

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра експертизи товарів та послуг

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
за освітньою програмою Експертиза товарів та послуг

на тему: «Сучасні напрямки розвитку асортименту, споживчих властивостей
та експертизи шампунів»

Виконавець:

студент Хондусь К.Г. факультету
Міжнародної економіки

_____ /підпис/

Науковий керівник:

к.т.н., доцент Захарчук В.Г.

_____ /підпис/

ОДЕСА – 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В умовах ринкової економіки боротьба за споживача на внутрішньому і зовнішньому ринках вимагає виробництва конкурентоздатних косметичних товарів, зокрема, шампунів. Якість та безпечність тут виступають як головні чинники конкурентоздатності товару, складаючи його основу. Однією з головних характеристик асортименту є конкурентоспроможність, яка є найважливішою комплексною ринковою характеристикою товару, це його здатність бути проданим на конкретному ринку в певні терміни за наявності аналогічних товарів-конкурентів.

Разом з тим, активність споживачів щодо захисту власних прав підвищили значення і необхідність проведення незалежних експертиз з багатьох спірних питань в косметичній галузі. Товарознавча експертиза стала однією з найбільш затребуваних. Тому експертна практика сьогодні потребує наукової систематизації накопиченого матеріалу, урахування нової нормативної бази і економічних умов.

Отже, основні аспекти товарознавчої експертизи шампунів та проблема всебічного вивчення цього товару з дослідженням його видових, кількісних та якісних характеристик є достатньо актуальними питаннями для вирішення в межах даної дипломної роботи. Саме тому тема дипломної роботи є на даний час досить актуальною.

Метою дослідження є товарознавчий аналіз споживчих властивостей шампунів, особливостей проведення експертизи якості та формування асортименту шампунів на ринку України .

Завдання дослідження:

-провести аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ринку шампунів в Україні;

- вивчити методологічні основи експертизи якості шампунів;
- надати характеристику об'єкту та застосувати основні методи досліджень;
- дослідити особливості експертизи якості шампунів;
- оцінити якість шампунів експертним методом;
- виявити особливості формування асортименту шампунів;
- визначити та проаналізувати конкурентоспроможність шампунів;
- виявити споживчі переваги щодо асортименту та споживчих.

Об'єкт дослідження є шампуні імпортного та вітчизняного виробництва.

Предмет дослідження є асортимент, споживчі властивості та якість шампунів.

Методи дослідження: органолептичні, фізико-хімічні, реєстраційні, розрахунково-аналітичні та експертні.

Інформаційна база дослідження Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання: ДСТУ 5010:2008. – К.: Держспожив-стандарт України, 2009. – 10с. – [Національний стандарт України]. Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови: ДСТУ 4315:2004. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 12с. – [Національний стандарт України]. Продукція парфумерно-косметична. Терміни та визначення понять: ДСТУ 2472:2006. – К.: Держспоживстандарт України, 2006. – 70с. – [Національний стандарт України]. Средства моющие синтетические. Метод определения пенообразующей способности: ГОСТ 22567.1-77. – М.: Из-во стандартов, 1977. – 6 с. – [Міждержавний стандарт]. Изделия косметические. Метод определения водородного показателя, рН: ГОСТ 29188.2-91. – М.: Из-во стандартов, 1991. – 4 с. – [Міждержавний стандарт]. Изделия парфюмерно-косметические. Правила приемки, отбор проб, методы органолептических испытаний: ДСТУ 5009:2008. – К.: Держспоживстандарт України, 2008. – 8 с. – [Національний стандарт України]. Паршикова В.Н. Парфюмерно-косметические товары. – Красноярск, 1999. Петрище Ф.А. Теоритические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К» 2004. – 512с. Полтораки В.А. Маркетингові дослідження: Навч. Пос. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика: Навч. посіб. – К.: Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2000. – 140 с.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (39 найменувань) та 1-го додатка. Загальний обсяг роботи становить 101 сторінок. Основний зміст викладено на 92 сторінці. Робота містить 15 таблиць, 4 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ АВТОРСКОГО ПРАВА В СЕТИ INTERNET//Матеріали 2 науково-практичної інтернет конференції «Актуальні процеси економічного розвитку в сучасних умовах» 23-24 березня 2017 р. ХДУ м. Херсон.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Напрямки розвитку асортименту та методологічні основи експертизи шампунів**» розглянуто закономірності формування сучасного асортименту шампунів, встановлено номенклатуру показників споживчих властивостей для товарознавчої експертизи, виявлено вплив чинників, які формують споживчі властивості, а також встановлені вимоги до упакування, маркування та зберігання шампунів.

