

Кафедра Экономики и торгового дела

Курсовая работа

по дисциплине маркетинг, экономика и правовые основы
на тему маркетинг как характеристика, организация
и структура процесса «визитная карточка»

Выполнил (а) студент (ка) _____ курса
18161 группы ин формы обучения
семестр _____

Григорьева Екатерина Григорьевна
(Ф.И.О. полностью)

(подпись)

Руководитель: Григорьева А.С.
(Должность, учёная степень)

Григорьева Анна Григорьевна
(Ф.И.О.)

Отметка о допуске (недопуске) к защите

к защите
«5» 11 20 г.

(Подпись руководителя)

Рег. номер 18.000.001.18
(Дата)

содержание - 35
реферат - 1
презентация - 5
выбрана на Эксперт - 8
60 / Григорьева

г. Смоленск
2018 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Анализ рынка, классификация и ассортимент ювелирных изделий	
1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка ювелирных изделий	6
1.2 Классификация и характеристика ассортимента ювелирных изделий в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС	11
Глава 2. Характеристика ассортимента и экспертиза качества ювелирных изделий на примере магазина «Линии Любви»	
2.1 Характеристика ассортимента ювелирных изделий на примере магазина ООО «Линии Любви»	16
2.2 Организация и порядок проведения экспертизы качества ювелирных изделий	31
Заключение	45
Список использованных источников	47

ВВЕДЕНИЕ

Ювелирные изделия – это предметы украшения или обихода, изготовленные из металлов, иногда с другими декоративными материалами, выполненные на художественном уровне и с большим исполнительским мастерством.

Ювелирное искусство возникло еще в глубокой древности. В VII веке до нашей эры в Древней Греции зародилось искусство глиптики – резьбы по камню (геммы). В Древнем Риме большой популярностью пользовались разнообразные изделия с драгоценными камнями. Ювелирное дело на территории РФ возникло с незапамятных времен.

Центрами ювелирного творчества в разное время были: Киев, Владимиро-Суздальское княжество, Новгород, Псков, Ярославль, Нижний Новгород, Калуга, Москва, Петербург.

Ювелирная промышленность РФ, неразрывно связана с такими отраслями, как золотопереработка и огранка, объединяет предприятия-изготовители изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней и организации, осуществляющие продажу ювелирных изделий.

В настоящее время в ювелирной отрасли работает более 1000 предприятий, в том числе около 100 занимается производством ювелирных изделий с бриллиантами. За последние годы значительно увеличился выпуск ювелирных изделий, расширился их ассортимент, улучшилось качество и художественное оформление. На многих ювелирных заводах страны внедрена лазерная техника, обеспечивающая качественную сварку, резку и сверление драгоценных металлов, увеличился выпуск ювелирных изделий с алмазной гравировкой, чернью, эмалью, рельефным рисунком. Шедевры, созданные гениальными мастерами – ювелирами всех времен – изделия из золота с бриллиантами, изумрудами, рубинами, сапфирами, жемчугом, золотая и серебряная посуда – украшают лучшие музеи мира.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что спрос на качественные ювелирные изделия постоянно растет, а также ювелирные изделия являются товаром сложного ассортимента, и отличаются большим разнообразием и поэтому изучение их ассортимента, качества и безопасности становится основной задачей для изготовителей.

Объектом исследования в курсовой работе выступают ювелирные изделия. Предметом исследования является анализ ассортимента и экспертиза качества ювелирных изделий на примере торгового предприятия «Линии Любви».

Цель курсовой работы – изучить товароведную характеристику, проанализировать ассортимент и провести экспертизу качества ювелирных изделий на примере магазина «Линии Любви».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести анализ состояния и перспектив развития современного рынка ювелирных изделий;
- изучить классификацию и характеристику ассортимента ювелирных изделий в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС;
- проанализировать ассортимент ювелирных изделий в торговом предприятии ООО «ТК «Линии Любви»;
- провести экспертизу качества ювелирных изделий в соответствии с требованиями нормативной документации.

При написании курсовой работы были использованы следующие методы исследования: классификации, обобщения, сравнительный и аналитический метод, анализ статей и монографий.

