

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/diplomnaya-rabota/336527>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Товароведение

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 1

ГЛАВА 1. ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА И ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ 5

1.1. Классификация ассортимента керамической посуды 5

1.2 История появления потребительских товаров 7

1.3 Рынок товаров 8

1.4 Потребительские свойства товаров 12

1.5 Факторы, формирующие потребительские свойства и качества товаров 14

1.6 Классификация товаров 17

1.7 Характеристика ассортимента товаров 19

1.8 Требования к качеству, маркировке товаров 23

1.9 Упаковка и условия хранению товаров 27

Глава 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА И ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРА 29

2.1 Характеристика торгового предприятия 29

2.2 Организация приемки товаров по качеству 30

2.3 Органолептическая и товароведная экспертиза показателей качества товаров по ГОСТу 35

2.4 Пороки и дефекты потребительских товаров и причины их возникновения 35

Глава 3. ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ 40

3.1 Сравнительная характеристика ассортимента товаров по установлению широты и полноты на примере двух магазинов- конкурентов 40

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 41

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 44

Керамическая посуда верхнего ценового диапазона в основном производится отечественными и европейскими производителями, в частности, Германией. Ценовые сегменты различаются в зависимости от типа товара, например, чайные сервизы, где нижний ценовой диапазон до 600 рублей, средний диапазон от 600 до 1500 рублей и верхний диапазон от 1500 рублей (или от 500 до 700 долларов США и выше).). С 2017 по 2019 год наблюдался всплеск импорта керамической посуды в Россию. В целом стоимость импорта за трехлетний период составила 44,774 миллиона долларов, а физическое количество - 48 778 тонн. Темпы роста в год составляли примерно 20%, как в стоимостном, так и в количественном отношении. Украина и Китай являются ведущими странами, поставляющими керамическую посуду в Россию, а Германия, Польша и Чехия также являются крупными экспортерами. Маркетинг керамической посуды становится серьезной проблемой для российских предприятий, производящих ее, в условиях жесткой конкуренции со стороны иностранных производителей.

На протяжении последних 10 лет российские отечественные производители посуды из фарфора сталкиваются с жесткой конкуренцией со стороны иностранных производителей, особенно китайских. Несмотря на давнюю историю производства фарфора в России, высокая себестоимость производства в сочетании со сложными условиями производства затрудняет конкурентоспособность российских заводов. В результате некоторые компании предпочитают отдавать заказы иностранным фабрикам, а не производить фарфоровую посуду внутри страны.

Учитывая обстоятельства, неудивительно, что наблюдается устойчивый рост импорта фарфоровой посуды. В первом полугодии 2019 года он вырос на 53% (с учетом инфляции около 13%) по сравнению с первым полугодием 2018 года. Наше исследование показывает, что общая стоимость импортных товаров в 2018 году, включая таможенные пошлины, НДС и транспортные расходы составили около 3,3 млрд руб. В Россию большая часть фарфоровой посуды импортируется из Китая, при этом украинские производители также сохраняют сильные позиции, хотя их доля снижается. Значительная часть фарфоровой посуды также поступает из европейских стран, таких как Чехия, Германия, Великобритания, Польша, Италия. Лидером

торговой марки является «Коралл», наряду с такими украинскими брендами, как Сумской, Барановский, Полонский и Городницкий фарфоровые заводы. Известны также чешские бренды, такие как Thun, Eriag и HAAS & CZJEK. Однако подавляющее большинство продукции не имеет торговой марки и производится в Китае.

Российская керамическая посуда продается более чем в 20 странах мира, в том числе в Казахстане, Узбекистане, Германии, США и Турции. Другими известными странами, импортирующими российскую посуду, являются Украина, Дания, Польша, Финляндия и Швейцария. По оценкам экспертов, стоимость экспортируемой российской керамической и фарфоровой посуды составляет около 75% стоимости импортной посуды в Россию. С 2007 по 2009 год объем экспорта керамической посуды из России оставался стабильным, без существенных изменений в натуральном выражении.

В 2018 году Российская Федерация импортировала более 57 000 тонн фарфоровой посуды на сумму более 90,8 млн долларов США, что на 7% больше в натуральном выражении и на 14,8% в денежном выражении по сравнению с 2017 годом. Однако темпы роста снизились, что свидетельствует о том, что рынок становится насыщенным. Большая часть этого импорта приходится на Китай, при этом его доля увеличилась с 31% в 2014 году до 66% в 2018 году в денежном выражении.

