленной палаты Российской Федерации и требованиями нормативно-технической документации. Неоднородная по составу партия должна быть рассортирована по ассортименту. Затем проверяется каждая группа товаров на соответствие по форме, размерам, вместимости, массе, составу стекла, способу формования, способу декорирования образцам-эталонам. Для определения высоты и диаметра изделия используют линейку, прямоугольный треугольник, а для емкости - мерный цилиндр или градуированный стакан. При проверке емкости воду наливают до краев изделия. Для определения толщины стенок, горлышка, дна изделия используют штангенциркуль. Для определения косины края и деформации корпуса изделия применяют клинообразную стальную пластинку или штангенциркуль. Определяется зазор между краем изделия и плоскостью, разность между максимальным и минимальным диаметром и максимальной и минимальной высотой.

¹⁷ Неруш Ю.М. Товароведение стеклянных товаров. М., 2014. С. 184.

Основными этапами экспертизы качества стеклянной посуды являются:

- оценка дефектов;
- определение плотности стекла гидростатическим взвешиванием;
- определение твердости стекла;
- определение качества отжига;
- определение термической устойчивости стеклянной посуды;
- определение водоустойчивости стеклянной посуды;
- определение ударной прочности стеклянной посуды;
- определение соблюдения требований безопасности.¹⁸

Рассмотрим методику экспертизы качества стеклянной посуды на основе вышеуказанных этапов.

Определение дефектов в стеклянных изделиях.

Наличие дефектов, отрицательно влияющих на механические, термические, оптические и эстетические свойства стеклянных изделий, оценивается визуально. Дефекты делятся на дефекты стекломассы, выработки и декорирования. К дефектам стекломассы относятся:

- газообразные включения (пузыри и мошка);
- стекловидные включения (свилы, шлиры);
- инородные кристаллические включения (шихтные камни, огнеупорные камни, камни кристаллизации);
- нежелательный цветной оттенок, вызванный примесями оксидов железа в сырьевых материалах и недостаточной концентрацией обесцвечивателей в шихте.¹⁹

Для определения указанных включений пользуют увеличительную лупу. К дефектам выработки (формования) относятся: разнотолщинность стенок изделия, овальность корпуса, несимметричность формы, кованость поверхности, заусенцы, трещины, просечки, наличие швов от формы на изделии и др. К дефектам декорирования относятся: несимметричность

¹⁸ Кашенко Е.Г. Товароведение и экспертиза качества стеклянной посуды. М., 2015. С. 4.

¹⁹ Гаджинский А.М. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 193.

рисунка, заваленность граней рисунка, просветы, обрывы, переводки, недоводки, сдвиг рисунка.

Прочность закрепления силикатных, люстровых красок и пленок серебра и золота на изделиях определяется протираем изделия фланелевой тканью с усилием.²⁰

Согласно ГОСТ 30407-96 на стеклянных изделиях не допускаются: сколы, прилипшие кусочки стекла, режущиеся и осыпающиеся частицы стекла при декорировании «насыпью», сквозные посечки, инородные включения, имеющие вокруг себя трещины и посечки. Необходимо, чтобы торцевая поверхность верхнего края и швы изделия были гладкими. Декоративное покрытие, нанесенное на внутреннюю поверхность изделия, контактирующее с пищевыми продуктами, должно быть кислотостойким. Крепление ручек изделий и элементов декоративного оформления должно быть прочным. Для определения дефектов берут 4 стеклянных изделия и проводят их осмотр с помощью лупы.

Определение плотности стекла гидростатическим взвешиванием.

Плотность стекла зависит от химического состава. Так, плотность кварцевого стекла составляет 2,3 г/см³, натрий - кальций - силикатного стекла от 1,9 до 2,4 г/см³, плотность стекла, содержащего оксиды свинца и бария - 2,4 г / см. Мало свинцовый хрусталь с содержанием PbO от 18 до 24 % и бариевый хрусталь с содержанием Ba O 18 % имеют плотность 2,7 г/см, свинцовый хрусталь с содержанием PbO от 24 до 30 % - 2,9 г/см³. Наиболее простым методом определения плотности является способ гидростатического взвешивания.²¹

Определение плотности стеклянного изделия проводят по следующей методике. Для испытаний берут 3 изделия массой 10-15 г или 3 кусочка стекла массой 3-5 г. Плотность стекла определяется на специально приспособленных для этих целей аналитических весах. К чашке весов прикреплен крючок, на

²⁰ Плоткин Б.К. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 121.

²¹ Левкин Г.Г. Товароведение стеклянных товаров. М., 2013. С. 135.

который подвешивается корзиночка из тонкой медной проволоки. Определяют массу корзиночки на воздухе (m_2), затем в корзиночку помещают образец стекла и определяют массу (m_1), затем корзиночку с образцом помещают в стакан с дистиллированной водой, установленный на подставке, и определяют массу (m_3), достают образец стекла из корзиночки и определяют её массу в воде (m_4).²² Согласно ГОСТ 9553-74 расчет плотности стекла производят по следующей формуле:

$$\rho = ((m_1 - m_2) \times (\rho_{\text{воды}} - \rho_{\text{в}})) : ((m_1 - m_2) - (m_3 - m_4)) + \rho_{\text{в}}, \quad (1)$$

где ρ - плотность стекла, г/см³ ;

m_1 - масса образца с корзиночкой на воздухе, г;

m_2 - масса корзиночки на воздухе, г;

m_3 - масса образца с корзиночкой в воде, г;

m_4 - масса корзиночки в воде, г;

$\rho_{\text{воды}}$ и $\rho_{\text{в}}$ — плотность воды и воздуха при $T = 20$ °С равные, соответственно 1 г/см³ и 0,00007 г/см³ .

Затем определяют среднее значение плотности стекла:

$$\rho_{\text{ср}} = (\rho_1 + \rho_1 + \rho_1) : 3. \quad (2)$$

Далее определяется погрешность измерения:

$$\Delta \rho = (|\rho_{\text{ср}} - \rho_1| \times |\rho_{\text{ср}} - \rho_2| \times |\rho_{\text{ср}} - \rho_3|) : 3. \quad (3)$$

Окончательный результат представляют в виде: $\rho = \rho_{\text{ср}} \pm \Delta\rho$, г/см³ и делают вывод о химическом составе стекла, из которого изготовлено изделие.²³

Определение твердости стекла.

²² Кащенко Е.Г. Товароведение и экспертиза качества стеклянной посуды. М., 2015. С. 4.

²³ Плоткин Б.К. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 121.

Твердость является важным свойством для стеклянных изделий. На изделиях из стекла с низкой твердостью в процессе эксплуатации быстро появляются царапины, которые ухудшают эстетические свойства. Твердость зависит от химического состава стекла. Высокой твердостью ($H = 6 - 7$) обладают кварцевое, натрий - кальций - силикатное стекла, низкой твердостью ($H = 4 - 5$) - свинцовый хрусталь. Это обстоятельство позволяет подвергать хрустальные изделия алмазному гранению, механической шлифовке и полировке.²⁴

Определение твердости стеклянного изделия проводят по методике в соответствии с ГОСТ 25535-2013: применяют метод царапания и пользуются для этого минералогической шкалой твердости Мооса. В нее входит 10 минералов: тальк, гипс, кальций, плавиковый шпат, апатит, полевой шпат, кварц, топаз, корунд, алмаз. С увеличением номера минерала растет его твердость. Каждый последующий минерал оставляет след на предыдущем. Например, острым ребром плавикового шпата проводят со средним нажатием по тыльной поверхности стеклянного изделия, если не наблюдается видимой царапины, или, если она легко стирается пальцем, то повторяют, то же испытание с помощью минерала апатита. Минералы меняют до тех пор, пока не получат видимую, не стирающуюся царапину. Твердость стекла будет характеризоваться значением на единицу меньшим, чем номер минерала, оставившего видимый след.²⁵

Удобство этого метода заключается в его простоте и быстроте, однако он дает результат невысокой точности. В заключении делается вывод о химическом составе стекла, из которого изготовлено то или иное изделие.

Определение качества отжига.

Для просмотра отбирают изделия непосредственно после отжига. Периодичность контроля и количество контролируемых образцов согласно технологическим регламентам предприятия-изготовителя.

²⁴ Неруш Ю.М. Товароведение стеклянных товаров. М., 2014. С. 185.

²⁵ Кащенко Е.Г. Товароведение и экспертиза качества стеклянной посуды. М., 2015. С. 5.

В качестве аппаратуры и материалов, используемых в ходе экспертизы, применяют:

- полярископ ПКС-500 или полярископы-поляриметры ПКС-125, ПКС-250 или других типов;
- инструмент для измерения толщины дна и стенок изделий по НД;
- хлопчатобумажная ткань для протирания оптических деталей.²⁶

Полярископ или полярископ-поляриметр должен быть установлен в затемненном месте при температуре окружающей среды от 10 до 35° С и относительной влажности не более 80%. Образцы перед просмотром выдерживают при комнатной температуре не менее 30 мин. При просмотре изделие ориентируют так, чтобы просматриваемый участок был перпендикулярен направлению распространения света полярископа или полярископа-поляриметра.

При применении полярископов-поляриметров ПКС-125 и ПКС-250 переключатель компенсатора должен находиться в положении , а лимб анализатора компенсатора - в нулевом положении. При вращении изделия находят участки с максимальными напряжениями. При качественном способе контроля отжига записывают в журнал цвет интерференционной картины, наблюдаемой в поле зрения полярископа. Измеряют толщину просматриваемого участка изделия.

При количественном определении качества отжига вводят чувствительную пластинку. Участок с максимальным напряжением устанавливают в центре поля зрения. Поворачивая головку анализатора, добиваются сведения темных полос в центре до потемнения просветленного участка. Списывают с лимба анализатора показания угла поворота. Измерения для бесцветных и слабоокрашенных изделий проводят 3 раза, а для интенсивно окрашенных - 6 раз (при выведенном зеленом светофильтре).²⁷

Измеряют толщину просматриваемого участка. Для полых изделий

²⁶ Левкин Г.Г. Товароведение стеклянных товаров. М., 2013. С. 136.

²⁷ Сергеев В.И. Товароведение стеклянных товаров. М., 2014. С. 211.

значение равно двойной толщине стенки при просмотре перпендикулярно оси изделия. При просмотре дна изделия, равно его толщине. При обработке результатов рассматриваемого этапа исследования, применяют количественный и качественный способы.²⁸

При количественном способе, удельную разность хода лучей, вычисляют по формуле:

$$\Delta = 3\varphi : S, \quad (4)$$

где φ – угол поворота лимба анализатора;

S – толщина просматриваемого участка изделий (толщина двух стенок).

За окончательный результат принимают среднее арифметическое результатов трех определений для бесцветных и слабоокрашенных изделий при введенном зеленом светофильтре и среднее арифметическое результатов шести определений для интенсивно окрашенных изделий.²⁹

Определение термической устойчивости стеклянной посуды.

Термическую устойчивость стеклянной посуды, предназначенной для сервировки чайного и обеденного стола, хозяйственной посуды для консервирования и термостойкой посуды для микроволновой печи производят в соответствии с ГОСТ 25535-2013.³⁰

Термостойкость характеризуется перепадом температур (ΔT), который выдерживает стеклянное изделие без разрушения, и должна составлять $\Delta T = 120 - 150$ °С. Определение термостойкости стеклянного изделия проводят методом многократного нагрева. Целое изделие помещают в муфельную печь и выдерживают при $T = 90$ °С в течение 15 минут, затем вынимают его и погружают в ванну с холодной водой на 2-3 секунды, вынимают и осматривают. Если видимых трещин на изделии не обнаружено, то его нагревают в горячей воде и снова помещают в муфельную печь, температуру в которой повышают

²⁸ Кашенко Е.Г. Товароведение и экспертиза качества стеклянной посуды. М., 2015. С. 7.

²⁹ Неруш Ю.М. Товароведение стеклянных товаров. М., 2014. С. 186.

³⁰ Плоткин Б.К. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 122.

на 10 °С.³¹

Опыт повторяют до тех пор, пока изделие не растрескается. За термостойкость изделия принимают предыдущую разность температур (в печи и в воде), которую изделие выдержало без разрушения.³²

По результатам опыта делается вывод о соответствии показателя термостойкости данного изделия требованиям ГОСТ 30407-96.

Определение водостойчивости стеклянных изделий.

Согласно ГОСТ 30407-96 водостойчивость стеклянной посуды и стеклянной тары должна быть не ниже IV гидролитического класса. Водостойчивость характеризуется объемом 0,01 Н раствора HCl, пошедшего на титрование (X). Для I гидролитического класса $X < 0,1$ мл, для II класса - $X = 0,1 - 0,2$ мл, для III класса - $X = 0,3 - 0,8$ мл, для IV класса $X = 0,8 - 3,5$ мл. Определение водостойчивости стеклянных изделий проводят в соответствии с ГОСТ 13905-2005 по следующей методике. В чистый стеклянный стакан наливают 150 мл дистиллированной воды и помещают его в водяную баню, причем уровень воды в стакане должен совпадать с уровнем воды в водяной бане. Стакан закрывают фольгой, воду доводят до кипения и кипятят в течение 60 минут. Затем воду из стакана переливают в химическую колбу и охлаждают под струей проточной воды до комнатной температуры. В колбу вводят 2-3 капли индикатора метил-красного до окрашивания раствора в желтый цвет. Далее титруют испытуемый раствор 0,01Н раствором соляной кислоты до перехода желтой окраски в розовую, фиксируя при этом объем титранта (V, мл).³³

Параллельно титруют контрольный раствор дистиллированной воды того же объема и фиксируют объем титранта (V1, мл). Водостойчивость определяют по формуле:

$$X = V - V1. \tag{5}$$

³¹ Гаджинский А.М. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 194.

³² Левкин Г.Г. Товароведение стеклянных товаров. М., 2013. С. 137.

³³ Кащенко Е.Г. Товароведение и экспертиза качества стеклянной посуды. М., 2015. С. 9.

По результатам опыта делается вывод об отнесении данного изделия по показателю водостойчивости к тому или иному гидролитическому классу и соответствии стеклоизделия требованиям ГОСТ.³⁴

Определение ударной прочности стеклянной посуды.

Механическая прочность стеклянных изделий зависит от химического состава стекла, из которого оно изготовлено, от формы изделия и толщины его стенок, от способа термической обработки. Ударная прочность закаленных изделий выше, чем отожженных. Кроме того, при разрушении закаленной посуды они распадаются на мелкие кусочки сглаженной формы, т.е. обеспечивается безопасное разрушение. Определение механической ударной прочности стеклянной посуды проводят по следующей методике на специальном приспособлении. Оно состоит из основания - чугунной или мраморной плиты толщиной 50 мм и деревянной стойки с сантиметровыми делениями, по которой перемещается кронштейн с зажимом для закрепления изделия.

Ударную прочность каждого изделия определяют двумя способами:

- парашютным падением (вверх дном);
- свободным падением (вниз дном).³⁵

Каждое испытание проводят падением изделия с заданной высоты, начиная с 20 см, и с равномерным подъемом высоты до 150 см. Для опыта берут 13 образцов. Партия изделия считается годной, если число разрушений изделий не превысило 50 %.

Определение соблюдения требований безопасности.

Допустимая миграция вредных веществ, выделяющихся из стеклянных изделий, контактирующих с пищевыми продуктами, устанавливается органами Госсанэпиднадзора в соответствующих нормативных документах, утвержденных в установленном порядке.

Краски, препараты драгоценных и других металлов, деколи,

³⁴ Сергеев В.И. Товароведение стеклянных товаров. М., 2014. С. 212.

³⁵ Неруш Ю.М. Товароведение стеклянных товаров. М., 2014. С. 187.

применяемые для декорирования изделий, должны быть разрешены к применению органами Госсанэпиднадзора. Водостойкость стекла изделий должна быть не ниже IV гидролитического класса. Изделия для горячей пищи должны быть термически устойчивыми.