В ходе написания курсовой работы, использовалась широкая информационная база. В нее вошли нормативно-правовые источники, такие как Таможенный Кодекс ЕАЭС, ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», ГОСТ 53197-2008. Ювелирные изделия. Пробы сплавов на основе

драгоценных металлов, некоторые работы отечественных ученых, а также периодические издания и интернет источники.

Курсовая работа включает в себя введение, две главы, заключение, список использованных источников и приложения. В первой главе был произведен анализ рынка, рассмотрены классификация и ассортимент ювелирных изделий в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС. Во второй главе была проанализирована характеристика ассортимента ювелирных изделий магазина «Линии Любви» и проведена экспертиза качества ювелирных изделий.

ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА, КЛАССИФИКАЦИЯ И АССОРТИМЕНТ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка ювелирных изделий

Российский рынок ювелирных изделий на сегодняшний день составляет более 5000 различных специализированных организаций. Это совокупность различных по величине и объемам производства ювелирных компаний и частных предпринимателей.

Изменения деловой среды вместе с современными вызовами внутренней экономики Российской Федерации нашли свое отражение в формировании и развитии российского рынка ювелирных изделий как структурного элемента внутреннего рынка драгоценных металлов и камней. Ювелирный бизнес это одна из наиболее прибыльных отраслей, как в РФ, так и за рубежом.

В настоящее время состояние рынка характеризуется следующими аспектами:

- усиление конкуренции;
- мировой финансовый кризис;
- рост цен на сырье;
- рост себестоимости ювелирной продукции;
- снижение покупательской способности населения.

На сегодняшний день доля рынка драгоценных металлов и драгоценных камней на сегодняшний день составляет всего 1,3% всего объема ВВП при оценке данных показателей в денежном выражении. Показатели продажи ювелирных украшений в общем обороте розничной торговли составляют около 1% при том, хотя РФ является одним из мировых

лидеров по добыче золота и платины, а также других металлов и камней [5, с. 90].

Определяющими факторами развития ювелирной отрасли России являются:

- сезонность продаж;
- увеличение сетей и количества ведущих компаний на рынке;
- несовершенство законодательной базы;
- отсутствие модернизации ювелирного производства;
- некоторые внешнеэкономические факторы.

Одной из особенностей современного российского рынка ювелирных изделий можно отметить неудовлетворенность потребителя ассортиментом представленных на рынке ювелирных изделий.

Сегодня ювелирный рынок России переживает не лучшие времена. Выживанию ювелирного бизнеса в кризисное время может способствовать:

- поиск и завоевание новых рынков;
- внедрение новых технологий производства;
- создание новых более эффективных способов продаж;
- разработка новых дизайнов продукции, более частое обновление коллекций;
- формирование грамотного подхода к ассортименту реализуемых на рынке товаров;
- более тщательное изучение потребительских предпочтений [17].

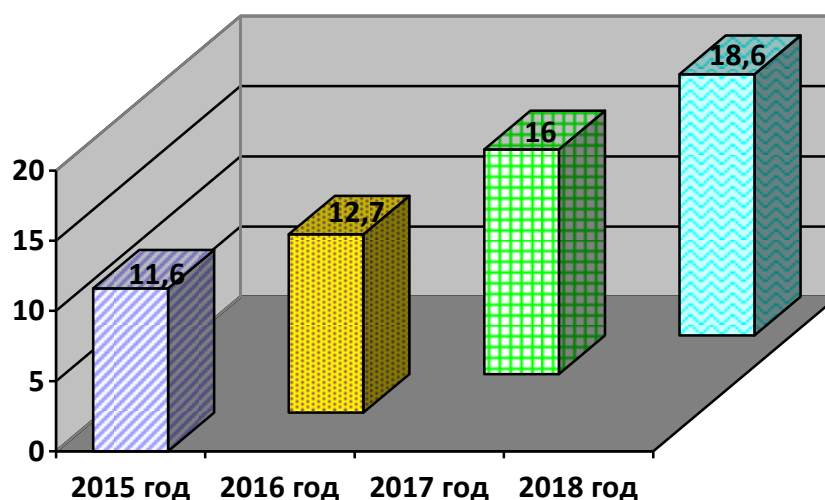
Существует еще один фактор, влияющий на падение продаж – вторичный рынок (ломбарды, интернет-площадки).