У другому розділі «**Експертиза якості шампунів**» розглянуто класифікацію та характеристику асортименту шампунів, проаналізовано об'єкти та методи дослідження; проведено товарознавчу експертизу та визначено її особливості.

У третьому розділі «*Формування асортименту та оцінка конкурентоспроможності шампунів*» проведена експертна оцінка якості шампунів, визначена конкурентоспроможність шампунів та запропоновано сенсорний аналіз зразків шампунів з використанням дескрипторно-профільного методу.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. За результатами дослідження ринку встановлено, що приріст ринку в 2017 р. шампунів склав 4-5 % у натуральному вираженні та 28 % у вартісному. Обсяг роздрібних продажів категорії шампунів у той же період становив 27,6 млн, а загальний обсяг ринку оцінювався в 3,8 млрд грн.

2. Встановлено, що за останні півтора роки українські виробники займають нішу дешевих шампунів і займають сегмент більш дорогих. Визначена група лідерів вітчизняного ринку: «Ельфа», «Юсі», «Пірана», «Алес» і «Вельта», які випускають презентабельний товар, активно розвивають свої марки, знімають з виробництва ту продукцію, яка не користується попитом, постійно розширюють асортимент.

3. Запропоновано споживчі властивості шампунів розділити на наступні основні групи: функціональні (ефективність дії засобу, миюча, очищуюча піноутворююча здатність); ергономічні (консистенція, упаковка пристосування, що полегшують користування шампунем); надійність (зберігаємість, термін придатності від кількох місяців до 3 років); естетичні (зовнішній вигляд, колір, запах, дизайн пакування, інформативність упаковки, стильова спрямованість); безпека (хімічна, санітарно-гігієнічна безпека).

4. Визначено, що асортимент шампунів групують за такими ознаками: за призначенням шампуні поділяються на гігієнічні, лікувально-профілактичні; за статевою ознакою шампуні поділяють для дітей та для дорослих; за консистенцією шампуні бувають рідкі, желеподібні, кремоподібні; за вмістом ПАР звичайні (5-15%) і концентровані (20-25%).

5. Експертиза якості шампунів проводилася відповідно до органолептичних і фізико-хімічних показників згідно з ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови.

6. За результатами органолептичних випробувань встановлено: зовнішній вигляд зразків відповідає нормам окрім зразка Кропива, у якого спостерігається ледь помітний осад. Запах зразків приємний, властивий кожному виду шампуню, мають аромати згідно з речовинами які входять до складу рецептури. Колір властивий кольору шампуню даного найменування.

7. При вивченні упаковки: матеріал упаковки вказали всі виробники шампунів, окрім Алое Вера, Кропива – вітчизняні виробники. Виробники Алое Вера, Кропива віддавали перевагу прозорій упаковці: переваги такої упаковки – добре видно колір виробу і рівень рідини. Недоліки: така упаковка не оберігає

шампунь від дії прямих сонячних променів – небажаного фактора для косметичних виробів. Компроміс між цими двома тенденціями – матова напівпрозора упаковка.

8. За результатами фізико-хімічних випробувань встановлено, що показники якості досліджених зразків шампунів відповідають встановленим вимогам, це свідчить про те, що виробники дотримуються схеми технологічного процесу та присутній добрий вихідний контроль за продукцією. Виключенням є зразок шампуню Кропива, в якому спостерігається ледь помітний осад, що вказує на складність в застосуванні натуральної сировини та недосконалість технологічних операцій.