На изделиях не допускаются: сколы, прорезанные грани, прилипшие кусочки стекла, режущие и осыпающиеся частицы стекла при декорировании изделий «насыпью», сквозные посечки, инородные включения, имеющие вокруг себя трещины и посечки. Торцевая поверхность верхнего края и швы изделий должны быть гладкими. Не допускается наносить декор (кроме препаратов золота) на поверхность изделий, контактирующую с пищевыми продуктами, и поверхность, соприкасающуюся с губами человека на расстоянии не менее 10 мм от верхнего края изделий. Крепление ручек изделий и элементов декоративного оформления должно быть прочным.³⁶

Проведенное исследование позволило определить необходимость соблюдения требований, определенных государственными стандартами в отношении стеклянной посуды. В проведенном исследовании были рассмотрены требования, предъявляемые к качеству стеклянной посуды, требования безопасности, маркировки, упаковки, приемки, транспортировки и хранения. Особые требования в отношении стеклянной посуды предъявляются к качеству стекла и отжига. Указанные факторы является основой для производства качественной стеклянной посуды, отвечающей потребительским предпочтениям.

³⁶ Плоткин Б.К. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 123.

2 АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ПОСУДЫ ИЗ СТЕКЛА НА ЛОКАЛЬНОМ РЫКЕ Г. БЕЛОГОРСКА

2.1 Методика анализа ассортимента посуды из стекла на локальном рынке

Работа торгового предприятия в условиях конкуренции предполагает акцентирование внимания на формировании такого торгового ассортимента, который в некотором роде является стратегическим ресурсом повышения конкурентоспособности торгового предприятия. Понимание этого со стороны руководства торгового предприятия предполагает использование определенных принципов деятельности, таких как:

- поддержание соответствия предлагаемого конкретным торговым предприятием ассортимента потребительскому спросу целевой аудитории, которая с каждым годом становится все более избирательной в своих предпочтениях;

- учет комплексности потребления предлагаемых товаров в целях повышения уровня и качества обслуживания потребителей, а также экономии времени на осуществление комплексных покупок, что в современных условиях является немаловажным мотивом выбора торгового предприятия потенциальным покупателем;

- оптимизация основных характеристик товарного ассортимента торгового предприятия, таких как широта, глубина, сбалансированность, устойчивость и прочее.³⁷

Соблюдение этих принципов должно основываться на понимании основной цели коммерческой деятельности торгового предприятия – это получение прибыли и ее максимизация на основе наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей посредством обмена. В этом прослеживается взаимосвязь коммерческой деятельности с маркетингом, что является необходимым условием успешной деятельности торгового

³⁷ Уваров С.А. Товароведение товаров из стекла. М., 2014. С. 83.

предприятия.

Немаловажное значение на пути достижения оптимальной структуры ассортимента товаров, имеет анализ товарного ассортимента. Наиболее распространенными методиками анализа товарного ассортимента являются: анализ на основе системы показателей ассортимента: структура, полнота, глубина, устойчивость, новизна; ABC- анализ; XYZ-анализ; совмещенный ABC-XYZ анализ.

Представим показатели ассортимента товаров.

Структура ассортимента.

Структура ассортимента это процентное соотношение определенных совокупностей изделий к их общему количеству. Показатели структуры ассортимента чаще выражают в процентах (процентное соотношение тарелок, кружек и других видов стеклянной посуды определяет видовую структуру ассортимента стеклянной посуды);

Широта ассортимента.

Широта ассортимента определяется количеством товарных групп и оценивается коэффициентом широты:

$$K_{ш} = \Gamma_{ф} : \Gamma_{н}, \quad (6)$$

где $\Gamma_{ф}$ - количество групп товаров на момент определения, ед.;

$\Gamma_{н}$ - общее количество групп товаров, ед.;³⁸

Полнота ассортимента.

Полнота ассортимента - это соответствие фактического наличия видов товаров разработанному ассортиментному перечню, существующему спросу.

Выражают полноту ассортимента через коэффициент полноты ($K_{п}$) ассортимента, который определяют по формуле:

$$K_{п} = V_{ф} : V_{н}, \quad (7)$$

³⁸ Федоренко А.И. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2013. С. 153.

где V_f - фактическое количество видов товаров на момент обследования (проверки), ед.;

V_n - количество видов, предусмотренное ассортиментным перечнем, договором поставки, стандартами и пр., ед.;

Глубина ассортимента.

Глубина ассортимента определяется числом разновидностей товаров по каждому наименованию. Коэффициент глубины ассортимента оценивают по формуле:

$$K_g = V_f : V_n, \quad (8)$$

где R_f - фактическое количество разновидностей товаров на момент проверки, ед.;

R_n - количество разновидностей, предусмотренное ассортиментным перечнем, условиями договора, прейскурантами и т. п., ед.;³⁹

Устойчивость ассортимента.

Устойчивость (стабильность) характеризует постоянное наличие товара соответствующего вида (разновидности) в продаже. Коэффициент устойчивости K_u определяется по формуле:

$$K_u = 1 - (R'_{f1} + R'_{f2} + \dots + R'_{fn} : R_n \times n), \quad (9)$$

где $R'_{f1}, R'_{f2}, \dots, R'_{fn}$ - фактическое количество разновидностей (видов) товаров, из предусмотренных ассортиментным перечнем и отсутствующих в продаже в момент отдельных проверок, ед.;

R_n - количество разновидностей (видов) товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем, ед.;

n - количество проверок;

³⁹ Федоренко А.И. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2013. С. 154.

Коэффициент устойчивости ассортимента.

Коэффициент устойчивости ассортимента, как правило, определяется за конкретный период (месяц, квартал, год). Установлено, что оптимальный коэффициент устойчивости ассортимента должен выражаться следующими значениями: для универмагов - 0,80; для специализированных магазинов - 0,75;⁴⁰

Новизна.

Новизна характеризует появление новых разновидностей товаров за определенный период времени и оценивается коэффициентом новизны (K_0):

$$K_0 = P_0 : P_{\text{ф}}, \quad (10)$$

где P_0 - количество новых разновидностей товаров, появившихся в момент проверки, ед.;

$P_{\text{ф}}$ - среднее количество разновидностей, ед.;

Коэффициент новизны характеризует степень обновления ассортимента, появление новых изделий.

Далее рассмотрим методику ABC и XYZ анализа.

В настоящее время используется множество инструментов работы с номенклатурой товаров, под которыми понимается совокупность приемов, применяемых в области управления ассортиментом. С помощью инструментов можно проанализировать такие параметры, как уровень прибыли (правило Парето), вклад товара в результат работы магазина (ABC-анализ), стабильность продаж (XYZ-анализ), статус каждого товара в ассортиментной матрице (совмещенный ABC- и XYZ-анализ), время существования продукта и рынка, доля рынка и скорость объема продаж, рыночная привлекательность и эффективность ассортимента, время нахождения товара на рынке (концепция

⁴⁰ Уваров С.А. Товароведение товаров из стекла. М., 2014. С. 92.

ориентации на жизненный цикл товаров).⁴¹

ABC анализ ассортимента является одним из ключевых анализов, который распределяет ассортимент любого предприятия, занимающегося торговлей, ранжируя его по степени важности для продаж.

В основе ABC анализа ассортимента лежит принцип Парето, при котором 20 % ассортимента приносят 80 % дохода организации, а оставшиеся 80 % дают лишь пятую часть продаж.

Аспекты применения этого инструмента для целей управления ассортиментом достаточно многообразны, и однозначного алгоритма не существует. Однако в общем виде это правило звучит так: двадцать процентов ассортимента товаров приносит восемьдесят процентов прибыли, и, наоборот, восемьдесят процентов ассортимента товаров приносит двадцать процентов прибыли. На основе такого деления товарной номенклатуры принимаются решения по концентрации внимания и повышению уровня поддержания группы товаров, приносящей 80 % прибыли, и сокращению группы товаров, приносящей остальные 20 % прибыли компании.

Классический или стандартный вариант ABC анализа ассортимента компании разбивается следующим образом:

- А – лидирующие позиции – около 80 % дохода;
- В – позиции относительно средней доходности – 15 % дохода;
- С – наименее доходные позиции, дающие лишь 5 % продаж.⁴²

Краткое определение ABC анализа ассортимента можно дать следующим образом – это ранжирование ключевых показателей по определенным параметрам. Зачастую, за основу берут именно ассортимент, однако ABC анализ можно проводить и по поставщикам, покупателям, затратам и т.д.

Для проведения ABC анализ необходимы данные о продажах за месяц, квартал или год. В стандартном варианте ABC анализа ассортимента принято

⁴¹ Карнаухов С. Логистика как управленческая теория и система управления материальными потоками. М., 2014. С. 24.

⁴² Карнаухов С. Логистика как управленческая теория и система управления материальными потоками., М. 2014. С. 26.

использовать один какой-либо ключевой показатель.⁴³

Данные, на основе которых строится ABC анализ, ранжируются от максимума к минимуму, и считается доля каждой позиции в общей массе. После чего фиксируются доли позиций с учетом нарастающего итога и определяются категории ABC анализа.

ABC анализ рекомендуется проводить по всему ассортименту раз в квартал. Если ABC анализ ассортимента применяется для сокращения ассортимента, и по его результатам некоторые позиции выводятся необходимо следует учитывать следующее. Если сразу после сокращения позиций провести ABC анализ повторно, вновь будут позиции, которые можно будет исключать из ассортимента.⁴⁴

Даже если на текущий момент организация избавится от всех, по сути неликвидных, позиций, спустя время позиции которые были оставлены в ассортименте, могут не продаваться. Редко встречаются такие примеры, когда категория «С» перейдет в «А», а вот наоборот – встречается довольно часто.

Нельзя сокращать ассортимент только на основе данных, полученных в ходе анализа ABC.⁴⁵

XYZ-анализ определяет стабильность продаж товара за определенный период. Рассматриваемый метод полезен для управления ассортиментом и поставками товаров, организации работы с поставщиками. Результаты позволяют разделить товары по категориям и выделить для них место на складе, уровень запасов и организацию доставки.

XYZ-анализ – статистический инструмент, позволяющий анализировать и прогнозировать стабильность продаж отдельных видов товаров и колебания уровня потребления тех или иных ресурсов. Этот прием обычно применяется для ранжирования и группирования ассортиментных позиций по степени прогнозируемости объема спроса или оборачиваемости товар.

⁴³ Хабаров В.И. Основы логистики: учебное пособие. М., 2013. С. 155.

⁴⁴ Гермацкий А.В. Закупочная логистика. М., 2013. С. 67.

⁴⁵ Карнаухов С. Логистика как управленческая теория и система управления материальными потокам. М., 2014. С. 24.

XYZ-анализа сходен с ABC-анализом и основывается на том же принципе: товары подразделяются на три группы: X, Y, Z, исходя из значения коэффициента вариации за определенный период времени. Этот анализ делит объекты по степени отклонения от среднего показателя, высчитываемого за несколько периодов. XYZ-анализ показывает стабильность или нестабильность спроса. Чем стабильнее спрос на товар, тем легче им управлять, тем ниже потребность в товарных запасах и легче планировать движение продукта.

Как отдельный метод анализа в ритейле XYZ используется не так уж часто, чаще его можно встретить как совмещенный с ABC анализом. Но, в любом случае, как метод для принятия решений по управлению ассортиментом товарной группы или магазина может принести несомненную пользу.

Целью XYZ анализа является анализ поведения каждого товара за определенный период для управления товарным ассортиментом. Критерием для анализа может выступать количество проданного товара за определенный период, спрос на товар, количество покупок.⁴⁶

Этапы проведения XYZ-анализа.

Выбор ассортимента товаров для анализа. В зависимости от цели, анализ может проводиться по всему ассортименту магазина, торговой сети или товарной группы. В основной ассортимент попадают товары, которые продаются хотя бы 2 раза в неделю за выбранный для анализа период.

Товары, которые по каким-либо причинам стали продаваться реже 2 раз в неделю, выпадают из основного ассортимента. Это могут быть элитные, новые, сезонные или отсутствующие на складе товары. Они анализируются отдельно, потому что требуют повышенного внимания;

Определение временного интервала для анализа, для которого будут рассчитаны стабильность поведения каждого товара. Интервалом может быть один день, неделя, месяц. Интервал для анализа должен превышать периодичность продаж большей части товаров, которые будем анализировать;

Временной период, по которому будем проводить анализ. Чем больше

⁴⁶ Хабаров В.И. Основы логистики: учебное пособие. М., 2013. С. 156.

выбранный период и чем больше в него входит временных интервалов, тем нагляднее будут полученные данные.

Расчет среднеарифметического значения количества продаж каждого товара за выбранный интервал. Среднеквадратическое отклонение - показатель рассеивания в продажах товара по выбранному интервалу относительно среднего арифметического для продаж этого товара. Чем меньше среднеквадратическое отклонение, тем ближе к среднему находятся данные о продажах.

Расчет коэффициента вариации для каждого товара, это будет относительный показатель. При выборе показателей коэффициентов стоит использовать здравый смысл и знание своей товарной группы или ассортимента сети в целом;

Сортировка полученные значения коэффициента вариации от меньшего к большему;

Определение категории X, Y, Z.⁴⁷

Категория X, в которую попадают товары с минимальным колебанием продаж, характеризующиеся стабильной величиной потребления и высокой степенью прогнозирования до 0,1-0,2.

Категория Y, в которую попадают товары со средним колебанием продаж от 0,2 до 0,6, с сезонными колебаниями и средними возможностями их прогнозирования.

Категория Z, в которую попадают товары с резкими колебаниями продаж от 0,6 и выше, с нерегулярным потреблением и непредсказуемыми колебаниями, поэтому, спрогнозировать их спрос невозможно.⁴⁸

Совмещенный ABC- и XYZ-анализ позволяет более точно рассмотреть ассортимент и понять, как можно управлять теми или иными группами и категориями товаров. В результате данного совмещения получается 9 групп объектов анализа по двум критериям – степень влияния на конечный результат

⁴⁷ Бузукова Е.А. Закупочная деятельность и категорийный менеджмент. М., 2015. С. 41.

⁴⁸ Карнаухов С. Логистика как управленческая теория и система управления материальными потоками. М., 2014. С. 25.

(ABC) и стабильность (прогнозируемость) этого результата (XYZ).

Группы AX, AY и AZ требуют наибольшего внимания, тщательного планирования, учета и контроля. Для ресурсов категории CX, CY, CZ применяются укрупненные методы анализа. Такой взгляд на ассортимент дает уже более полную картину, и на основании его можно принимать управленческие решения более обоснованно.

В таблице 9 представим сравнительный анализ инструментов работы с ассортиментом товаров.

Таблица 9 - Сравнительная характеристика методов анализа товарного ассортимента

Методы анализа	Достоинства	Недостатки
Система показателей товарного ассортимента	Позволяет определить характеристики ассортимента исследуемой группы товаров	Не позволяет определить наиболее и наименее приоритетные группы товаров
ABC-анализ	Позволяет определить наиболее приоритетные позиции в ассортименте и выделить аутсайдеров	Не позволяет оценивать сезонные колебания продаж Не может применяться в магазинах с ежемесячным обновлением ассортимента (например, бутики модной одежды), так как предполагает наличие статистики продаж за несколько (не менее 3) месяцев
XYZ-анализ	Позволяет прогнозировать стабильность продаж и уровень потребления	Внешние факторы (сезонность спроса, регулярность поставок, колебания цен и др.) могут вызывать значительные колебания продаж и, как следствие, высокие показатели коэффициента вариации Сложен в применении для сезонных товаров
Совмещенный ABC и XYZ анализ	Позволяет повысить эффективность управления товарными запасами. Позволяет выработать оптимальную закупочную политику	Не применим для сезонных товаров и товаров, имеющих короткий жизненный цикл. Обязательно наличие четкого учета всех товаров и статистики продаж

Таким образом, анализ различных инструментов работы с товарным ассортиментом позволил выявить свойственные им достоинства и недостатки, а также определенное сходство между ними.