Сегодняшнее положение дел требует от производителей ювелирных изделий работы в следующих направлениях:

- уменьшения стоимости изделия;
- обязательного сохранения их достойного качества и эстетичного дизайна.

На основании представленной информации о состоянии ювелирного рынка можно предположить, что оптимистичных прогнозов на ближайшую перспективу не ожидается. Участники ювелирной отрасли считают, что падение спроса еще не достигло своего пика. Чтобы остаться в числе действующих предприятий, необходимо создать уникальные условия для платежеспособной категории покупателей, с целью удержания клиента.

Руководители рекомендуют пересмотреть ассортимент, найдя единственно верное направление, которое поможет сохранить прибыль и покупателя. Один из способов – переориентироваться на более дешевые, но качественные серебряные украшения.



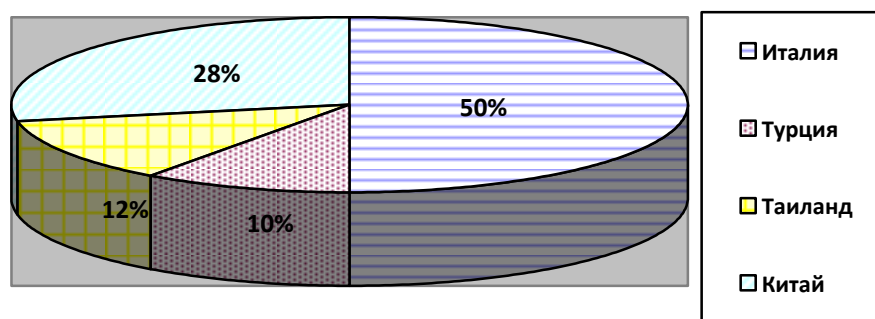
Источник: Ювелирный рынок. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www.businessman.ru](http://www.businessman.ru) (дата обращения 10.07.2018)

Рис. 1. Импорт ювелирных изделий в РФ

На рисунке 1 мы видим, что в 2018 году объем импорта был выше всего и составил 18,6 млрд. рублей по сравнению с 2015 годом (11,6 млрд. рублей), 2016 годом (12,7 млрд. рублей) и 2017 годом (16 млрд. рублей). По данным рисунка можно сделать вывод, что с каждым годом увеличивается объем импорта в Россию [20].

Импортная продукция занимает незначительную часть в ассортименте ювелирных компаний – до 5%. Отечественные изделия более качественные и

носские, они сделаны по старым ГОСТам, что само по себе гарантирует высокое качество. У покупателя не возникает вопроса относительно подлинности пробы на золоте, чистоты бриллианта и соответствия заявленных характеристик имеющимся. И хотя эксперты прогнозируют еще большее ухудшение положения ювелирной отрасли в 2018 году, есть и позитивные моменты – кризис станет новой эпохой, прорывом в российской ювелирной промышленности и откроет новую страницу в дизайне и качестве ювелирных украшений, сделанных в России [18].



Источник: Ювелирный рынок. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www.businessman.ru](http://www.businessman.ru) (дата обращения 10.07.2018)

Рис. 2. Структура импорта ювелирных изделий по странам

На рисунке 2 видно, что большая часть, ввозимых ювелирных изделий поступает в Россию из Италии (50%), а также из Китая (28 %), Таиланда (12%) и Турции (10%) [20].

Сегодня все производители ювелирных изделий заинтересованы в розничных магазинах. Компании, которые занимаются только дистрибьюцией, постепенно отходят на второй план. Это обусловлено следующими причинами:

- производитель старается напрямую выйти на потребителя, используя возможности прямого сбыта: телепродажу, продажу по каталогам и т.д.

- все большее распространение получает система франчайзинга. Розничный продавец гарантирует соблюдение фирменного стиля производителя. Гарантия подтверждается перечислением производителю залоговой суммы или покупкой продавцом лицензии на право использования торговой марки при продаже товара производителя. В свою очередь производитель принимает на себя расходы по рекламной поддержке и обучению персонала, предоставляет эксклюзивному партнеру товарный кредит и технологию.