К основным причинам снижения объемов производства российской посуды из фарфора и фаянса следует отнести высокую конкуренцию импортной продукции, рост цен на энергоносители, снижение спроса на отечественную продукцию. Слабым местом российских производителей является сбытовая политика [3]. В качестве итога проведенного обзора сформулируем краткие выводы:

1. Производство керамической посуды в России с каждым годом несколько снижается, а цены на каждую единицу растут.
2. За последние пару лет импорт керамической посуды в Россию рос примерно на 20% в год как в количественном, так и в стоимостном выражении.
3. Керамическая и фарфоровая посуда, произведенная в России, экспортируется более чем в 20 стран мира, и объем их экспорта остается стабильным в течение 2017-2019 гг.
4. Китайская керамическая посуда популярна на российском рынке благодаря хорошему качеству, современному дизайну и доступным ценам. В него входят чайные и кофейные сервизы, пиалы и тарелки разных размеров.

1.4 Потребительские свойства товаров

Применительно к керамической посуде ее потребительские свойства определяются назначением, надежностью, удобством, внешним видом, характеристиками керамического материала, качеством исполнения.

Поскольку преобладающим видом является фаянсовая посуда, рассмотрим качественные показатели и потребительские свойства посуды на ее примере.

Назначение керамической посуды обуславливается выполнением двух функций:

- 1) принимать и сохранять пищу и напитки в неизменном количестве и качестве;
- 2) отдавать их полностью или частично по мере необходимости. Эти функции зависят от размеров изделия, типа керамики, назначения изделия, особенностей пищи и напитков. Показатели назначения, надежности представлены в таблице 1 ГОСТ Р 55824—2013.

Разные виды керамики имеют разный уровень водопоглощения. Обыкновенный твердый фарфор не должен поглощать более 0,2% воды, а фаянс и цветная майолика могут поглощать до 12-16% воды.

Термостойкость керамической посуды различается в зависимости от вида глазури и материала.

Фарфоровая посуда выдерживает температуру до 165 °С, а фаянсовая посуда с цветной глазурью — только до 115 °С.

Функциональные свойства керамической посуды важны для сохранения вкуса, температуры и безопасности пищевых продуктов. Эти свойства регламентируются такими стандартами, как ГОСТ Р ИСО 6486-1-2007 и ГОСТ Р ИСО 6486-2-2007.

Необходимы правильные технологические режимы для предотвращения брака керамических изделий.

Такие дефекты, как трещины, неполированные поверхности и пузыри, не допускаются и могут привести к выбраковке продукции.

Керамическая посуда известна своей неповторимой эстетикой, которая включает в себя продуманную композицию, логичную форму и выразительную информацию. Керамические изделия гибки с точки зрения формы и объема, часто черпая вдохновение из природы и повседневной жизни, что соответствует

современному стилю.

Бытовые блюда имеют более традиционный вид и оформление, подчеркивая простоту и быстроту повседневных блюд. Керамическая посуда удобна в использовании благодаря своим эргономическим свойствам, которые делают ее легкой в уходе и гигиеничной. Чтобы считаться безопасной, посуда не должна выделять соединения свинца и должна легко очищаться без труднодоступных мест.

1.5 Факторы, формирующие потребительские свойства и качества товаров

Удобство пользования керамической посудой зависит от того, насколько ее размер и форма соответствуют размеру и форме руки человека. Если есть несоответствие, это может быть неудобно и потребовать дополнительных усилий, чтобы удерживать или перемещать предмет.

Стандарты и технические условия регламентируют качество керамических изделий, в том числе физико-технические показатели и конструктивные особенности, влияющие на их потребительские свойства.

Приемка этих продуктов в производство осуществляется по особым правилам.

Фарфоровая и фаянсовая посуда классифицируется по типу, размеру и количеству дефектов. Некоторые компании могут иметь дополнительные оценки помимо обычных трех.

Продукция принимается партиями в соответствии со стандартом, включающим приемочные и периодические испытания для обеспечения соответствия требуемым спецификациям. Уровень брака не должен превышать 2,5%.

Приемка товара является ответственным процессом для торговых предприятий, и ошибки могут привести к конфликтам между поставщиком, транспортной организацией и покупателем. Четкие договоренности о закупке по качеству и количеству товара помогут предотвратить разногласия, а в случае недостачи получатель может предъявить претензию перевозчику.