Все приемы основаны, в целом, на исследовании рыночного восприятия продукции и на оценке продукции с точки зрения экономической эффективности предприятия. Практически все инструменты предполагают

наличие длительной статистики о продажах по каждой группе товаров, а также четкого учета товарной номенклатуры, что не всегда возможно на розничных предприятиях. В некоторых магазинах сезонные товары обновляются каждые 1–2 месяца и не позволяют иметь данные о реализации за длительный период. Другой пример: при открытии магазина или наличии товаров-новинок также отсутствует статистика.⁴⁹

Представленные приемы работы с ассортиментом позволяют сделать лишь анализ и вывод по эффективности продажи тех или иных товаров. Инструменты не дают ответа на вопрос о необходимости введения новых позиций и ориентированы в большей степени на выявление менее выгодных. Прежде чем принять решение о выводе товаров из ассортимента, необходимо убедиться, что они не осуществляют особенной функции: это не образцы, не новинки, не запчасти, не части комплекта и другие.⁵⁰

Таким образом, инструменты работы с ассортиментом не описывают непосредственно алгоритм формирования номенклатуры товаров, а могут применяться только для анализа уже существующих позиций.

2.2 Результаты анализа ассортимента посуды из стекла на локальном рынке

На рынке стеклянной посуды в 2016 году было заметно оживление: и производство и импорт посуды показали положительные темпы прироста, при этом импорт вырос на рекордные 52 %. Если темпы прироста импорта сохранятся до конца 2017 года, то по итогам года объем импорта покажет самые высокие с 2010 года значения.

Топ-5 стран, из которых в Россию ввозится больше всего стеклянной посуды выглядит следующим образом: Китай, Франция, Турция, ОАЭ, Германия.

В 2017 году продолжился рост производства стеклянной посуды, за первые 7 месяцев выпуск вырос на 5,6 %. Рост производства впервые с 2010

⁴⁹ Карнаухов С. Логистика как управленческая теория и система управления материальными потокам. М., 2014. С. 28.

⁵⁰ Хабаров В.И. Основы логистики: учебное пособие. М., 2013. С. 158.

года происходил 2 года подряд – до 2016 года в динамике производства прослеживалась четкая закономерность: ежегодно рост сменялся падением и наоборот. Но масштабы падения были выше, чем роста. В результате до 2017 года можно было наблюдать отрицательный тренд в производстве стеклянной посуды. Теперь, по итогам 2017 года объем производства может переломить тенденцию и догнать значения 2010 года.

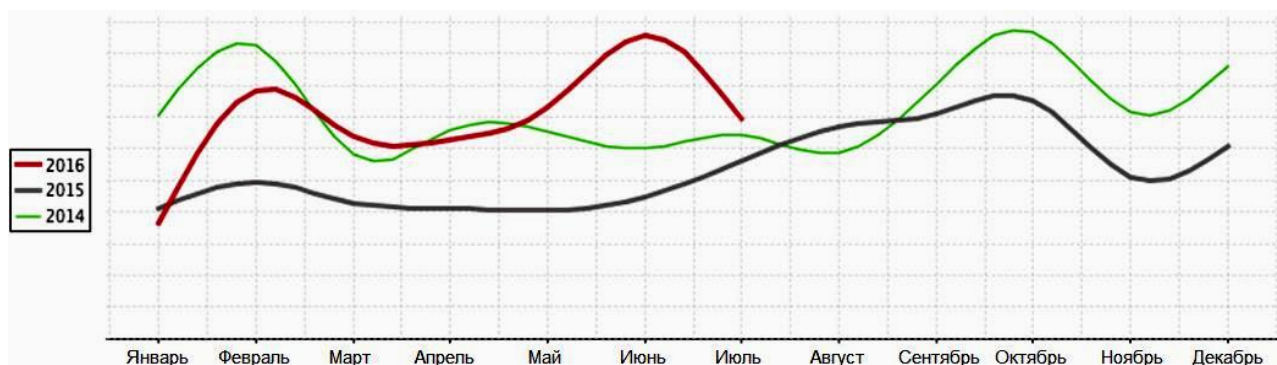


Рисунок 1 – Темпы прироста импорта за 2014 - 2016 гг.

В структуре производства стеклянной посуды продолжает расти доля чашек, кружек и бокалов, которые в официальной статистике проходят под названием «сосуды стеклянные для питья, кроме стеклокерамических». За последние 5 лет доля этой группы выросла на 3,6 % на фоне снижающегося выпуска посуды из стекла.

За январь-июль 2017 объем рынка посуды из стекла вырос почти на 25 %. Растущие импорт и производство, а также падающий экспорт положительно сказались на развитии внутреннего российского рынка в 2017 году. За первые 7 месяцев 2017 года объем рынка вырос почти на 25 %.

По оценке «Экспресс-Обзор», в 2017 году рынок вернется на уровень 2012-2013 гг., а к 2019 году приблизится к значению 2011 года, которое являлось максимальным за рассматриваемый период (с 2010 года).

На российском рынке стеклянной посуды представлена продукция отечественных и иностранных производителей. В настоящее время оценочная доля продукции отечественных производителей составляет около 60%. Среди отечественных производителей выделим следующих:

- ООО «Опытный стекольный завод» (ОСЗ);
- ООО «Гусевской хрустальный завод им. Мальцова»;
- ООО «Дятьковский хрустальный завод»;
- АО «Васильевский стекольный завод»;
- ООО «Северодвинский стекольный завод» и другие.

Иностранные производители:

- Arc International4;
- Gipfel GmbH;
- АО «Стеклозавод «Неман»;
- АО «Пашабахче» (Pasabahce) и другие.

В низком ценовом сегменте преобладает посуда, производящаяся в Китае, которая не отличается высоким качеством. Часто такая посуда не имеет четко обозначенного бренда. Таким образом, среди стран-производителей импортируемой стеклянной посуды лидером является Китай.

Оттуда на территорию России в 2016 году было ввезено 67 тыс. тонн продукции на общую сумму 87 млн. долларов. Общий объем импорта в 2016 году составил 178,47 тыс. тонн в натуральном выражении, а в стоимостном выражении 240,47 млн. долларов.

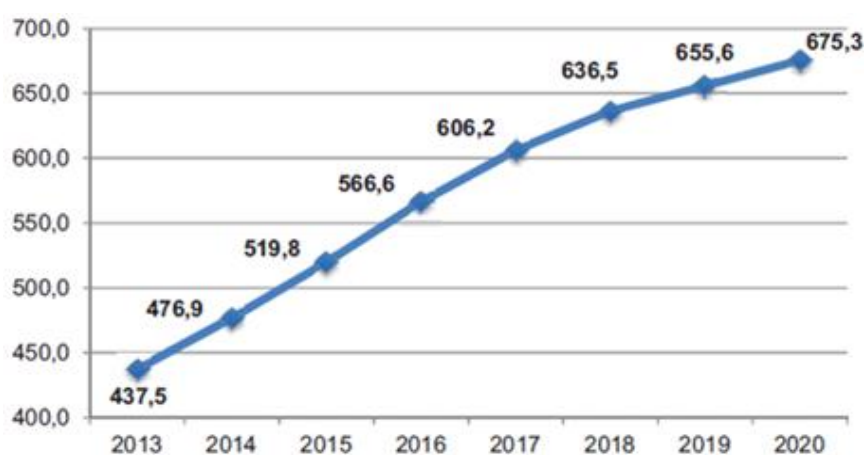


Рисунок 2 – Динамика рынка России стеклянной посуды в натуральном выражении в 2013 – 2020 гг. (прогноз), млн. штук.

В структуре внешней торговли России присутствует незначительная доля реэкспорта: через территорию РФ перевозится продукция, произведенная в Китае и некоторых европейских странах.

Большая часть произведенной в России продукции поставляется в страны СНГ. Для определения темпов роста рынка посуды из стекла необходимо учитывать развитие рынка посуды в целом. Напомним, что динамика объемов розничных продаж посуды из стекла, керамики, фарфора и фаянса в РФ в 2010-2016 годах была положительной, однако в 2017 году темпы роста данного показателя замедлились и составили 14 %. При этом аналитики ГК Step by Step предполагают, что доля стеклянной посуды в данной категории достаточно высока.

Учитывая при этом, что на рынке фарфоровой посуды складывается достаточно сложная обстановка и все больше потребителей при выборе между фарфором и стеклом склоняются к последнему, можно считать, что темпы роста розничных продаж стеклянной посуды несколько выше, чем в целом по категории, и могут составлять около 7-9 %.

Таким образом, учитывая представленные данные, объем рынка стеклянной посуды за 2016 год в натуральном выражении составляет около 437,5 млн штук. С учетом изученных во время исследования показателей российского производства, макроэкономики и объемов розничных продаж, тенденций на рынке посуды, а также оценки объема рынка стеклянной посуды можно построить прогноз развития данного рынка до 2020 года.

Принимая во внимание указанные выше факторы, аналитики ГК Step by Step полагают, что к 2020 году объем рынка стеклянной посуды может достичь 675 млн. изделий при годовых темпах роста от 3 до 9 %.

В ближайшие несколько лет рынок посуды из стекла хоть и будет развиваться невысокими темпами, но на его развитие повлияет экономическая ситуация, так как в России идет существенное замедление темпов роста экономики. Поэтому точные прогнозы, даже на год, лучше делать в середине 2014 года.

Ожидается, что рост рынка будет происходить в основном за счет увеличения спроса на стеклянную посуду со стороны сегмента HoReCa, то есть за счет роста объемов продаж стеклянной посуды для ресторанов, баров и

прочих пунктов общественного питания. А также за счет смещения спроса в сторону посуды из стекла.

Далее рассмотрим ассортимент стеклянной посуды города Белогорска Амурской области. На рынке города Белогорска широко представлен ассортимент стеклянной посуды. Наиболее широко ассортимент стеклянной посуды в городе можно рассмотреть на примере анализа ассортимента магазина в котором реализуются товары «для дома», а также специализированных магазинов посуды. На сегодняшний день широко представлена стеклянная посуда в 7 магазинах города. Структура ассортимента стеклянной посуды, реализуемой магазинами города, на основании наблюдений проведённых автором работы, приведена на рисунке 3.

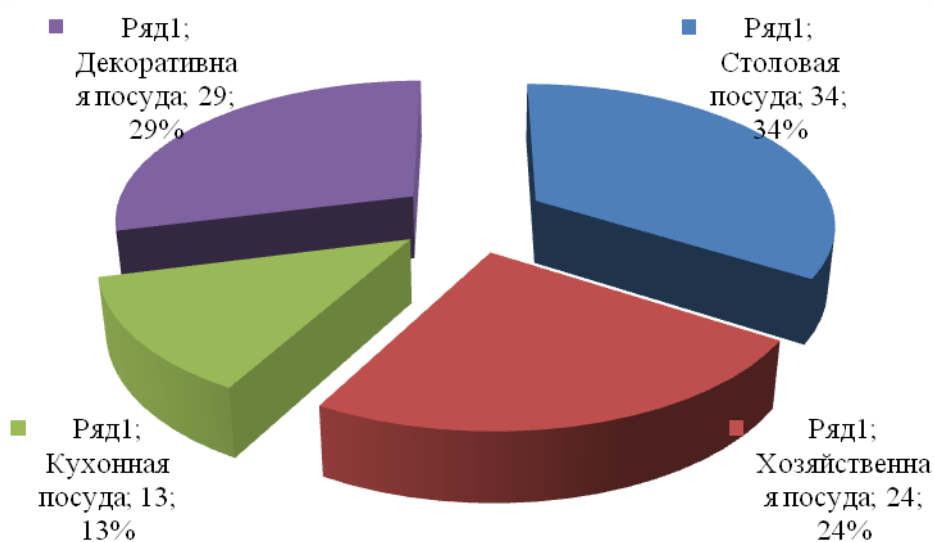


Рисунок 3 - Структура ассортимента стеклянной посуды, реализуемой магазинами города

Тем не менее, полноценный анализ можно провести на основании ассортимента одного магазина, данные по которому автор работы имеет возможность получить. Речь идет о магазине «Домашний очаг» ИП Козлова М.П., расположенном по адресу г. Белогорск ул.Транспортная, д. 61.

Магазин «Домашний очаг» реализует широкий ассортимент товаров для

дома, в том числе и различную посуду. Данные по структуре ассортимента стеклянной бытовой посуды, реализованной магазином «Домашний очаг» в 2016 г. представлены в таблице 10.

Наибольший удельный вес по количеству и по сумме реализованных товаров составила группа столовой посуды, так как этот товар пользуется наибольшим спросом у покупателей.

Таблица 10 - Ассортимент стеклянной бытовой посуды, реализованной магазином «Домашний очаг»

Группировки посуды	Виды изделий	Кол-во, шт.	Удельный вес по кол-ву, %
Столовая посуда	стаканы, кружки, чашки, бокалы, фужеры, рюмки, бокальчики,	10000	79,4
Хозяйственная посуда	банки для солений и варенья, бочонки, бутылки для хранения жидкостей	15263	17,6
Кухонная посуда	кастрюли различной вместимости, жаровни	5648	6,6
Декоративная посуда	скульптуры, вазы для цветов, бокалы в форме рога	7560	6,4
Итого		138471	100

Также видно, что удельный вес по количеству не влечет за собой увеличение удельного веса по сумме за вырученные товары. Например, удельный вес кухонной посуды по количеству составил только 6,5 %, а по сумме 35,2 %. Это происходит из-за того, что единица кухонной посуды имеет достаточно высокую стоимость.

Таблица 11 - Данные по структуре ассортимента стеклянной бытовой посуды, реализованной магазине «Домашний очаг» в 2016 году по видам стекла

Наименование группы товаров	всего, шт.	сумма	Удельный вес по количеству, %	Удельный вес по сумме, %
Обычное	110000	800000	65,04	21,64
Специальное	26534	1170091	15,7	31,65
Хрусталь	32568	1726104	19,26	46,71
Итого	169102	3696195	100	100

Хозяйственная посуда хоть и была продана по количеству в большем объеме, ее удельный вес составил 17,6 %, но так как розничная стоимость единицы продукции не велика, то ее удельный вес по стоимости составил всего 9,29 %.

Наибольший удельный вес по сумме, если учитывать поставку стеклянной посуды вместе с поставкой хрусталя, составил хрусталь. Это вызвано тем, что стоимость 1 ед. хрусталя имеет наибольшую стоимость. Обычная столовая посуда составила наибольший удельный вес по количеству, но наименьший по сумме, так как это товар за 1 ед. продукции имеет наименьшую стоимость.

Анализ ассортимента проводится по показателям свойств ассортимента таким как: широта и полнота ассортимента, новизна и устойчивость, структура рациональность и гармоничность.

Характеристика показателей номенклатуры свойств и их расчет на основе показателей магазина «Домашний Очаг» представлена в таблице 12.

Таблица 12 - Номенклатура свойств и показателей ассортимента

Наименования и условные обозначения		Расчет показателей
Свойства	Показатели	
Широта (Ш): действительная	Действительный (Ш _д)	$Ш_д = д = 3$
Базовая	Базовый (Ш _б)	$Ш_б = б = 8$
	Коэффициент широты (Кш)	$К_ш = Ш_д : Ш_б * 100 \%$; $К_ш = 37,5 \%$
Полнота (П): действительная	Действительный (П _д)	$П_д = д = 4$
Базовая	Базовый (П _б)	$П_б = б = 8$
	Коэффициент полноты (Пш)	$К_п = П_д : П_б * 100 \%$; $К_п = 37,5 \%$
Устойчивость (У)	Показатель устойчивости (У)	$У = у = 10$;
	Коэффициент устойчивости (Ку)	$К_у = У : Ш_б * 100 \%$; $К_у = 10 : 8 * 100 \% = 125 \%$;
Новизна (Н)	Показатель новизны (Н)	$Н = н = 5$;
	Степень обновления (К _н)	$К_н = Н : Ш_д * 100 \%$; $К_н = 10 : 3 * 100 \% = 333 \%$;
Структура (С)	Относительный показатель структуры отд. Товаров (i)	$С = А : S$
Ассортиментный минимум (перечень) (А _м)	Показатель ассортиментного минимума (А _м)	$А_м = 4$

Таким образом, товарооборот за год составляет 110 000 штук. Товарооборот за день составляет 301 шт. (110 000 : 365). Суммарное количество товаров в денежном выражении составляет 159,1 рубля; количество товаров, пользующихся устойчивым спросом составляет 10; количество новых видов товара равно 5. Таким образом, торговый ассортимент посуды из стекла, представленной в магазине «Домашний очаг», является сложным.