Производители ювелирных изделий приобретают слитковое золото на мировом рынке драгоценных металлов, крупнейшими участниками которого являются биржи, расположенные в Лондоне и Цюрихе.

Российский рынок ювелирных товаров перешел на новый качественный этап развития: цивилизованная розница укрепляет свои позиции, в организованном сегменте появляется конкуренция, при этом темпы роста рынка замедляются.

В частности, цена золота напрямую или опосредованно зависит от состояния рынка энергетических ресурсов (прежде всего, нефти) и курса основных мировых валют. К числу показателей, оказывающих влияние на конъюнктуру золотого рынка, также относятся:

- распределение запасов золота;
- степень либерализации экономики и влияния на нее государства;
- возможность выхода производителей золота на мировой рынок драгоценных металлов;
- методы решения возникающих нормативно-правовых проблем [10].

Таким образом, на данном этапе развития российского ювелирного рынка очевидно следующее. Рынок ювелирных изделий имеет широкие перспективы роста и развития, которые обусловлены не только наличием у России богатой сырьевой базы, а и сложившимся вековым традициям ювелирного мастерства, которые пользуются спросом за рубежом.

1.2 Классификация и характеристика ассортимента ювелирных изделий в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС

К ювелирным изделиям относятся украшения, выполненные из драгоценных металлов (сплавов) и ювелирных камней с использованием техники ювелирного дела [18].

Типовую торговую классификацию ассортимента ювелирных изделий можно разделить на классификационные признаки:

- в зависимости от степени переработки (первичное сырье, стандартные слитки драгметаллов, ограненные ювелирные вставки, ювелирные изделия);

- по назначению (предметы личных украшений - кольца, серьги, броши, браслеты, бусы, колье, кулоны, медальоны и цепочки, предметы косметики - пудреницы, зеркала, флаконы для духов, булавки для шляп, запонки, зажимы для галстуков, принадлежности для курения - портсигары, сигаретницы, порттабаки, пепельницы, спичечницы, мундштуки составляют группу принадлежностей для курения, предметы для сервировки - стола ложки, вилки, ножи, рюмки, бокалы, стопки, графины для вина, чайники, кофейники, чашки с блюдцами, подстаканники, лопатки для пирожного, кольца салфеточные, солонки и перечницы, изделия из хрустального стекла, а также сервизы и приборы и изделия из хрустального и обыкновенного стекла, письменные принадлежности - чернильницы на подставке, пресс-папье, ножи для резки бумаги, стаканы для карандашей, настольные блокноты и бювары, письменные приборы с одной или двумя авторучками на каменной подставке, предметы для украшения интерьера - вазы, ларцы;

- принадлежности для часов принадлежности для наручных часов (браслеты для часов и ремни) и принадлежности для карманных часов (бортовые цепочки, ремни и шатленки);

- сувениры (памятные детали; нагрудные значки; гербы; ключи; брелоки-сувениры; символы; сувениры-скульптуры малых форм; сувенирные изделия народных художественных промыслов; прочие сувенирные изделия

(самовары сувенирные, светильники-ночники в сувенирном исполнении и др.);

- по используемому материалу: (золотые, серебряные, мельхиоровые, латунные, из кости, камня) [4, с.105].

Необходимо отметить, что предлагаемая торговая классификация не идеальна. Существует ряд изделий, в которых трудно определить, что более влияет на их потребительскую оценку: эстетическая ценность или же возможность применения по функциональному назначению [17].

В общероссийском классификаторе продукции (ОКПД 2), предназначенном для обеспечения достоверности, сопоставимости и автоматизированной обработки информации в таких сферах деятельности, как стандартизация, систематизация, сертификация продукции, статистический анализ, проведение маркетинговых исследований, используется своя классификация, удобная для названных целей.

В группе 96 «Изделия культурно-бытового, хозяйственного, учебного назначения, театрально-зрелищных предприятий, вспомогательные для легкой промышленности» выделена подгруппа 964000 «Изделия ювелирные, галантерея ювелирная и металлическая, изделия ритуально-обрядовые, награды, монеты» [19]. Классификация по ОКПД 2 в таблице 1.