Технология и требования приемки отечественных и импортных товаров по количеству и качеству определены в следующих документах:

1. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству (с изменениями и дополнениями) № П-6. [15].

2. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству (с изменениями и дополнениями) № П-7. [16].

Для обеспечения контроля качества керамических изделий штангенциркулем или линейкой измеряют как линейные размеры изделия, так и любые дефекты его внешнего вида. Емкость проверяют путем заполнения изделия водой с помощью мерной посуды, причем для полых изделий, глубоких тарелок и масленок применяют разные способы. Любые дефекты, которые невозможно измерить, выявляются путем визуального осмотра. Нормативно-техническая документация, например ГОСТ 28389-89, устанавливает основные требования к маркировке, упаковке, транспортированию и хранению керамических изделий. Маркировка продукции должна содержать товарный знак, сорт и индекс «Н», если он присвоен, с дополнительными сведениями, разрешенными для определенных продуктов.

Товарный знак наносится на тыльную сторону дна изделия путем тиснения керамической краской или деколи с последующим обжигом или контррельефным изображением при литье.

Марка и индекс «Н» маркируются красной или зеленой краской в зависимости от сорта продукта.

Маркировка потребительской тары должна содержать:

- наименование предприятия-изготовителя и его товарный знак;
- наименование изделий;
- сорт;
- количество изделий в упаковке;
- дату упаковывания;
- номер упаковщика;
- обозначение нормативного документа на изделие.

Допускается наносить реквизиты от руки.

Согласно ГОСТ 28391-89 изделия не должны иметь таких дефектов, как осевое смещение прикрепляемых деталей, деформации, подмыв прикрепляемых деталей или декоративных элементов, односторонняя глазурированная трещина, зазор между краем крышки и корпусом изделия, подглазурный засор, сколы, наплывы, помутнение глазури, мушка, выпуклость, пупырышка, выдувание, скол, слом декора, неровность, царапина и т.д. Кроме того, изделия должны быть устойчивыми в горизонтальной плоскости, а плоские изделия не должны разрушаться под ногами. Если какая-либо часть продукта контактирует с пищевыми

продуктами, она должна быть кислотостойкой.

При перевозке продукция должна перевозиться в крытых транспортных средствах в соответствии с правилами перевозки грузов для данного вида транспорта. При перевозке продукции в потребительской таре или бумажной упаковке пол транспортного средства должен быть покрыт стружкой влажностью не более 22 % и толщиной слоя 20-30 см.

1.6 Классификация товаров

Бытовая керамика бывает разных видов, включая фарфор, фаянс, полуфарфор, майолику и гончарные изделия. Фарфор имеет белый полупрозрачный слой толщиной до 2,5 мм с голубоватым оттенком, непроницаемый для воды и газов. С другой стороны, окрашенный фарфор бывает разных цветов, таких как розовый и синий.

Фаянс имеет пористый белый черепок с желтоватым оттенком и не просвечивает. Майолика имеет белую или цветную, пористую, непрозрачную массу и покрыта цветными прозрачными или приглушенными глазурями. Гончарная керамика имеет цветной черепок с высокой пористостью, обычно красно-коричневого цвета.

Стили бытовой керамики определяются формой корпуса, дизайном, особенностями обработки края. Им присваиваются индивидуальные названия или номера, а изделия различного назначения могут иметь разный стиль.

Блюда классифицируются по размеру: маленькие, средние и большие имеют разную вместимость. Стройка и изделия делятся на групповые и негрупповые, причем групповые раскройки имеют большую сложность и количество в зависимости от их вида, используемых цветов и состава рисунка.

Негрупповые изделия отличаются высокой художественностью, сложными и оригинальными фасонами и фасонами. Фарфорово-фаянсовая посуда в зависимости от сорта подразделяется на 1-й и 2-й сорта. Фаянсовые изделия в основном состоят из тарелок, в ассортименте фарфоровой посуды преобладают фарфоровая посуда и чайная посуда, а остальное - кофе и другие предметы.

При сертификации используются классификационные группы, объекты и коды, при этом коды ОКП указываются в сертификатах соответствия на отечественную продукцию.

Классификация керамической посуды по Общероссийскому классификатору продукции представлена в таблице А.1 (ПРИЛОЖЕНИЕ).