Цель работы товароведа в магазине сформировать оптимальный ассортимент пользующихся спросом товаров. Основные направления этой работы:

- изучение структуры ассортимента товаров (по группам и внутри группы);
- оптимизация и обновление ассортимента с учётом требований потребителей к качеству товаров, а также спроса и перспективы его развития путём воздействия на промышленность;
- разработка научных принципов классификации товаров (группировки и систематизации, научной терминологии).

Рекомендуется формировать сопоставимый ассортимент исходя из соотношений между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения общности групп потребителей, источников товароснабжения и диапазона цен. Он позволяет предприятию создавать прочный имидж и обеспечивать стабильные отношения с поставщиками. Однако чрезмерная ограниченность ассортимента может сделать предприятие уязвимым по отношению к внешней среде, колебаниям в поставках, конкурентам. Структура ассортимента посуды из стекла в магазине «Домашний очаг» по поставщикам представлена в таблице 13.

Таблица 13 - Структура ассортимента посуды из стекла в магазине по поставщикам за 2014 - 2016 гг.

Поставщик	Количество, штук			Удельный вес, процент		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Luminarc	597	628	754	43,20	42,93	43,01
Bomioli Rocco	319	221	340	23,08	15,11	19,40
Pasabahce	362	438	457	26,19	29,94	26,07
Bohemia Class	104	176	202	7,53	12,02	11,52
Итого	1382	1463	1753	100,00	100,00	100,00

Поступление стеклянной посуды в 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличилось на 290 изделий. По данным таблицы 6 видно, что изменилась структура ассортимента стеклянной посуды, в 2016 году по сравнению с 2015 годом.

На рисунке 3 представим структуру ассортимента посуды из стекла в магазине «Домашний очаг» г. Белогорска по поставщикам за 2014 - 2016 гг.

Сведения, представленные на рисунке 4 позволяют сделать вывод о том, что структура ассортимента стеклянной посуды магазина «Домашний очаг» за 2014 – 2016 гг. изменилась несущественным образом.

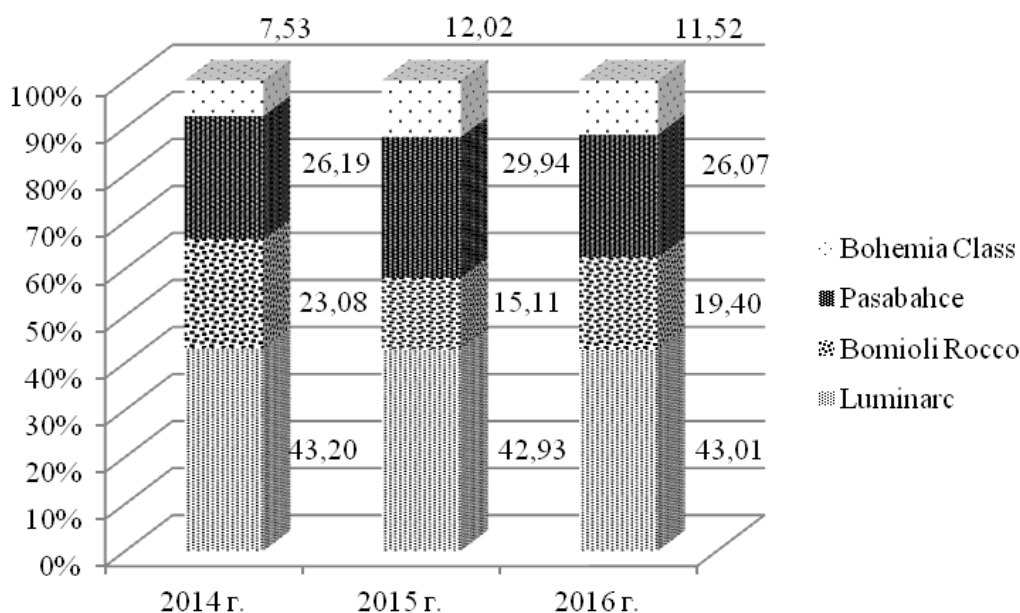


Рисунок 4 – Структура ассортимента посуды из стекла в магазине «Домашний очаг» г. Белогорска по поставщикам за 2014 - 2016 гг., процент

Структура ассортимента изделий по видам стеклянной посуды в магазине «Домашний очаг» за 2015 - 2016 год представлена в таблице 14.

От Luminarc в 2016 году поступило большее количество ваз для цветов, но уменьшилось поступление фужеров, по сравнению с 2015 годом. От Bomioli Росо увеличилось поступление тарелок глубоких, но уменьшилось поступление тарелок мелких. От Pasabahce увеличилось поступление бокальчиков и уменьшилось поступление рюмок.

Таблица 14 - Динамика товарооборота по видам стеклянной посуды в магазине за 2014 - 2016 гг., тыс. единиц

Наименование поставщиков	Виды изделий	Товарооборот по годам		
		2014 г.	2015 г.	2016 г.
Luminarc	Ваза для цветов в ассортименте	32	27	34
	Фужеры	28	37	23
Bomioli Rocco	Тарелки глубокие	138	120	170
	Тарелка мелкие	82	123	97
Pasabahce	Бокальчики	94	97	89
	Рюмки	57	62	53
Bohemia Class	Супница	259	241	274
	Чайный сервиз	63	78	66
Итого		753	785	806

Представим динамику товарооборота стеклянной посуды по видам товаров за 2014 – 2016 гг. (рисунок 5).

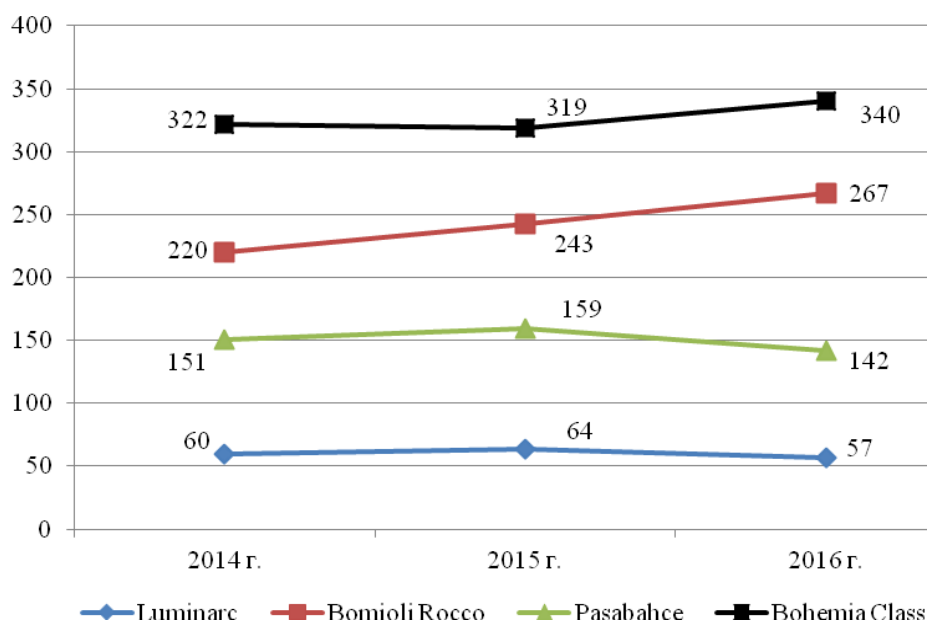


Рисунок 5 – Динамика товарооборота стеклянной посуды по видам товаров в магазине «Домашний Очаг» за 2014 – 2016 гг., тыс. единиц

Сведения, представленные на рисунке 4 позволяют сделать вывод о том, что наибольшим спросом в магазине «Домашний Очаг» пользуется стеклянная посуда марки «Bohemia Class».

Далее проведем ABC-анализ стеклянной посуды в магазине «Домашний Очаг» за 2014 – 2016 гг. (таблица 15).

Таблица 15 - ABC-анализ стеклянной посуды в магазине «Домашний Очаг» за 2014 – 2016 гг.

Наименование товаров	2014 г.			2015 г.		2016 г.		
	Номер позиции	Товарооборот, тыс. ед.	Доля товарооборота, процент	Товарооборот, тыс. ед.	Доля товарооборота, процент	Товарооборот, тыс. ед.	Доля товарооборота, процент	
Исходные данные								
Ваза для цветов в ассортименте, марки Luminarc	1	32	4,24	27	3,44	34	4,22	
Фужеры, марки Luminarc	2	28	3,72	37	4,71	23	2,85	
Тарелки глубокие, марки Bomioli Rocco	3	138	18,33	120	15,29	170	21,09	
Тарелка мелкие, марки Bomioli Rocco	4	82	10,89	123	15,67	97	12,03	
Бокальчики, марки Pasabahce	5	94	12,48	97	12,35	89	11,04	
Рюмки, марки Pasabahce	6	57	7,57	62	7,90	53	6,58	
Супница, марки Bohemia Class	7	259	34,40	241	30,70	274	34,00	
Чайный сервиз, марки Bohemia Class	8	63	8,37	78	9,94	66	8,19	
Итого	x	753	100,00	785	100,00	806	100,00	
Упорядоченный список								
Номер позиции	Доля нарастающим итогом, процент	Группа	Номер позиции	Доля нарастающим итогом, процент	Группа	Номер позиции	Доля нарастающим итогом, процент	Группа
7	34,40	A	6	30,70	A	6	34,00	A
3	52,73	B	5	46,37		3	55,09	B
5	65,21		3	61,66	5	67,12		
4	76,10		4	74,01		4	78,16	
8	84,47	C	2	83,95	C	2	86,35	C
6	92,04		8	91,85		8	92,93	
1	96,28		7	96,56		1	97,15	
2	100,00		1	100,00		7	100,00	

Проведенный ABC-анализ позволяет сделать вывод о том, что основную долю стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» в 2015 и 2016 гг. составляют рюмки марки Pasabahce. В 2014 году наблюдала иная ситуация: наибольший удельный вес в структуре стеклянной посуды магазина занимали супницы марки Bohemia Class. Также высокий удельный вес в структуре

стеклянной посуды магазина на протяжении всего периода исследования занимают тарелки глубокие марки *Vomoli Rocco* и Бокальчики марки *Pasabahce*

К группе стеклянной посуды, имеющей наименьший потребительский спрос и наименьшую значимость для магазина «Домашний Очаг» в 2015 – 2016 гг. имеют вазы для цветов марки *Luminarc* и супницы марки *Bohemia Class*. В 2014 году к рассматриваемой группе товаров относились: вазы для цветов марки *Luminarc* и фужеры марки *Luminarc*. Далее проведем XYZ – анализ стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» за 2014 – 2016 гг., результаты анализа представим в таблице 16.

Таблица 16 - XYZ – анализ стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» за 2014 – 2016 гг.

Номер позиции	Исходные данные			Коэффициент вариации, %	Упорядоченный список		
	Реализация, тыс. штук				Коэффициент вариации, %	Номер позиции	Группа
	2014 г.	2015 г.	2016 г.				
1	32	27	34	9,50	5	3,54	X
2	28	37	23	19,75	7	5,23	
3	138	120	170	14,49	6	6,42	
4	82	123	97	16,83	8	9,39	
5	94	97	89	3,54	1	9,50	
6	57	62	53	6,42	3	14,49	Y
7	259	241	274	5,23	4	16,83	
8	63	78	66	9,39	2	19,75	

Проведенный XYZ – анализ позволяет сделать вывод о том, что группами стеклянной посуды, характеризующимися стабильной величиной потребления, незначительными колебаниями в их расходе и высокой точностью прогноза, являются: бокальчики марки *Pasabahce*; супница марки *Bohemia Class*; рюмки марки *Pasabahce*; чайный сервиз марки *Bohemia Class* а также Ваза для цветов в ассортименте марки *Luminarc*. Остальные группы товаров относятся к группе «Y» (товары характеризуются известными тенденциями определения потребности в них и средними возможностями их прогнозирования). Среди рассмотренных групп стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» отсутствуют товары, имеющие нерегулярный спрос.

Совмещенный анализ ABC – XYZ позволяет получить более полные

выводы о закупочной деятельности организации. В таблице 17 представим результаты совмещенного ABC – XYZ анализа.

Таблица 17 - Совмещенный анализ ABC – XYZ

	X	Y	Z
A	6	-	-
B	5	3, 4	-
C	1, 7, 8	2	-

Совмещенный анализ ABC – XYZ позволил определить, что наибольший уровень потребительского спроса и стабильную величину потребления имеют рюмки марки Pasabahce. Наименьший уровень спроса и менее стабильный уровень потребления имеют фужеры марки Luminarc.

Проведенная оценка ассортимента стеклянной посуды, представленной в магазине «Домашний Очаг», позволила сделать следующие выводы. В анализируемом периоде наблюдается положительная динамика реализации стеклянной посуды, что обусловлено ростом потребительского спроса на исследуемые группы товаров. Наибольший удельный вес в структуре реализованной стеклянной посуды занимают супницы марки Bohemia Class.

Проведенный ABC-анализ позволил определить, что основную долю стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» в 2015 и 2016 гг. составляют рюмки марки Pasabahce. К группе стеклянной посуды, имеющей наименьший потребительский спрос и наименьшую значимость для магазина «Домашний Очаг» в 2015 – 2016 гг. имеют вазы для цветов марки Luminarc и супницы марки Bohemia Class. Проведенный XYZ – анализ позволил определить, группой стеклянной посуды, характеризующейся стабильной величиной потребления, незначительными колебаниями в их расходе и высокой точностью прогноза, являются: бокальчики марки Pasabahce. Проведенный совмещенный анализ ABC – XYZ позволил определить, наибольший уровень потребительского спроса и стабильную величину потребления имеют рюмки марки Pasabahce.

3 ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА СТЕКЛЯННОЙ ПОСУДЫ

3.1 Методика оценки качества стеклянной посуды

Целью проведения оценки качества стеклянной посуды является установление уровня соответствия качественных характеристик исследуемых объектов требованиям уровня качества, установленных нормативными стандартами.⁵¹

Согласно положениям ГОСТ 4.75-82 «Посуда сортовая из стекла. Номенклатура показателей», к потребительским свойствам и их показателям стеклянной посуды относят:

- показатели назначения: химический состав и плотность стекла, форму и основные размеры изделий, их устойчивость на плоской поверхности;
- показатели надежности: прочность при ударе, твердость, термостойкость, водостойкость, прочность крепления деталей, показатели качества отжига;
- показатели эргономических свойств: содержание вредных веществ;
- показатели эстетических свойств: точность воспроизведения авторского образца, показатели композиционной целостности, информационной выразительности, совершенства производственного изготовления изделий, а также показатели преломления, средней дисперсии, пропускания света, угол гранения;
- показатели экономические: массу изделий (расход сырья), себестоимость.⁵²

Важнейшими потребительскими свойствами стеклянной посуды являются следующие органолептические показатели: эстетические и эргономические свойства. Эргономические свойства включают в себя показатели гигиеничности и удобства пользования изделием. Удобство пользования характеризуется показателем соответствия массы изделия силовым

⁵¹ Крюкова О.А. Методика анализа товарооборота хозяйственно-бытовых товаров. М., 2017. С. 158.

⁵² Дыбская В.В. Товароведение стеклянных товаров. М., 2015. С. 344.

возможностям человека, его конструкции - размерам и форме руки человека. Показатели удобства пользования оценивают экспертным методом в баллах. Таким образом, выбирая из эргономических свойств для номенклатуры потребительских свойств: удобство пользования и вес изделия.

Согласно положениям ГОСТ 15467-79 «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения», при оценке потребительских свойств и показателей качества товара применяют две группы методов определения коэффициентов весомости.

Аналитические методы определения весомости (к этим методам относятся метод регрессионных зависимостей, метод эквивалентных отношений);

Экспертные методы определения весомости (к данным методам оценки качества относятся метод предпочтения (или оценивания), метод ранжирования, метод попарного сравнения, метод последовательных сопоставлений).⁵³

Метод предпочтения применяют, если число показателей, входящих в групповой показатель более высокого уровня не превышает четырех. При оценивании самому значимому качественному показателю эксперт назначает коэффициент весомости, равный единице, а коэффициенты весомости остальных определяют в соответствии с их значимостью по сравнению с первым.