Таблица 1

Классификация ювелирных изделий в соответствии с ОКПД 2*

Код ОКПД 2	Наименование товара по ОКПД 2
964100	Изделия ювелирные из золота
964200	Изделия ювелирные из платины и палладия
964300	Изделия ювелирные из серебра
964400	Галантерея ювелирная и металлическая
964500	Изделия ювелирные из ювелирного неметаллического минерального и органического сырья (в т. ч. в сочетании с металлами)
964600	Футляры для ювелирных изделий
96 4800	Камни природные, синтетические и выращенные, янтарь для ювелирной промышленности
96 4900	Награды. Монеты.

*Кодификант.ру. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://kodifikant.ru/class/> (дата обращения 28.06.2018)

Товарная Номенклатура Внешне-Экономической Деятельности (далее – ТН ВЭД ЕАЭС) – единый систематизированный перечень товаров, в котором каждому объекту присвоен уникальный код и размер таможенной пошлины. Классификатор используется таможней и участниками ВЭД для сокращения сроков процедуры таможенного оформления и усовершенствования обработки документации. Основой используемой в России ТН ВЭД ЕАЭС послужила Гармонизированная Система, классифицирующая и описывающая товары по назначению и отраслям экономики. Принятие Таможенным Союзом единой Товарной Номенклатуры позволяет однозначно идентифицировать товары, регулировать импорт и экспорт, планировать ВЭД и вести отчетность [1].

В ТН ВЭД выделен раздел XIV «Жемчуг природный или культивированный, драгоценные или полудрагоценные камни, драгоценные металлы, металлы, плакированные драгоценными металлами, и изделия из них; бижутерия; монеты» [19].

В раздел входит одна единственная группа 71, название которой полностью повторяет название раздела. Кроме того, имеется группа 96 «Разные готовые изделия», где в позиции 9601 попадают изделия из янтаря, кораллов, перламутра, сепиолита, гагата и некоторых других ювелирных материалов.

Группа 71 разделяется на 3 подгруппы:

- жемчуг природный или культивированный и драгоценные или полудрагоценные камни;
- драгоценные металлы; металлы, плакированные драгоценными металлами;
- ювелирные изделия, изделия золотых и серебряных дел мастеров и другие изделия.

В первой подгруппе выделены позиции:

- 7101. Жемчуг;
- 7102. Алмазы (незакрепленные);

- 7103. Драгоценные и полудрагоценные камни (кроме алмазов);
- 7104. Искусственные и реконструированные камни;
- 7105. Крошка и порошок.

Во второй подгруппе выделены позиции:

- 7106. Серебро;
- 7107. Металлы недрагоценные, плакированные серебром;
- 7108. Золото;
- 7109. Металлы недрагоценные или серебро, плакированные золотом;
- 7110. Платина (и металлы платиновой группы);
- 7111. Металлы недрагоценные, серебро или золото, плакированные платиной;
- 7112. Отходы и лом.

В третьей подгруппе выделены позиции:

- 7113. Ювелирные изделия (и их части);
- 7114. Изделия золотых и серебряных дел мастеров (и их части);
- 7115. Прочие изделия;
- 7116. Изделия из природного или культивированного жемчуга, драгоценных и полудрагоценных камней;
- 7117. Бижутерия;
- 7118. Монеты.

Внутри позиций применяются следующие классификационные признаки: степень обработки, назначение, проба (для сплавов).

Классификация ТН ВЭД удобна для регулирования внешнеторговых операций и начисления ввозной таможенной пошлины, но не удобна для использования в оптовых и розничных торговых предприятиях, а также при определении рыночной стоимости конкретного ювелирного изделия (или партии). Кроме того, классификация нуждается в некоторой переработке, связанной с тем, что на рынке ювелирных товаров появляются новые материалы, новые технологии и т.д [19].

Таким образом, ассортимент ювелирных изделий достаточно динамичен и изменяется в связи с постоянным развитием науки, состоянием технологии производства, характером потребительского спроса, а также сменой стилевых направлений.

ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

2.1 Характеристика ассортимента ювелирных изделий на примере магазина «Линии Любви»

Общество с ограниченной ответственностью «Торговая компания «Линии Любви» (далее – ООО «ТК «Линии Любви») зарегистрирована 2 ноября 2010 г. регистратором Инспекции Министерства Российской Федерации по налогам и сборам по г. Костроме.

Межрайонная инспекция Министерства Российской Федерации по налогам и сборам № 46 по г. Москве.

Руководитель организации: директор Никифорова Елена Александровна.

Юридический адрес: 156001, Костромская обл., г. Кострома, ул. городская, 1а.

Основным видом деятельности является «Торговля розничная ювелирными изделиями в специализированных магазинах».

Также предприятием зарегистрировано 17 дополнительных видов деятельности:

- строительство жилых и нежилых зданий;
- работы строительные специализированные прочие, не включенные в другие группировки;
- аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом;
- производство ювелирных изделий, бижутерии и подобных товаров;
- обработка алмазов;
- производство ювелирных изделий, медалей из драгоценных металлов и драгоценных камней;

- обработка отходов и лома драгоценных металлов;
- строительство жилых и нежилых зданий;
- деятельность агентов по оптовой торговле металлами в первичных формах;
- деятельность агентов, специализирующихся на оптовой торговле играми и игрушками, спортивными товарами, велосипедами, книгами, газетами, журналами, писчебумажными и канцелярскими товарами, музыкальными инструментами, часами и ювелирными изделиями, фототоварами и оптическими товарами;
- торговля оптовая ювелирными изделиями;
- торговля оптовая золотом и другими драгоценными металлами;
- торговля оптовая драгоценными камнями;
- торговля розничная прочими бытовыми изделиями в специализированных магазинах;
- торговля розничная бывшими в употреблении товарами в магазинах;
- покупка и продажа собственного недвижимого имущества;
- операции с недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе.

Сеть магазинов «Линии Любви» расположены во всех Регионах РФ.

В г. Смоленск магазин «Линии Любви» расположен по адресу: ул. Ново-Московская, 2/8, ТЦ «Галактика».

Месторасположение магазина – удачное. Расположен на первом этаже торгового центра, в 50 метрах от главного входа.

Общая площадь торгового предприятия составляет 225,1 кв. м. Площадь торгового зала магазина составляет 169,1 кв. м.

Торговый зал разделен на два сектора:

- изделия из серебра;
- изделия из золота.

Магазин работает по режиму работы торгового центра, а именно с 10.00 до 20.00.

Организационная структура магазина «Линии Любви» представлена на рисунке 3.



Рис. 3. Организационная структура магазина «Линии Любви»

Источник: Плешев А.М. Классификация и ассортимент ювелирных изделий. Кооперативная торговля ювелирных изделий.- М.: 2015. - 454 с.

Главным управляющим магазина является директор. В его подчинении находится весь персонал магазина.

Директор выполняет следующие функции: определяет перспективы развития магазина, ищет новых поставщиков, обеспечивает высокое качество продукции и улучшение ее ассортимента, занимается обеспечением магазина кадрами требуемых профессий и специальностей.

В подчинении у директора находится товаровед, который также выполняет строго определенные функции: составляет заказ на товар, принимает товар на гарантийный ремонт, следит за работой продавцов-консультантов.

К функциям продавцов-консультантов относятся: ведение работы с покупателями, общение с ними, помощь в определении выбора украшений, сообщение покупателям информации о свойствах и предназначении товара, оформление документов на продажу за наличный расчет, а также помощь в оплате покупателям.

В должностные обязанности бухгалтера входит:

- ведение бухгалтерии на предприятии;

- участие в разработке и дальнейших мероприятиях, непосредственно направленных на рациональное и правильное использование ресурсов;
- осуществление приема и проведение контроля первичной документации;
- расчет и дальнейшее перечисление налогов и других сборов в местный и федеральный бюджеты, различных платежей в банковские учреждения;
- обеспечение инвесторов, кредиторов, руководителей, аудиторов достоверной бухгалтерской отчетностью.