9. Встановлено, що формування товарного асортименту торговельного підприємства полягає в своєчасній пропозиції покупцям сукупності товарів, які, відповідаючи профілю підприємства, якомога повніше задовольняють потреби покупців.

10. За результатами проведеного анкетного опитування встановлено, що 21,8% споживачів купують шампунь раз в місяць, а 16,8% споживачів купують шампунів два-три рази на місяць. 25,8% споживачів купують шампунь в магазинах, де є спеціалізовані відділи, 49,8% - в супермаркетах, а 23,1% споживачів купують шампунь на ринку. З результатів опитування видно, що споживачі надають перевагу шампуню іноземних виробників (31,2%). На вибір шампуню найбільше впливає його якість (34,9%) та ціна (28,5%).

11. Проведено аналіз конкурентоспроможності шампунів виробників: Алое Вера, Ельфа / Україна, Київ, Schauma, Шварцкоп & Хенкель/ Німеччина, Кропива, Юсі / Україна, м. Харків. Перелік та вагомість параметрів для оцінки конкурентоспроможності встановлено шляхом анкетного опитування споживачів шампунів.

12. За результатами визначення конкурентоспроможності встановлено, що за функціональними, естетичними параметрами найбільш конкурентоздатним є шампунь Schauma, Шварцкоп & Хенкель/ Німеччина, далі Алое Вера, Ельфа / Україна, Київ, Кропива, Юсі / Україна, м. Харків. За інтегральним показником конкурентоздатності на першому місці Schauma, Шварцкоп & Хенкель/ Німеччина, на другому Алое Вера, Ельфа / Україна, Київ, та на третьому Кропива, Юсі / Україна, м. Харків.

АНОТАЦІЯ

Хондусь К.Г. «Сучасні напрямки розвитку асортименту, споживчих властивостей та експертизи шампунів»,

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою «Експертиза товарів та послуг»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2018

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – шампуні імпортного та вітчизняного виробництва.

У роботі проаналізовано особливості формування асортименту шампунів на ринку України; встановлено номенклатуру показників споживчих властивостей для товарознавчої експертизи, виявлено вплив чинників, які формують споживчі властивості, а також встановлені вимоги до упакування, маркування та зберігання шампунів; розглянуто класифікацію та характеристики асортименту шампунів, проаналізовано об'єкти та методи дослідження; проведено товарознавчу експертизу та визначено її особливості; проведено експертну оцінку якості шампунів, визначено конкурентоспроможність шампунів та запропоновано сенсорний аналіз зразків шампунів з використанням дескрипторно-профільного методу.

Ключові слова: шампуні імпортного та вітчизняного виробництва, споживчі властивості, асортимент шампунів, конкурентоспроможність, експертний метод, дескрипторно-профільний метод.

ANNOTATION

Hondus KG «Modern directions of development of assortment, consumer properties and examination of shampoos»,

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty

«076 Entrepreneurship, trade and stock activities» under the master's program
«Examination of goods and services»,

Odessa National Economics University, Odessa, 2018

Thesis consists of three chapters. Object of study - is shampoo of imported and domestic production.

The peculiarities of the formation of a range of shampoos in the Ukrainian market are analyzed; the nomenclature of indicators of consumer properties was established for commodity examination expertise, the influence of factors shaping consumer properties, as well as requirements for packaging, marking and storage of shampoos were established; the classification and characteristics of the range of shampoos were considered, the objects and methods of research were analyzed; commodity research expertise has been conducted and its features have been determined; Expert evaluation of shampoo quality was performed, shampoo's competitiveness was determined and sensory analysis of shampoo samples was proposed using descriptor-profile method.

Key words: shampoo of imported and domestic production, consumer properties, assortment of shampoos, competitiveness, expert method, descriptor-profile method.