Метод ранжирования применяют при необходимости снижения трудоемкости операций, выполняемых экспертами, и в том случае если процедура оценивания вызывает у экспертов затруднения. Ранжирование используется также для разделения показателей на группы в соответствии с их значимостью. При ранжировании целесообразно, чтобы число показателей не превышало 10, при этом ранг 1 присваивается самому значимому показателю, ранг 2 следующему по значимости осуществляется путем математической обработки.

⁵³ Сергеев И.В. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 222.

Метод парного сравнения рекомендуется применять исключительно при определении коэффициентов весомости показателей, число которых не превышает 20. При этом из попарно сравниваемых качественных показателей выбирается наиболее значимый.⁵⁴

Последовательное сравнение является наиболее трудоемкой из указанных выше оценочных процедур. Данный метод позволяет получить наиболее достоверные и наиболее реальные результаты. Метод последовательного сравнения включает в себя процедуры ранжирования (или парного сравнения) и оценивания. Исходя из требований метода последовательного сравнения, необходимо определить следующие показатели образцов стеклянной посуды:

- название образца;
- внешний вид;
- код товара;
- диаметр;
- рисунок;
- материал;
- производитель.⁵⁵

Результаты отражают в таблице. По результатам представленных в таблице сведений, осуществляется сравнительный анализ исследуемых образцов. Целью рассматриваемого этапа анализа образцов стеклянной посуды является определение основных характеристик исследуемых образцов.

Следующим этапом анализа является исследование показателей изучаемых образцов стеклянной посуды. Среди показателей анализа исследуют:

- цвет;
- наличие дефектов;
- устойчивость на плоской горизонтальной поверхности;
- диаметр;

⁵⁴ Крюкова О.А. Методика анализа товарооборота хозяйственно-бытовых товаров. М., 2017. С. 159.

⁵⁵ Дыбская В.В. Товароведение стеклянных товаров. М., 2015. С. 345.

- группа изделия.

Результаты проведенного анализа отражаются в таблице. По результатам представленных сведений, осуществляется сравнительный анализ исследуемых образцов. Целью рассматриваемого этапа анализа является определение основных показателей исследуемых объектов стеклянной посуды и их сравнительный анализ.

По результатам двух рассмотренных этапов анализа образцов стеклянной посуды исследуются выявленные результаты, рассматриваются характеристики, негативно влияющие на итоговые результаты оценки (наличие дефектов, устойчивость на плоской и горизонтальной поверхности, цвет, внешний вид и другие), а также характеристики, положительно влияющие на итоговые результаты оценки (цвет, внешний вид, рисунок, материал и другие). Отметим, что одни и те же характеристики исследуемых образцов могут как положительно, так и отрицательно влиять на результаты оценки образцов стеклянной посуды. По результатам проведенного исследования осуществляется балльный анализ характеристик образцов стеклянной посуды.

Экспертная оценка исследуемых образцов стеклянной посуды осуществляется на основе критериев, представленных в таблице 18.

Таблица 18 – Критерии экспертной оценки образцов стеклянной посуды

Критерии оценки	Варианты оценки
1	2
1 Декорирование	- декорирование всей поверхности; - декор занимает 1/3 часть поверхности; - отсутствует декор, цвет однотонный.
2 Совершенство формы	- форма правильная; - наличие легкой деформации изделия; - наличие выраженной деформации изделия.
3 Соответствие современному стилю	- отделка выполнена в современном стиле; - отделка выполнена в несовременном стиле.
4 Совершенство производственного исполнения	- четкие контур и рисунок; - четкий контур и нечеткий рисунок; - нечеткий контур и нечеткий рисунок.
5 Удобство использования	- удобно брать в руку; - не удобно брать в руку.
6 Вес	- 0,28-0,30 кг;

1	2
	- 0,31-0,33 кг; - 0,34-0,35 кг; - 0,36-0,37 кг; - 0,38-0,39 кг.

Оценка осуществляется по пятибалльной шкале (1 – наименее приемлемый образец по рассматриваемому критерию; 5 – наиболее приемлемый образец по рассматриваемому критерию). В качестве метода балльной оценки следует применить метод экспертных оценок (для оценки образцов стеклянной посуды приглашаются эксперты, имеющие соответствующее образование и уровень профессиональных знаний и навыков). Оценка осуществляется в форме опроса экспертов. Результаты оценки отражаются в табличной форме, определяется среднее значение представленных экспертных оценок.

Результаты проведенного исследования отражаются в табличной форме.

Возможные варианты экспертной оценки качественных характеристик образцов исследования представлены в таблице 19.

Таблица 19 - Шкала оценок качественных характеристик образцов стеклянной посуды

Наименование показателей	Оценка
1	2
1 Декорирование	
- декорирование всей поверхности	5
- декор занимает 1/3 часть поверхности	от 3 до 4
- отсутствует декор, цвет однотонный	от 1 до 2
2 Совершенство формы	
- форма правильная	5
- наличие легкой деформации изделия	от 3 до 4
- наличие выраженной деформации изделия	от 1 до 2
3 Соответствие современному стилю	
- отделка выполнена в современном стиле	от 4 до 5
- отделка выполнена в несовременном стиле	от 1 до 3
4 Совершенство производственного исполнения	
- четкие контур и рисунок	от 4 до 5
- четкий контур и нечеткий рисунок	от 2 до 3
- нечеткий контур и нечеткий рисунок	1
5 Удобство использования	
- удобно брать в руку	от 3 до 5

1	2
- не удобно брать в руку	от 1 до 2
6 Вес	
- 0,28-0,30 кг	5
- 0,31-0,33 кг	4
- 0,34-0,35 кг	3
- 0,36-0,37 кг	2
- 0,38-0,39 кг	1

Результаты исследования, проведенного в форме балльной оценки позволяют получить более наглядные результаты исследования образцов стеклянной посуды и сделать более объективные выводы.

Следующим этапом оценки образцов стеклянной посуды является сравнительная характеристика потребительских свойств. В качестве оцениваемых характеристик рассматриваются:

- функциональные показатели (совершенство выполнения, универсальность);
- эргономические показатели (удобство использования, удобство мытья и хранения);
- надежность (срок службы, сохраняемость);
- эстетические показатели (информационная выразительность).⁵⁶

Целью рассматриваемого этапа оценки качественных характеристик образцов стеклянной посуды является оценка характеристик потребительских свойств образцов. Результаты исследования отражаются в табличной форме.

Итоговым результатом исследования образцов стеклянной посуды является комплексная оценка рассмотренных характеристик.

3.2 Результаты оценки качества стеклянной посуды

Для выбора объектов и исследования потребительских свойств была сформирована экспертная комиссия, состоящая из трех человек. При выборе образцов участники экспертизы руководствовались рядом показателей, к которым относятся: вид изделия, его назначение, состав, а также цена и спрос.






⁵⁶ Дыбская В.В. Товароведение стеклянных товаров. М., 2015. С. 346.

Для исследования было решено выбрать пять образцов тарелок стеклянных одного вида, назначения, с одинаковым составом и схожих по цене, но привозимыми разными поставщиками. Это позволит сравнить качество продукции. При анализе ассортимента мы выяснили, что наибольшим спросом среди стеклянной посуды пользуются тарелки обеденные.

Для оценки качества были выбраны следующие образцы стеклянной посуды, представленные в таблице 20.

Качество изделий из стекла проверяют визуально невооруженным глазом при дневном рассеянном свете или при аналогичном освещении на расстоянии 500-600 мм от глаз проверяющего. Порядок и методы проведения экспертизы изделий из стекла приведены в приложении А.

Таблица 20 - Исследуемые образцы

Номер образца	1	2	3	4	5
Название	Тарелка обеденная LUMINARC Water Color	Тарелка обеденная Розовые розы	Тарелка обеденная Мелани	Тарелка обеденная DrippingBlack	Тарелка обеденная DURALEX Beaurivage Pink
Внешний вид					
Код товара	1241970	00048	PP7-MEL	G9657	1277866
Диаметр	25см	23 см.	23 см	21,5 см.	25см
Рисунок	Цветы	Розовые розы	цветы	черный и золотые прожилки	отсутствует
Материал	Стеклокерамика	Стеклокерамика	Стекло	Стекло	Стекло
Производитель	LUMINARC (Чехия)	Olaff (Китай)	Индонезия	Франция	Duralex

Согласно поставленной задаче эксперт проверяет соответствие изделий по способу выработки и обработки, по форме, вместимости, размерам, способу обработки горловин, крышек и пробок к графинам, а также по цвету, массе, размерам и количеству предметов в комплекте или сервизе, эталонам-образцам, утвержденным в установленном порядке. Также проверяется наличие дефектов, отрицательно влияющих на механические, термические, оптические,

эстетические и санитарно-гигиенические свойства изделий; их размеры, места расположения и причины возникновения. Проверку начинают с общего осмотра изделия и измерения его габаритных размеров. Для проверки соответствия габаритных размеров изделий и/или их емкости данным контрактных условий используются универсальные измерительные инструменты, мерный градуированный стакан или цилиндр.

Органолептически в стеклянной посуде определяют: цвет; наличие дефектов; устойчивость на плоской горизонтальной поверхности; для изделий, характеризующихся высотой и диаметром, определяют группы (мелкие, средние, крупные) по наибольшему размеру.

Для нашего исследования наиболее подходит 4 параметра эстетических свойств: декорирование, совершенство формы, соответствием современному стилю и совершенство производственного исполнения изделий. Результаты оценки приведены в таблице 21.

Таблица 21 - Оценка основных показателей изучаемых образцов

Образец	Цвет	Наличие дефектов	Устойчивость на плоской горизонтальной поверхности	Диаметр	Группа изделия
Образец 1 Тарелка обеденная LUMINARC Water Color	белая, дизайн - цветы	отсутствуют	Устойчива	25см	Крупные
Образец 2 Тарелка обеденная Розовые розы	белая, дизайн - розовые розы	отсутствуют	Устойчива	23 см.	Крупные
Образец 3 Тарелка обеденная Мелани	белая, дизайн - цветы	отсутствуют	Устойчива	23 см	Крупные
Образец 4 Тарелка обеденная GrippingBlack	черная, рисунок - золотые прожилки	отсутствуют	Устойчива	22 см	Крупные
Образец 5 Тарелка обеденная DURALEX Beaurivage Pink	розовая, рисунок отсутствует	отсутствуют	Устойчива	25см	Крупные

Оценка потребительских свойств была произведена органолептическим методом с использованием шкалы оценок по пятибальной системе.

После проведения исследования показателей качества выбранных образцов и получения результатов, была составлена таблица 22.

Сведения, представленные в таблице 22 позволяют сделать следующие выводы. Образец 4 и 5 (тарелка обеденная Dripping Black и тарелка обеденная DURALEX Beauvillage Pink) не оригинальны и не соответствуют критерию эстетичности. В отношении остальных рассмотренных критериев, указанные образцы соответствуют заявленным требованиям.

Таблица 22 - Сравнительная характеристика потребительских свойств одного вида стеклянной посуды

Вид продукции	Функциональные показатели		Эргономические показатели		Надежность		Эстетические
	совершенство выполнения	универсальность	удобство	удобство мытья и хранения	срок службы	сохраняемость	информационная выразительность
1	2	3	4	5	6	7	8
Образец 1 Тарелка обеденная LUMINA RC Water Color	Изделие по виду стекла, форме и размерам, соответствует назначению. Крупный декор	Изделие универсально. Можно использовать для подачи пищи	Изделие удобно в использовании	Изделие, легко в специальных средствах и удобно в хранении, можно мыть в посудомоечной машине	Соответственно имеет большой срок службы	Изделие надежно в применении и уходе за ним	Оригинально, соответствует современному рациональному стилю изделия, выражено в форме, соответствует условиям эксплуатации и ухода за ним
Образец 2 Тарелка обеденная Розовые розы	Изделие по виду стекла, форме и размерам соответствует назначению. Декорирование по краям изделия	Изделие универсально. Можно использовать для подачи пищи	Изделие удобно в использовании	Изделие, легко отмывается в специальных средствах и удобно в хранении, нельзя мыть в посудомоечной машине	Соответственно имеет большой срок службы и надежно.	Изделие надежно в применении и уходе за ним.	Оригинально, соответствует современному рациональному стилю
Образец 3 Тарелка обеденная Мелани	Изделие по виду стекла, форме и размерам соответствует назначению. Виден обеденный стол	Изделие универсально. Можно использовать для подачи пищи	Изделие удобно в использовании	Изделие не требует осторожности при мытье из-за крепкого и утолщенных стенок Изделие, легко отмывается в специальных средствах	Соответственно имеет большой срок службы и надежно	Изделие надежно в применении и уходе за ним	Оригинально, соответствует современному рациональному стилю, изделия выражено в форме, соответствует эксплуатации

Продолжение таблицы 22

1	2	3	4	5	6	7	8
Образец 4 Тарелка обеденная Dripping Black	Изделие по виду стекла, форме и размерам соответствует назначению. Нет нужды в декоративной маркировке, т.к. изделие непрозрачно	Изделие универсально. Можно использовать для подачи пищи	Изделие удобно в использовании	Изделие требует осторожности при мытье из-за тонкости стенок (хруп-кость) и декорирование золотом. Изделие, однако, легко отмывается в специальных средствах	Имеет не большой срок службы	Изделие имеет малый срок службы из-за хрупкости. Золотой декор легко смывается при неправильном уходе, в результате утачивается товарный вид	Не оригинально, не соответствует современному рациональному стилю, изделия не выражено в форме, соответствует условиям эксплуатации изделия и ухода за ним, имеет слишком тонкое стекло
Образец 5 Тарелка обеденная DURALEX Beauvillage Pink	Изделие по виду стекла, форме и размерам соответствует назначению. Нет нужды в декоративной маркировке, т.к. изделие прозрачно . Виден сохраняемый продукт	Изделие универсально. Можно использовать для подачи пищи	Изделие удобно в использовании	Изделие требует осторожности при мытье из-за тонкости стенок (хрупкость) и декорирования золотом. Изделие, однако, легко отмывается в специальных средствах	Имеет не большой срок службы	Изделие имеет малый срок службы из-за хрупкости. Золотой декор легко смывается при неправильном уходе, в результате утачивается товарный вид	Не оригинально, не соответствует современному рациональному стилю, изделия не выражено в форме, соответствует условиям эксплуатации изделия и ухода за ним, имеет слишком тонкое стекло

Оценку потребительских свойств образцов стеклянной посуды, представленной в магазине «Домашний Очаг» проведем методом экспертных оценок. В качестве экспертов приглашены: старший товаровед (эксперт 1), товаровед (эксперт 2), экономист (эксперт 3). Оценку потребительских свойств проведем по пятибалльной шкале (1 – наименьшее соответствие образца заявленному критерию; 5 – наибольшее соответствие образца заявленному критерию). Результаты экспертной оценки представим в приложении А.

В таблице 23 представим результаты проведенной оценки качественных характеристик образцов стеклянной посуды.

Таблица 23 - Результаты исследования потребительских свойств по шкале оценок

Наименование показателей	Образец 1 Тарелка обеденная LUMINARC Water Color	Образец 2 Тарелка обеденная Розовые розы	Образец 3 Тарелка обеденная Мелани	Образец 4 Тарелка обеденная Dripping Black	Образец 5 Тарелка обеденная DURALEX Beaurivage Pink
Декорирование	5	5	5	5	2
Совершенство формы	5	4	5	5	5
Соответствие современному стилю	5	3	3	3	3
Совершенство производственного исполнения	5	4	5	5	5
Удобство использования	5	4	5	5	5
Среднее значение	5	5	5	5	4

Таким образом, исследование показателей качества стеклянных изделий по двум основным групповым признакам: эстетический показатель и эргономический показатель было выявлено, что определяющим показателем с точки зрения оценки качества стеклянной посуды столовой является эстетический показатель. Вторым по значению показателем качества является - эргономический показатель качества стеклянной посуды.

По результатам проведенной комплексной оценки посуды выявлено: наибольшее количество баллов - 5 - набрал образец 1 - Тарелка обеденная LUMINARC Water Color.

Образец 3 - Тарелка обеденная Мелани - 4,7, образец 4 - Тарелка

обеденная Dripping Black - 4,6, а образец 2 - Тарелка обеденная Розовые розы набрал – 4,2.