Данная организационная структура относится к линейно-функциональной структуре управления. Преимуществом данной структуры является качественное разделение труда в управлении, при котором линейные руководители сохранили за собой право отдавать распоряжение и принимать решения при участии и помощи функциональных работников.

Проведем анализ динамики результатов деятельности ООО «ТК «Линии Любви» на основании данных, представленных в таблице 2.

Таблица 2

Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «ТК «Линии Любви», тыс. руб.*

Наименование	2016 г.	2017 г.	Отклонение (+,-)	2017г. в % к 2016г.
Выручка	62477223	85113918	22636695	136,2
Себестоимость продаж	44353860	53945961	9592101	121,6
Валовая прибыль	18123363	31167957	13044594	172,0
Коммерческие расходы	13144946	17168314	4023368	130,6
Управленческие расходы	3320338	2826577	-493761	85,1
Прибыль (убыток) от продаж	1658079	11173066	9514987	673,9
Доходы от участия в других организациях	2657	8872	6215	333,9
Проценты к получению	639744	247834	-391910	38,7
Проценты к уплате	1902683	1853278	-49405	97,4
Прочие доходы	5611727	393565	-5218162	7,0
Прочие расходы	2270664	2772354	501690	122,1
Прибыль (убыток) до налогообложения	3738860	7197705	3458845	192,5
Текущий налог на прибыль	1104848	1800301	695453	162,9

Продолжение таблицы 2

Наименование	2016 г.	2017 г.	Отклонение (+,-)	2017г. в % к 2016г.
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	-262340	-398910	-136570	152,1
Изменение отложенных налоговых обязательств	28696	3752	-24944	13,1
Изменение отложенных налоговых активов	125609	32233	-93376	25,7
Прочее	214	335351	335137	156706,1
Чистая прибыль (убыток)	2730711	5696770	2966059	208,6

*Ювелирный рынок. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www.businessman.ru](http://www.businessman.ru) (дата обращения 10.07.2018)

На основании таблицы 2 можно сделать следующие выводы:

1. В 2017г. по сравнению с 2016г. произошли изменения следующих показателей:

- выручка увеличилась на 22636695 тыс. руб. или на 36,2%;
- себестоимость продаж также увеличилась на 9592101 (21,6%).

2. Положительным моментом является превышение темпов роста выручки над темпами роста себестоимости:

- валовая прибыль увеличилась 13044594 тыс. руб. или на 72%;
- прибыль от продаж существенно увеличилась на 9514987 (573,9%).

3. Данному изменению поспособствовали рост валовой прибыли, а также снижение управленческих расходов:

– прибыль до налогообложения снизилась на 92,5% , что в абсолютном выражении составляет 3458845 тыс. руб. Увеличению данного показателя способствовало увеличения прибыли от участия в других организациях;

- чистая прибыль в увеличилась 108,6%.

Анализ результатов деятельности ООО «ТК «Линии Любви» положительно характеризует деятельность организации.

Рассчитаем показатели рентабельности ООО «ТК Линии Любви» и оценим их динамику за 2016-2017гг. (таблица 3).

Относительные показатели эффективности деятельности, %

Наименование	2016 г.	2017 г.	Отклонение (+,-)
Рентабельность продаж	2,7	13,1	10,4
Рентабельность продаж до уплаты налогов	6	8,5	2,5
Рентабельность продаж по чистой прибыли	4,4	6,7	2,3
Рентабельность основного вида деятельности	8,6	14,8	6,2
Коэффициент покрытия процентов	127,1	13,1	-114
Рентабельность собственного капитала	73	116,1	43,1
Рентабельность активов	6,3	11,7	5,4
Прибыль на инвестированный капитал	29,5	49,6	20,1
Рентабельность производственных ресурсов	6,2	12,4	6,2
Фондоотдача	8,85	11,7	2,85

*Ювелирный рынок. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www.businessman.ru](http://www.businessman.ru) (дата обращения 10.07.2018)

Все показатели рентабельности таблицы 3 имели тенденцию к увеличению, что положительно характеризует деятельность ООО «ТК «Линии Любви».