В соответствии с классификацией ОКП, керамическая посуда подразделяется по таким признакам, как назначение, комплектность, тип керамики.

Наряду с ОКП, в товарной деятельности может применяться Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности России (ТН ВЭД России), представляет собой международный классификатор экспортно-импортных товаров. ТН ВЭД России [8] предназначена для установления таможенных тарифов указанных товаров при пересечении таможенной границы Российской Федерации. Уклонение от установленного порядка перемещения товара через таможенную границу РФ, путем его неправильной классификации или указания неверных данных в ГТД, влечет ответственность в соответствии с таможенным законодательством [9].

В кодах ТН ВЭД строго соблюдаются принципы однозначного отнесения товаров к той или иной группе.

Классификация керамической посуды по ТН ВЭД России представлена в ПРИЛОЖЕНИИ А.

Таким образом, на основе анализа товароведной, стандартной, ОКП и ТН ВЭД России классификация составлена обобщенная классификация керамической посуды, которая представлена на рисунке А.1 (ПРИЛОЖЕНИЕ).

1. Андрусевич Д.А. Брозовский Д.И. «Товароведение промышленных товаров». Учебник. Издательство «Экономика». Москва 1972 г.

2. Брозовский Д.И. Товароведение непродовольственных товаров. Москва. Экономика, 1986 г. том 3.

3. Валевиц Р. П., Лавыдова Г. А. «Экономика торгового предприятия», Минск .2007 г.

4. Виноградова С. Н. Организация и технология торговли.—Мн.: Высш. школа, 2006г.

5. Гарелик М. А., Р. Д. Ляндемас. Организация, оборудование и технология продажи товаров.—М.: Экономика, 1989.

6. Дурнев В.Д., Сапунов С.В., Федюкин В.К. Товароведение промышленных материалов: Для студентов специальности 061600. М, 2006 г.

7. Капица Г.П. Товароведение непродовольственных товаров. Издательство Экономика, 1985 г. том 2.

8. Козлова З.В. Введение в товароведение промышленных товаров. Учебник. М., 2005 г.
9. Кравченко Л. И. «Анализ хозяйственной деятельности в торговле», Минск 2007г.
10. Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. -М.: Высш. школа, 2005.
11. Пособие для продавца: Учеб. Пособие для уч-ся проф.-техн. Учеб. заведений Г.Г.Памбухчянц, Л.М. Данилова, П.Ф. Пономарев, В.В. Лазерко.-М.: Экономика, 1987.-303 с.
12. Организация торговли продовольственными товарами / Под редакцией Гончарова П. Г., Егорова В. Ф. и др.—М.: Экономика, 1989.
13. Организация и технология торговых процессов: учебник для вузов / Ф. Г. Панкратов, Э. А. Арустамов и др.—М.: Экономика, 1990.
14. Савицкая Т. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия.—Мн. М.: ИП «Экоперспектива», 2009.
15. Товароведение и экспертиза промышленных товаров. Под ред. А.Н. Неверова. МЦФЭР, 2006 г.
16. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: Учеб. для нач. проф. образования \Под ред. А.Н. Неверова, Т.И.Чалых.-М: ИРПО; Изд. центр «Академия», 2000.-464 с.
17. Товароведение хозяйственных товаров: Учеб. для студ. вузов, обуч. по спец. 1732 «Товароведение и орг. торговли непрод. товарами». В 2-х т. Т. 1.-3-е изд., перераб.-М.: Экономика, 1989.-351 с.
18. «Экономика торгового предприятия» под редакцией А.К. Семенова, Москва. 2006г. 2. Драмшева, С.Т. Теоретические основы товароведения продовольственных товаров: Учебник / С.Т. Драмшева. – М.: Экономика, 1996.
19. Елизарова, Л.Г. Товароведение с основами стандартизации / Л.Г. Елизарова, Т.В. Стародубцева. – М.: Агропромиздат, 1990.
19. Моисеева, А.И. Основы стандартизации и управления качеством продукции / А.И. Моисеева, Г.Г. Рыжков. – М.: Колос, 1993.
20. Поляк, В.Е. Управление качеством. Учеб. пособ. / В.Е. Поляк, А.И. Безруков, В.К. Белоусов, А.М. Зельцер. – М.: МСХА, 2000.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/336527>