Образец 5 - Тарелка обеденная DURALEX Beaurivage Pink набрал – 3,9 балла, что связано с отсутствием декорирования, как основного потребительского показателя. Из этого следует, что Тарелка обеденная LUMINARC, имеет наилучшие потребительские свойства среди образцов по всем показателям.

3.3 Анализ соответствия маркировки нормативным требованиям

Маркировку изделий наносят на бумажную этикетку, которую наклеивают непосредственно на изделие (применение силикатного клея не допускается) или в процессе выработки. Маркировку потребительской (групповой и (или) индивидуальной) тары, групповой упаковки из бумаги и транспортной тары наносят на бумажную этикетку или штампом.⁵⁷

Допускается не наносить маркировку на потребительскую тару, упакованную в транспортную.

В маркировке изделий на бумажной этикетке указывают следующие данные:

- товарный знак и (или) наименование предприятия-изготовителя;
- артикул;
- массовую долю оксида свинца (только для свинцового хрустала);
- обозначение настоящего стандарта.⁵⁸

Этикетку помещают на каждое изделие. В комплектах этикетку помещают не менее чем на одно изделие, в сервизах - на наибольшее изделие и не менее чем на два других. Допускается не указывать артикул в маркировке изделий, упаковываемых в индивидуальную тару.

Маркировка в процессе выработки должна содержать товарный знак или наименование предприятия-изготовителя.

Состав комплекта или сервиза указывают на потребительской таре или на

⁵⁷ Сергеев И.В. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 225.

⁵⁸ Крюкова О.А. Методика анализа товарооборота хозяйственно-бытовых товаров. М., 2017. С. 160.

наибольшем изделии. Допускается по согласованию с потребителем не наносить маркировку на изделия или наносить на часть изделий в партии.

На изделия, предназначенные для экспорта, наносят маркировку в соответствии с условиями договора или контракта.

В маркировке потребительской (групповой или индивидуальной) тары и групповой упаковки из бумаги указывают следующие данные: товарный знак или наименование предприятия-изготовителя; наименование изделий; артикул; количество изделий в единице упаковки (для групповой тары); номер контролера и упаковщика; обозначение настоящего стандарта.⁵⁹

Транспортная маркировка - по ГОСТ 14192 с нанесением манипуляционного знака «Хрупкое - осторожно». Допускается наносить изображение манипуляционного знака на этикетку, предназначенную для маркировки тары. Оценка маркировки представленных образцов на соответствие маркировки требованиям стандарта представлено в таблице 24.

Таблица 24 - Оценка маркировки на соответствие требованиям ГОСТ 14192

Образец	Товарный знак	Наименование предприятия-изготовителя	Артикул	Наименование изделия	Материал изготовления	Размер
Образец 1 Тарелка обеденная LUMINARC Water Color	LUMINARC	LUMINARC, Чехия	1241970	Тарелка обеденная	Стеклокерамика	25см
Образец 2 Тарелка обеденная Розовые розы	OLAFF	OLAFF (Китай)	00048	Тарелка обеденная	Стеклокерамика	23 см.
Образец 3 Тарелка обеденная Мелани	отсутствует	Индонезия	PP7-MEL	Тарелка обеденная	Стекло	23 см
Образец 4 Тарелка обеденная Dripping Black	отсутствует	Франция	G9657	Тарелка обеденная	Стекло	22 см
Образец 5 Тарелка обеденная DURALEX Beaurivage Pink	DURALEX	Чехия	1277866	Тарелка обеденная	Стекло	25см

По результатам оценки можно сделать выводы, о том, что образец № 3

⁵⁹ Сергеев И.В. Товароведение непродовольственных товаров. М., 2014. С. 226.

Тарелка обеденная Мелани и образец 4 Тарелка обеденная DrippingBlack отсутствует товарный знак изготовителя, а по всем остальным показателям все образцы содержат всю необходимую информацию.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ассортимент стеклянной посуды на сегодняшний день очень широк, но не все изделия имеют не только необходимый уровень, но даже схожее качество, также часть представленных образцов стеклянной посуды на местном рынке может иметь недостаточно высокий уровень качества, при покупке необходимо обращать внимание на качество изготовления и наличие дефектов.

Проведенная оценка качества стеклянной посуды позволила сделать следующие выводы. Исследование показателей качества стеклянных изделий по двум основным групповым признакам: эстетический показатель и эргономический показатель было выявлено, что определяющим показателем с точки зрения оценки качества стеклянной посуды столовой является эстетический показатель. Вторым по значению показателем качества является - эргономический показатель качества стеклянной посуды.

4 ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ СТЕКЛЯННОЙ ПОСУДЫ

4.1 Оценка потребительских предпочтений посуды из стекла на рынке г. Белогорска

С целью определения основных потребительских предпочтений стеклянной посуды на рынке города Белогорска, был проведен опрос потребителей разного пола и возраста. Исходя из результатов проведенного опроса покупателей стеклянной посуды на рынке г. Белогорска, были определены следующие основные характеристики стеклянной посуды: форма, цвет, стоимость, материал.

Основными потребительскими свойствами стеклянной посуды, по мнению респондентов, являются: цвет и стоимость стеклянной посуды. Количество опрошенных респондентов: 98.

В таблице 25 представим характеристику участников исследования.

Таблица 25 - Характеристика участников исследования

Группировка по возрасту			Группировка по полу		
группы участников исследования по возрасту	количество, человек	удельный вес, процент	группы участников исследования по полу	количество, человек	удельный вес, процент
до 24	18	18,37	мужской	6	6,12
			женский	12	12,24
25–35	24	24,39	мужской	10	10,20
			женский	14	14,29
36-45	16	16,33	мужской	11	11,22
			женский	5	5,10
46-55	29	29,59	мужской	16	16,33
			женский	13	13,27
56 и более	11	11,22	мужской	8	8,16
			женский	3	3,06
Итого	98	100,00	мужской	51	52,04
			женский	47	47,96

Наибольший удельный вес в общей структуре участников исследования составляют мужчины в возрасте от 46 до 55 лет (16,33 %). Наименьший удельный вес в структуре участников исследования занимают женщины в возрасте более 56 лет (3,02 %).

Структуру участников исследования потребительских предпочтений по возрасту представим на рисунке 6.

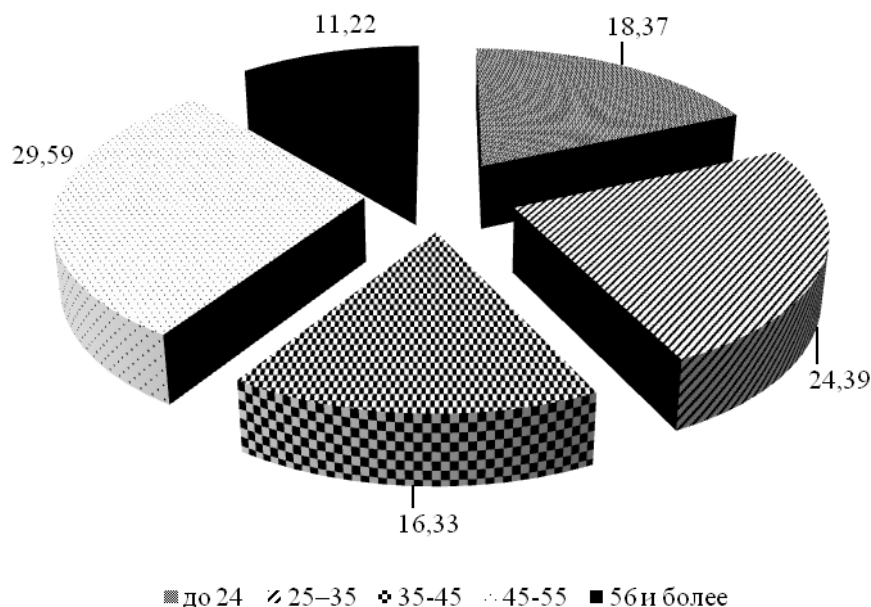


Рисунок 6 – Структура выборочной совокупности потребителей при проведении исследования потребительских предпочтений по возрасту, процент

На рисунке 7 представим структуру участников исследования по полу.

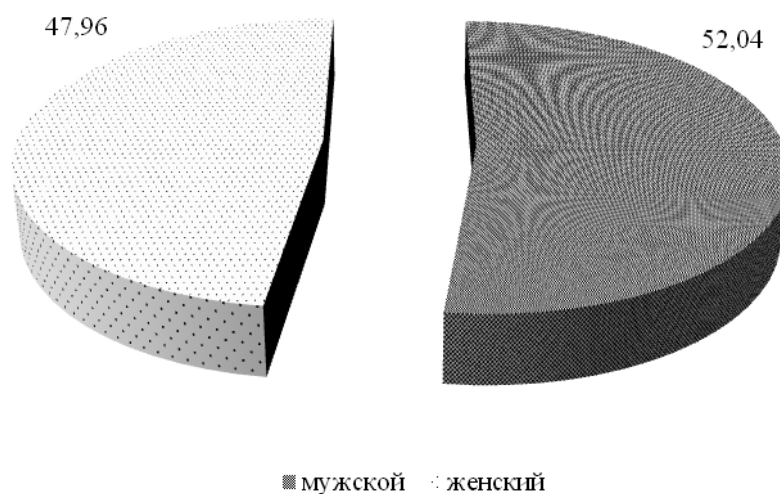


Рисунок 7 – Структура респондентов по полу, процент

В таблице 26 представим результаты опроса потребителей г.

Белогорска в отношении формы стеклянной посуды. В качестве определенных объектов исследования выбраны обеденные тарелки. (В таблице использованы следующие условные обозначения: мужской пол – «муж»; женский пол – «жен»).

Таблица 26 - Результаты опроса в отношении формы стеклянной посуды

Возраст, лет	Пол	Форма обеденных тарелок							
		Круглая		Круглая с рифлеными краями		Квадратная		Иная	
		количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент
до 24	муж.	3	3,06	2	2,04	1	1,02	0	0,00
	жен.	5	5,10	4	4,08	2	2,04	1	1,02
25–35	муж.	4	4,08	3	3,06	2	2,04	1	1,02
	жен.	6	6,12	3	3,06	4	4,08	1	1,02
36-45	муж.	3	3,06	5	5,10	3	3,06	0	0,00
	жен.	3	3,06	1	1,02	1	1,02	0	0,00
46-55	муж.	7	7,14	4	4,08	4	4,08	1	1,02
	жен.	5	5,10	5	5,10	3	3,06	0	0,00
56 и более	муж.	3	3,06	3	3,06	2	2,04	0	0,00
	жен.	2	2,04	1	1,02	0	0,00	0	0,00
Итого	муж.	20	20,41	17	17,35	12	12,24	2	2,04
	жен.	21	21,43	14	14,29	10	10,20	2	2,04
Всего		41	41,84	31	31,63	22	22,45	4	4,08

Наиболее предпочтительной формой обеденных тарелок, по мнению потребителей г. Белогорска, является круглая форма (41,84 %), менее предпочтительной является иная форма обеденных тарелок.

Результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении формы стеклянной посуды представим на рисунке 8.

Далее проведем оценку потребительских предпочтений в отношении цвета стеклянной посуды. Проведенный предварительный опрос потребителей стеклянной посуды г. Белогорска позволил определить следующие цвета для опроса: белый, белый с орнаментом, нейтральный с цветами, национальная роспись.



Рисунок 8 – Результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении формы стеклянной посуды, процент

Результаты опроса потребителей стеклянной посуды в отношении цвета представим в таблице 27.

Таблица 27 - Результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении цвета стеклянной посуды

возраст, лет	Пол	Цвет обеденных тарелок							
		Белый		Белый с орнаментом		Нейтральный с цветами		Национальная роспись	
		количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент
до 24	муж.	3	3,06	2	2,04	1	1,02	-	-
	жен.	5	5,10	3	3,06	2	2,04	2	2,04
25-35	муж.	4	4,08	2	2,04	3	3,06	1	1,02
	жен.	6	6,12	4	4,08	2	2,04	2	2,04
36-45	муж.	4	4,08	3	3,06	4	4,08	-	-
	жен.	2	2,04	2	2,04	-	-	1	1,02
46-55	муж.	5	5,10	6	6,12	3	3,06	2	2,04
	жен.	4	4,08	5	5,10	3	3,06	1	1,02
56 и более	муж.	3	3,06	2	2,04	3	3,06	-	-
	жен.	2	2,04	1	1,02	-	-	-	-
Итого	муж.	19	19,39	15	15,31	14	14,29	3	3,06
	жен.	19	19,39	15	15,31	7	7,14	6	6,12
Всего		38	38,78	30	30,61	21	21,43	9	9,18

Представленные результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении цвета стеклянной посуды позволили сделать вывод о том, что

наиболее предпочтительным цветом обеденных тарелок является белый цвет (38,78 %), наименее предпочтительным – национальная роспись (9,18 %). Таким образом, потребители стеклянной посуды г. Белогорска в отношении выбора цвета являются достаточно консервативными.

На рисунке 9 представим результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении цвета стеклянной посуды.

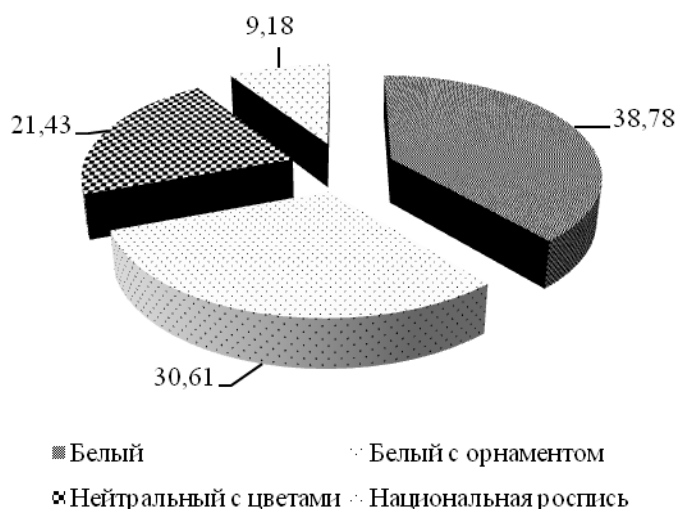


Рисунок 9 - Результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении цвета стеклянной посуды, процент

Далее проведем исследование потребительских предпочтений жителей г. Белогорска в отношении стоимости стеклянной посуды. Для критериев оценки выделены следующие стоимостные пределы обеденных тарелок: до 200 рублей; 201 – 250 рублей; 251 – 350 рублей; более 351 рубля.

В таблице 28 представим результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении стоимости стеклянной посуды.

Проведенное исследование позволило выявить, что наиболее предпочтительной стоимостью обеденных тарелок для жителей г. Белогорска, является стоимость в пределах до 200 рублей (75,71 %). Для 17,35 % опрошенных, приемлемой стоимостью обеденных тарелок является стоимость в пределе от 201 до 250 рублей. Наименее предпочтительной стоимостью обеденных тарелок, по мнению потребителей г. Белогорска,

является стоимость более 350 рублей (1,02 %).

Таблица 28 - Результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении стоимости стеклянной посуды

Возраст, лет	Пол	Стоимость обеденных тарелок							
		до 200 рублей		201-250 рублей		251 – 350 рублей		более 351 рубля	
		количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	Удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент
до 24	муж.	5	5,10	1	1,02	0	0,00	0	0,00
	жен.	8	8,16	1	1,02	1	1,02	0	0,00
25–35	муж.	6	6,12	3	3,06	1	1,02	0	0,00
	жен.	10	10,20	2	2,04	1	1,02	1	1,02
36-45	муж.	7	7,14	3	3,06	0	0,00	0	0,00
	жен.	5	5,10	0	0,00	0	0,00	0	0,00
46-55	муж.	14	14,29	2	2,04	0	0,00	0	0,00
	жен.	10	10,20	3	3,06	1	1,02	0	0,00
56 и более	муж.	6	6,12	2	2,04	0	0,00	0	0,00
	жен.	3	3,06	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Итого	муж.	38	38,78	11	11,22	1	1,02	0	0,00
	жен.	36	36,73	6	6,12	3	3,06	1	1,02
Всего		74	75,51	17	17,35	4	4,08	1	1,02

На рисунке 10 представим результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении стоимости стеклянной посуды.

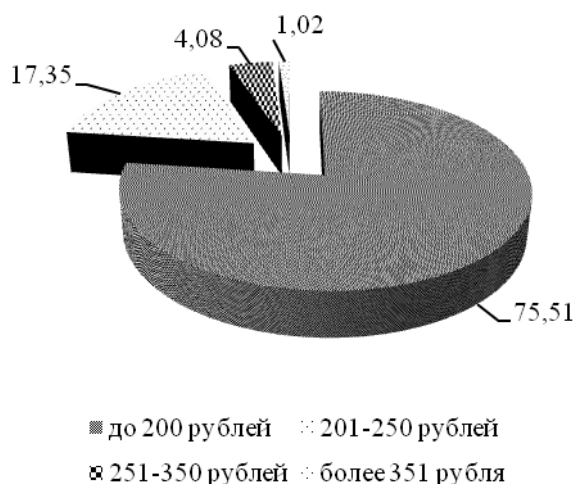


Рисунок 10 – Структура потребительских предпочтений в отношении стоимости стеклянной посуды, процент

Далее проведем оценку потребительских предпочтений жителей г. Белогорска в отношении материала изготовления стеклянной посуды. В

качестве критериев оценки выбраны: хрусталь и прочее стекло.

Результаты опроса потребителей г. Белогорска в отношении материала изготовления стеклянной посуды представим в таблице 29.

Таблица 29 – Результаты опроса потребителей в отношении материала изготовления стеклянной посуды

Возраст, лет	Пол	Материал изготовления обеденных тарелок			
		хрусталь		иное стекло	
		количество, человек	удельный вес, процент	количество, человек	удельный вес, процент
до 24	муж.	1	1,02	5	5,10
	жен.	2	2,04	10	10,20
25–35	муж.	1	1,02	9	9,18
	жен.	-	-	14	14,29
36-45	муж.	2	2,04	9	9,18
	жен.	-	-	5	5,10
46-55	муж.	2	2,04	14	14,29
	жен.	-	-	13	13,27
56 и более	муж.	-	-	8	8,16
	жен.	-	-	3	3,06
Итого	муж.	6	6,12	45	45,92
	жен.	2	2,04	45	45,92
Всего		8	8,16	90	91,84

На рисунке 11 представим результаты опроса потребителей в отношении материала изготовления стеклянной посуды.

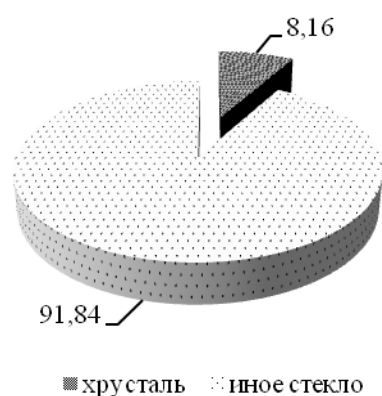


Рисунок 11 – Структура потребительских предпочтений в отношении вида стекла, процент

Наиболее предпочтительным материалом изготовления стеклянной посуды, по мнению жителей г. Белогорска, является стекло (91,84 %), менее предпочтительным материалом является хрусталь (8,16 %).

Результаты проведенного исследования представим в таблице 30.

Таблица 30 – Результаты проведенного исследования потребительских предпочтений жителей г. Белогорска в отношении стеклянной посуды

Характеристики стеклянной посуды	Потребительские предпочтения			
	Наиболее предпочтительные	Предпочтительные	Менее предпочтительные	Не предпочтительные
Форма	круглая	круглая с рифлеными краями	квадратная	иная
Цвет	белый	белый с орнаментом	нейтральный с цветами	национальная роспись
Стоимость	до 200 рублей	201-250 рублей	251 – 350 рублей	более 351 рубля
Материал	иное стекло	-	-	хрусталь

Проведенное исследование потребительских предпочтений жителей г. Белогорска в отношении стеклянной посуды, позволило сделать следующие выводы. Наиболее предпочтительными характеристиками обеденных тарелок, являются: круглая форма; белый цвет; стоимость до 200 рублей; материал изготовления: стекло. Наименее предпочтительными характеристиками обеденных тарелок являются: иная форма тарелок, не рассмотренная при опросе с элементами национальной росписи; стоимость более 351 рубля; материал изготовления: хрусталь.

Таким образом, жители г. Белогорска придерживаются консервативных взглядов в отношении обеденных тарелок.

4.2 Оценка конкурентоспособности стеклянной посуды

Наличие конкурентных преимуществ стеклянной посуды, реализуемой в магазине «Домашний Очаг» г. Белогорска позволяет повысить конкурентоспособность образцов стеклянной посуды и самого магазина. Представим в таблице 31 преимущества стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг».

Таблица 31 – Преимущества стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг»

Преимущества	Описание преимуществ
1 Наличие постоянных потребителей стеклянной посуды	Потребители стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» удовлетворены представленным ассортиментом и стоимостью товаров.
2 Наличие системы скидок в отношении стеклянной посуды	Наличие системы скидок позволяет не только удерживать уже имеющихся клиентов, но и привлечь новых. Скидки на стеклянную посуду в магазине «Домашний Очаг» могут быть предоставлены как постоянным клиентам, так и новым для их удержания.
3 Рост объемов продаж стеклянной посуды	Отмечается увеличение выручки от реализации стеклянной посуды, а соответственно и чистой прибыли.
4 Высокий уровень конкурентоспособности стеклянной посуды	Стеклянная посуда, представленная в магазине «Домашний Очаг» имеет ряд конкурентных преимуществ (широкий ассортимент товаров, приемлемая стоимость, возможность предоставления рассрочки платежа, постоянно обновляющийся ассортимент), что позволяет говорить о высоком уровне конкурентоспособности стеклянной посуды магазина.
5 Постоянный мониторинг результатов реализации стеклянной посуды и других товаров	Данное конкурентное преимущество позволяет выявить проблемы в отношении ассортимента и потребительских характеристик стеклянной посуды, а также разработать направления их решения, что обеспечивает высокую эффективность деятельности магазина.

Представленные в таблице 31 конкурентные преимущества стеклянной посуды, позволяют сделать вывод о высоком уровне конкурентоспособности исследуемых объектов.

Прежде чем провести анализ конкурентных преимуществ стеклянной посуды, реализуемой в магазине «Домашний Очаг», проведем анализ конкурентоспособности магазина. Оценку проведем по пятибалльной шкале (1 – наименее явное преимущество; 5 – наиболее явное преимущество). Для каждого критерия определим значимость, которая будет представлена в долях. Результаты анализа представим в таблице 32.

Таблица 32 – Оценка конкурентоспособности магазина «Домашний Очаг» и его конкурентов

Критерии	Значимость, доли	Магазин «Домашний Очаг»		Магазин «СанВэй»		Магазин «Ковры и посуда»	
		Балл	Взвешенная оценка	Балл	Взвешенная оценка	Балл	Взвешенная оценка
1	2	3	4	5	6	7	8
Ассортимент товаров и услуг	0,10	5	0,50	4	0,40	3	0,30
Деятельность маркетинговой службы	0,07	4	0,28	3	0,21	4	0,28

Продолжение таблицы 32

1	2	3	4	5	6	7	8
Уровень обслуживания покупателей	0,15	4	0,60	4	0,60	3	0,45
Материально-техническое обеспечение	0,05	5	0,10	4	0,20	5	0,25
Информационное обеспечение	0,06	4	0,28	4	0,24	4	0,24
Финансовое обеспечение	0,07	5	0,35	3	0,21	4	0,28
Итого			2,11		1,86		1,80

Проведенная оценка преимуществ показала, что наиболее яркими конкурентными преимуществами, среди представленных компаний, обладает магазин «Домашний Очаг». Наименьшими конкурентными преимуществами обладает магазин «Ковры и посуда».

Основным конкурентным преимуществом магазина «Домашний Очаг» является материально-техническое обеспечение. Отметим, что магазин «Домашний Очаг» сотрудничает только с проверенными поставщиками, строго соблюдающими требования качества материально-технических ресурсов и условия поставок, но высокое качество ресурсов сказывается на высокой стоимости реализуемых товаров.

Преимуществами магазина «Домашний Очаг», которые при их оптимизации, могут стать конкурентными преимуществами компании, являются:

- деятельность маркетинговой службы;
- уровень обслуживания покупателей;
- информационное обеспечение.

Далее рассмотрим факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг», согласно методике оценки конкурентных преимуществ, разработанных

М. Портером. Внешние факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров были рассмотрены ранее, при изучении факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность организации в целом. Поэтому в таблице 33 рассмотрим внутренние факторы.

Таблица 33 – Характеристика факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг»

Факторы	Факторы
Патентоспособность (новизна) конструкции (структуры, состава) товара	Магазин «Домашний Очаг» не занимается собственными разработками дизайна стеклянной посуды.
Рациональность организационной и производственной структур системы	Высокий уровень нагрузки на руководителей организации, что снижает эффективность деятельности организации.
Конкурентоспособность персонала	Персонал магазина «Домашний Очаг» имеет недостаточно высокий уровень квалификации, что негативно сказывается на эффективности деятельности персонала и организации в целом.
Прогрессивность информационных технологий	Магазин «Домашний Очаг» использует современные информационные технологии, которые позволяют повысить эффективность деятельности организации.
Прогрессивность технологических процессов и оборудования	В магазине «Домашний Очаг» постоянно совершенствуются бизнес-процессы, применяются современные информационные системы, что позволяет повысить конкурентоспособность организации.
Уровень системы управления	В магазине «Домашний Очаг» используются автоматизированные системы управления ресурсами

Далее проведем оценку факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» и его конкурентов. Оценка проведем по пятибалльной шкале (1 – наименее явное преимущество; 5 – наиболее явное преимущество). Для каждого критерия определим значимость, которая будет представлена в долях.

Представленные в таблице 34 результаты проведенного исследования позволяет сделать вывод о том, что низким показателем конкурентоспособности магазина «Домашний Очаг», влияющим на конкурентоспособности стеклянной посуды магазина, является патентоспособность.

Среди рассмотренных преимуществ магазина «Домашний Очаг», конкурентными являются:

- рациональность организационной и производственной структур системы;

- конкурентоспособность персонала.

Таблица 34 – Оценка факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» и его конкурентов

Критерии	Значимость, доли	Магазин «Домашний Очаг»		Магазин «СанВэй»		Магазин «Ковры и посуда»	
		Балл	Взвешенная оценка	Балл	Взвешенная оценка	Балл	Взвешенная оценка
Патентоспособность (новизна) конструкции (структуры, состава) товара	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10
Рациональность организационной и производственной структур системы	0,18	5	0,90	4	0,72	4	0,72
Конкурентоспособность персонала	0,23	5	1,15	4	0,92	3	0,69
Прогрессивность информационных технологий	0,25	4	1,00	3	0,75	4	1,00
Прогрессивность технологических процессов и оборудования	0,15	4	0,60	3	0,45	4	0,60
Уровень системы управления	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Итого			4,15		3,34		3,51

Отметим, что при усилении и оптимизации следующих преимуществ, они могут стать конкурентными:

- прогрессивность информационных технологий;
- прогрессивность технических процессов и оборудования;
- уровень системы управления.

Проведенная оценка преимуществ деятельности магазина «Домашний Очаг», а также преимуществ стеклянной посуды магазина, показали, что основным конкурентным преимуществом компании является качественное

материально-техническое обеспечение.

Далее проведем оценку конкурентоспособности стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» на основе методики Н.Н. Павловой (таблица 35).

Таблица 35 - Оценка конкурентоспособности стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» по методике Н.Н. Павловой

Критерии	Значимость, доли	Магазин «Домашний Очаг»		Магазин «СанВэй»		Магазин «Ковры и посуда»	
		Балл	Взвешенная оценка	Балл	Взвешенная оценка	Балл	Взвешенная оценка
Уровень цен	0,18	5	0,90	4	0,72	4	0,72
Качество	0,25	5	1,25	4	1,00	3	0,75
Ассортимент	0,15	4	0,60	3	0,45	4	0,60
Частота обновления ассортимента	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40
Средняя оценка		4,07		3,39		3,16	

Согласно представленной методике Н.П. Павловой, исследование проводится на основании следующих критериев:

- уровень цен;
- качество;
- ассортимент;
- частота обновления ассортимента.⁶⁰

Автор методики предполагает, что представленные характеристики наиболее полно отражают конкурентные преимущества стеклянной посуды. Принцип оценки схож с рейтинговым методом. Для каждого показателя определяется значимости в долях, затем отражается балл, определяющий степень конкурентных преимуществ товаров. Взвешенная оценка отражает итоговый искомый показатель, позволяющий определить конкурентные преимущества товаров и организации в целом. Преимуществами данного метода является возможность определения степени развитости конкурентных преимуществ товаров в разрезе представленных критериев. Отрицательными сторонами данного метода, является субъективность

⁶⁰ Фахрутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М., 2014. С. 117.

оценки и небольшой перечень критериев, предложенных автором.⁶¹

Проведенная оценка показала, что наибольшими преимуществами обладает стеклянная посуда магазина «Домашний Очаг». Основными конкурентными преимуществами стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг», являются качество и уровень цен. Отметим, низкими показателями, выявленными на основе проведенного исследования, являются ассортимент и частота смены ассортимента.

Проведенная оценка конкурентоспособности стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» показала наличие конкурентных преимуществ и высокого уровня конкурентоспособности стеклянной посуды магазина.

Проведенная оценка качественных характеристик стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» показала, что реализуемая на территории стеклянная посуда обладает наличием необходимых качественных характеристик и соответствует предпочтениям потребителей г. Белогорска. С целью повышения конкурентоспособности стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг», необходимо расширять ассортимент предлагаемых товаров.

⁶¹ Быкова Е.В. Показатели конкурентоспособности товаров и услуг. М., 2015. С. 57.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время на рынке стеклянной посуды представлены различные изделия, различающиеся по способу производства, обработки и декорирования; качественным характеристикам; формам и размерам; а также стоимости. Указанные факты позволяют потребителю сделать выбор в пользу определенного искомого стеклянного изделия.

На сегодняшний день широко представлена стеклянная посуда в 7 магазинах города. Исследование ассортимента стеклянной посуды на рынке города Белогорска было проведено на основе магазина «Домашний Очаг». Проведенное исследование ассортимента стеклянной посуды, представленной в магазине «Домашний Очаг» позволило определить, что наибольший удельный вес по количеству и по сумме реализованных товаров составила группа столовой посуды, так как этот товар пользуется наибольшим спросом у покупателей.

Проведенный АВС-анализ позволяет сделать вывод о том, что основную долю стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» в 2015 и 2016 гг. составляют рюмки марки Pasabahce. В 2014 году наблюдала иная ситуация: наибольший удельный вес в структуре стеклянной посуды магазина занимали супницы марки Bohemia Class. Также высокий удельный вес в структуре стеклянной посуды магазина на протяжении всего периода исследования занимают тарелки глубокие марки Bomioли Rosso и Бокальчики марки Pasabahce. К группе стеклянной посуды, имеющей наименьший потребительский спрос и наименьшую значимость для магазина «Домашний Очаг» в 2015 – 2016 гг. имеют вазы для цветов марки Luminarc и супницы марки Bohemia Class. В 2014 году к рассматриваемой группе товаров относились: вазы для цветов марки Luminarc и фужеры марки Luminarc.

Проведенный XYZ – анализ позволяет сделать вывод о том, что группами стеклянной посуды, характеризующимися стабильной величиной потребления, незначительными колебаниями в их расходе и высокой

точностью прогноза, являются: бокальчики марки Pasabahce; супница марки Bohemia Class; рюмки марки Pasabahce; чайный сервиз марки Bohemia Class а также Ваза для цветов в ассортименте марки Luminarc. Остальные группы товаров относятся к группе «У» (товары характеризуются известными тенденциями определения потребности в них и средними возможностями их прогнозирования). Среди рассмотренных групп стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» отсутствуют товары, имеющие нерегулярный спрос.

Совмещенный анализ ABC – XYZ позволил определить, что наибольший уровень потребительского спроса и стабильную величину потребления имеют рюмки марки Pasabahce. Наименьший уровень спроса и менее стабильный уровень потребления имеют фужеры марки Luminarc.

Исследование показателей качества стеклянных изделий по двум основным групповым признакам: эстетический показатель и эргономический показатель было выявлено, что определяющим показателем с точки зрения оценки качества стеклянной посуды столовой является эстетический показатель. Вторым по значению показателем качества является - эргономический показатель качества стеклянной посуды.

С целью определения основных потребительских предпочтений стеклянной посуды на рынке города Белогорска, был проведен опрос потребителей разного пола и возраста. Исходя из результатов проведенного опроса покупателей стеклянной посуды на рынке г. Белогорска, были определены следующие основные характеристики стеклянной посуды: форма, цвет, стоимость, материал. Основными потребительскими свойствами стеклянной посуды, по мнению респондентов, являются: цвет и стоимость стеклянной посуды. Количество опрошенных респондентов: 98. Наибольший удельный вес в общей структуре участников исследования составляют мужчины в возрасте от 46 до 55 лет. Наименьший удельный вес в структуре участников исследования занимают женщины в возрасте более 56 лет.

Наиболее предпочтительной формой обеденных тарелок, по мнению потребителей г. Белогорска, является круглая форма (41,84 %), менее

предпочтительной является иная форма обеденных тарелок. Наиболее предпочтительным цветом обеденных тарелок является белый цвет (38,78 %), наименее предпочтительным – национальная роспись (9,18 %). Таким образом, потребители стеклянной посуды г. Белогорска в отношении выбора цвета являются достаточно консервативными. Наиболее предпочтительной стоимостью обеденных тарелок для жителей г. Белогорска, является стоимость в пределах до 200 рублей (75,71 %). Для 17,35 % опрошенных, приемлемой стоимостью обеденных тарелок является стоимость в пределе от 201 до 250 рублей. Наименее предпочтительной стоимостью обеденных тарелок, по мнению потребителей г. Белогорска, является стоимость более 350 рублей (1,02 %). Наиболее предпочтительным материалом изготовления стеклянной посуды, по мнению жителей г. Белогорска, является стекло, менее предпочтительным материалом является хрусталь.

Проведенное исследование потребительских предпочтений жителей г. Белогорска в отношении стеклянной посуды, позволило сделать следующие выводы. Наиболее предпочтительными характеристиками обеденных тарелок, являются: круглая форма; белый цвет; стоимость до 200 рублей; материал изготовления: стекло. Наименее предпочтительными характеристиками обеденных тарелок являются: иная форма тарелок, не рассмотренная при опросе с элементами национальной росписи; стоимость более 351 рубля; материал изготовления: хрусталь. Проведенная оценка конкурентоспособности стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» показала наличие конкурентных преимуществ и высокого уровня конкурентоспособности стеклянной посуды магазина.

Проведенная оценка качественных характеристик стеклянной посуды магазина «Домашний Очаг» показала, что реализуемая на территории стеклянная посуда обладает наличием необходимых качественных характеристик и соответствует предпочтениям потребителей г. Белогорска. С целью повышения конкурентоспособности стеклянной посуды магазина необходимо расширять ассортимент предлагаемых товаров.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Аникин, Б.Л. Товароведение непродовольственных товаров / Б.Л. Аникин. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 352 с.
- 2 Базюк, Н. Ю. Пути повышения конкурентоспособности коммерческих организаций / Н.Ю. Базюк // Российское предпринимательство . – 2014. – № 19 (241). – С. 140-146.
- 3 Бродецкий, Г.Л. Товароведение стеклянной посуды и бытовых машин / Г.Л. Бродецкий. – М.: Вершина, 2014. – 367 с.
- 4 Бузукова, Е.А. Закупочная деятельность и категорийный менеджмент / Е.А. Бузукова // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2015. - № 7. – 37-42.
- 5 Быкова, Е.В. Показатели конкурентоспособности товаров и услуг / Е.В. Быкова // Экономика. - 2015. - № 2. - С. 56 - 59.
- 6 Воронов, Д.Е. Анализ конкурентоспособности предприятия / Д.Е. Воронов // Деловой мир. – 2015. - № 8. – С. 12 – 18.
- 7 Воронов, Д.Е. Анализ и выявление путей повышения конкурентоспособности предприятия / Д.Е. Воронов // Деловой мир. – 2014. - № 11. – С. 8 – 12.
- 8 Воронов, Д.Е. Обоснование выбора объектов оценки и анализа конкурентоспособности предприятия / Д.Е. Воронов // Деловой мир. – 2015. - № 4. – С. 32 – 39.
- 9 Воронов, Д.Е. Оценка конкурентоспособности предприятия в сопоставлении с основными конкурентами / Д.Е. Воронов // Деловой мир. – 2014. - № 7. – С. 14 - 19.
- 10 Воронов, Д.Е. Методика оценки конкурентоспособности предприятия / Д.Е. Воронов // Деловой мир. – 2015. - № 9 . – С. 10 – 14.
- 11 Воронов, Д.Е. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его услуг / Д.Е. Воронов // Деловой мир. – 2014. - № 5. – С. 17 – 22.

- 12 Гаджинский, А.М. Товароведение непродовольственных товаров / А.М. Гаджинский. - М. : Дашков и К, 2014. - 482 с.
- 13 Гермацкий, А.В. Закупочная логистика / А.В. Гермацкий. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 328 с.
- 14 Глазунов, В.Н. Методика анализа конкурентных преимуществ компании / В.Н. Глазунов // Экономика. - 2014. - № 1. С. 61-75.
- 15 Головачев, А.С. Методические основы конкурентоспособности предприятий и товаров / А.С. Головачев // Экономика и управление. – 2015. - № 1. – С. 4 - 8
- 16 Графов, А.В. Оценка конкурентоспособности компании / А.В. Графов // Менеджмент. - 2014. - № 7. - С. 64-67.
- 17 Григорян, А.А. Оценка эффективности стратегии конкуренции / А.А. Григорян // Международный менеджмент. – 2015. - № 6 (156). - С. 45-49.
- 18 Григорян, А.А. Организация внутреннего и внешнего анализа конкурентоспособности организации / А.А. Григорян // Экономика. – 2014. - № 11. – С. 32 – 37.
- 19 Григорян, А.А. Применение методики М. Портера для оценки конкурентных преимуществ организации в современных условиях / А.А. Григорян // Вестник университета. – 2014. - № 17 - С. 16 - 20
- 20 Григорян, А.А. Выбор и реализации стратегии конкуренции / А.А. Григорян // Московское научное обозрение. – 2014. - № 1 (5). - С. 10-12.
- 21 Гугелев, А.В. Конкурентоспособность субъектов хозяйствования: проблемы обеспечения и методы регулирования / А.В. Гугелев // Вестник СГЭУ. – 2014. - № 7. – С. 12 – 18.
- 22 Дыбская, В.В. Товароведение товаров из стекла / В.В. Дыбская. – М.: Эксмо, 2015. – 944 с.
- 23 Капанадзе, Г.Д. Оценка конкурентных преимуществ: описание методик / Г.Д. Капанадзе // Российское предпринимательство. – 2014. – № 4 (226). – С. 52-58
- 24 Карась, А.И. Анализ существующих подходов к оценке

ассортиментной политики торгового предприятия / А.И. Карась, Т.В. Карпенко // Студенческий научный форум. – 2016. - № 8. – С. 54-58.

25 Карнаухов, С. Логистика как управленческая теория и система управления материальными потоками / С. Карнаухов // РИСК: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2014. - № 2. – С. 24-28.

26 Кащенко, Е.Г. Товароведение и экспертиза качества стеклянной посуды / Е.Г. Кащенко. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2015. – 34 с.

27 Кокин, А.С. Показатели конкурентоспособности организации / А.С. Кокин // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. - 2015. – № 3(1). - С. 256–261

28 Король, А.Н. Основные тенденции в развитии закупочной деятельности / А.Н. Король // Известия ИГЭА. – 2015. – № 2 (58). – С. 13-15.

29 Косинский, П.Д. Практика применения методики количественной оценки товарного ассортимента розничного торгового предприятия / П.Д. Косинский, А.Г. Чупрякова // Техника и технология. – 2014. - № 4. – С. 164-171.

30 Крылов, Э.И. Методологические вопросы анализа конкурентных преимуществ организации / Э.И. Крылов // Экономика. - 2014. - № 15. - С. 27 - 35.

31 Крюкова О.А. Методика анализа товарооборота хозяйственно-бытовых товаров / О.А. Крюкова // Молодой ученый. – 2017. - № 43 (177). – С. 158-161.

32 Левкин, Г.Г. Товароведение товаров из стекла / Г.Г. Левкин Г.Г. - Саратов: Вузовское образование, 2013. - 220 с.

33 Маркировка грузов [Электронный ресурс] : протокол Межгосударственного Совета по стандартизации, метрологии и сертификации от 04.10.1996 г. № 10 (ГОСТ 30407-96). Доступ из справ. – правовой системы «Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации».

34 Метлина, А.Е. Конкурентоспособность российских предприятий /

А.Е. Метлина // Вестник ТГПУ. – 2015. - № 5 (49). – С. 60 - 63

35 Мишина, Л.А. Товароведение непродовольственных товаров / Л.А. Мишина. - Саратов: Научная книга, 2012. - 159 с.

36 Неруш, Ю.М. Товароведение товаров из стекла / Ю.М. Неруш. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 515 с.

37 Ольдерогге, Н.Г. Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров / Н.Г. Ольдерогге. – М.: Юрайт, 2014. – 375 с.

38 Плоткин, Б.К. Товароведение непродовольственных товаров / Б.К. Плоткин. – М.: Юрайт, 2014. – 472 с.

39 Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия [Электронный ресурс] : протокол Межгосударственного Совета по стандартизации, метрологии и сертификации от 04.10.1996 г. № 10 (ГОСТ 30407-96). Доступ из справ. – правовой системы «Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации».

40 Прокофьева, Т.А. Логистические центры в транспортной системе России: учебное пособие / Т.А. Прокофьева. - М.: ИД «Экономическая газета». - 2012. - 524 с.

41 Секерин, В.Д. Товароведение товаров из стекла / В.Д. Секерин. - М.:КноРус, 2012. - 240 с.

42 Сергеев, В.И. Товароведение товаров из стекла / В.И. Сергеев. – М.: Юрайт, 2014. – 523 с.

43 Сергеев, И.В. Товароведение непродовольственных товаров / И.В. Сергеев. – М.: Юрайт, 2014. – 374 с.

44 Сергеев, В.И. Управление целями поставок: учебник / В.И. Сергеев. – М.: Юрайт, 2014. – 528 с.

45 Станько, Д.В. Факторы обеспечения конкурентоспособности предприятия / Д.В. Станько // Актуальные проблемы экономики. – 2014. - № 9. – С. 112 – 116

46 Стекло и изделия из него. Методы определения термостойкости

[Электронный ресурс] : протокол Межгосударственного совета по стандартизации, метрологии и сертификации от 05.11.2013 г. № 61-П (ГОСТ 25535-2013). Доступ из справ. – правовой системы «Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации».

47 Стекло силикатное и стеклокристаллические материалы. Метод определения плотности [Электронный ресурс] : постановление Госстандарта от 20.05.1974 г. № 1235 (ГОСТ 9553-74). Доступ из справ. – правовой системы «Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации».

48 Сысоева, Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия / Е.А. Сысоева //Экономические науки. Экономика и управление. – 2015. - № 12 (73). – С. 282 – 287.

49 Тара стеклянная [Электронный ресурс] : протокол Межгосударственного Совета по стандартизации, метрологии и сертификации от 22.06.2005 г. № 27 (ГОСТ 13905-2005). Доступ из справ. – правовой системы «Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации».

50 Уваров, С.А. Товароведение электроприборов / С.А. Уваров. – М.: Юрайт, 2014. – 284 с.

51 Фахрутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фахрутдинов. – М.: ИНФРА-М. – 2014. – 312 с.

52 Федоренко, А.И. Товароведение непродовольственных товаров / А.И. Федоренко. – М.: Юрайт, 2013. – 325 с.

53 Фрайберг, Ф.Л. Конкурентное преимущество: основа финансовой стабильности организации / Ф.Л. Фрайберг // Финансовая газета. - 2015. - № 51. - С. 12.

54 Хабаров, В.И. Основы логистики: учебное пособие / В.И. Хабаров. - М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. - 368 с.

55 Шульгина, Н.Г. Логистика: учебное пособие по выполнению

курсовой работы для студентов направлений подготовки 38.03.36 «Торговое дело», 38.93.02 «Менеджмент» / Н.Г. Шульгина. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т. – 2017. – 39 с.

56 Щербаков, В.В. Хозяйственные связи в процессе материально-технического обеспечения / В.В. Щербаков. – Спб.: Изд. СПбУЭФ, 2015. – 242 с.

57 Юрова, Н.А. Инструменты и методы управления ассортиментной политики в ритейле / Н.А. Юрова // Вестник Сибирского аэрокосмического университета имени академика М.Ф. Решетнева. – 2016. - № 11. - С. 165-170.

58 Эльяшевич, И.П. Товароведение непродовольственных товаров / И.П. Эльяшевич. – М.: Рид Групп, 2012. – 416 с.

59 Яшин, Н.С. Конкурентоспособность организации: методология, оценка, регулирование / Н.С. Яшин // Вестник СГЭУ. – 2015. - № 5. – С. 3–9.

60 Качество стеклянной посуды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://posudka.ru/node/24563>. – 04.02.2018.

61 Классификация и ассортимент стеклянных бытовых товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://znaytovar.ru/s/Klassifikaciya_i_assortiment_st2.html. – 28.01.2018.

62 Товароведение. Стеклянные бытовые товары [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://posudka.ru/node/155>. – 02.02.2018.

63 Требования к качеству посуды из стекла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stakany.com/articles/page_2777. – 02.02.2018.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Экспертная оценка потребительских свойств стеклянной посуды,
представленной в магазине «Домашний Очаг» г. Белогорска

Таблица А.1 – Экспертная оценка потребительских свойств образца № 1
(тарелка обеденная «LUMINARC Water Color»)

Наименование показателей	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Итого	Среднее значение
Декорирование	5	5	5	15	5
Совершенство формы	5	5	5	15	5
Соответствие современному стилю	5	5	5	15	5
Совершенство производственного исполнения	5	5	5	15	5
Удобство использования	5	5	5	15	5

Таблица А.2 - Экспертная оценка потребительских свойств образца № 2
(тарелка обеденная «Розовые цветы»)

Наименование показателей	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Итого	Среднее значение
Декорирование	5	5	5	15	5
Совершенство формы	5	3	4	12	4
Соответствие современному стилю	3	3	3	9	3
Совершенство производственного исполнения	4	4	4	12	4
Удобство использования	4	5	3	12	4

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Экспертная оценка потребительских свойств стеклянной посуды,
представленной в магазине «Домашний Очаг» г. Белогорска

Таблица А.3 - Экспертная оценка потребительских свойств образца № 3
(тарелка обеденная «Мелани»)

Наименование показателей	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Итого	Среднее значение
Декорирование	5	5	5	15	5
Совершенство формы	5	5	5	15	5
Соответствие современному стилю	3	3	3	9	3
Совершенство производственного исполнения	5	5	5	15	5
Удобство использования	5	5	5	15	5

Таблица А.4- Экспертная оценка потребительских свойств образца № 4
(тарелка обеденная «Dripping Black»)

Наименование показателей	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Итого	Среднее значение
Декорирование	5	5	5	15	5
Совершенство формы	5	5	5	15	5
Соответствие современному стилю	4	2	3	9	3
Совершенство производственного исполнения	5	5	5	15	5
Удобство использования	5	5	5	15	5

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Экспертная оценка потребительских свойств стеклянной посуды,
представленной в магазине «Домашний Очаг» г. Белогорска

Таблица А.5 - Экспертная оценка потребительских свойств образца № 5
(тарелка обеденная «DURALEX Beaurivage Pink»)

Наименование показателей	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Итого	Среднее значение
Декорирование	2	2	2	6	2
Совершенство формы	5	5	5	15	5
Соответствие современному стилю	2	4	3	9	3
Совершенство производственного исполнения	5	5	5	15	5
Удобство использования	5	5	5	15	5