В 2017г. по сравнению с 2016г. значительно увеличился показатель рентабельность собственного капитала на 43,1%. Рост данного показателя говорит об увеличении чистой прибыли на 43,1 руб. с каждых 100 руб. собственных средств.

Рентабельность активов увеличилась на 5,4%, что свидетельствует о том, что чистой прибыли с учетом процентов к уплате в 2016г. на 5,4% процента больше, чем в 2015г.

Рентабельность продаж увеличилась на 10,4%, рентабельность продаж до уплаты налогов увеличилась на 2,5%, Рентабельность продаж по чистой прибыли увеличилась на 2,3%. Рентабельность основного вида деятельности увеличилась на 6,2%.

Ассортиментная политика – одно из самых главных направлений деятельности маркетинга торговой компании. Особенно ассортиментная политика значима в условиях жесткой конкурентной среды, когда к товару со стороны потребителя предъявляются повышенные требования по качеству и

ассортименту, и от эффективности работы предприятия с производимым товаром зависят все экономические показатели компании. Лидерство в конкурентной борьбе за клиента получает тот, кто наиболее компетентен в ассортиментной политике, владеет методами ее реализации и может максимально эффективно ею управлять [16].

Товарный ассортимент организации должен соответствовать представлениям целевых покупателей. Все чаще ассортимент становится ключевым элементом конкурентной борьбы между схожими компаниями. Хорошо продуманная ассортиментная политика не только позволяет оптимизировать процесс обновления товарного ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода указателем общей направленности. Формирование и реализация ассортиментной политики необходимы для:

- определения условий безубыточной работы предприятия;
- управления объемом прибыли с целью оптимизации налогообложения и прогнозирования собственных инвестиций в развитие бизнеса.

Задачи ассортиментной политики:

- удовлетворение запросов потребителей – один из основных принципов маркетинга, который соответствует задаче глубокой сегментации и дифференциации рынка и обеспечивает тесную связь с потребителями;
- оптимальное использование технологических знаний и опыта предприятия;
- оптимизация финансовых результатов предприятия – формирование ассортимента основывается на ожидаемой рентабельности и величине прибыли, что чаще встречается в практике работы предприятий, однако может быть оправдано при тяжелом финансовом положении, отсутствии альтернатив и др.;
- завоевание новых покупателей путем расширения сферы применения существующей производственной программы. Этот подход достаточно консервативен, так как рассчитан на краткосрочные результаты и

предполагает удлинение жизненного цикла устаревающих изданий за счет нахождения новых рынков сбыта;

- соблюдение принципов гибкости за счет диверсификации сфер деятельности предприятия отрасли печати и включения в них нетрадиционных отраслей;

- соблюдение принципа синергизма, предполагающего расширение областей производства и услуг предприятия, связанных между собой определенной технологией, единой квалификацией кадров и другой логической зависимостью [9, с. 104].

Обеспечение необходимого уровня обслуживания покупателя и рост основных экономических показателей деятельности торгового предприятия зависят от правильного формирования ассортимента товаров в магазине.

Ассортимент ювелирных изделий в магазине «Линии Любви» весьма разнообразен [12].

Структура ассортимента ювелирных изделий, реализуемых магазином «Линии Любви» представлены в таблице 4.

Таблица 4

Структура торгового ассортимента ювелирных изделий по поставщикам, реализуемых в магазине «Линии Любви»

Поставщики	Количество поставляемых позиций	Удельный вес (%)
Костромской ювелирный завод «Топаз»	50	41,6
Русские самоцветы	8	6,7
Ювелиры Урала	26	21,7
Ювелирпром	6	4,8
Московский ЭКСМО	15	12,5
Уральские самоцветы	15	12,5
Итого	120	100

На основании данных таблицы 4 можно сделать следующие выводы:

1. У магазина «Линии Любви» 2 крупных поставщика:

- Костромской ювелирный завод «Топаз» – 41,6%;

- ООО «Ювелиры Урала – 21,7%.

2. Среди стран-производителей основное место в ассортименте занимают ювелирные изделия с драгоценными камнями, произведенные только в России (100 %) [15].

3. Изделия турецкого и испанского происхождения поставляют российские поставщики.

Ассортимент ювелирных изделий с драгоценными камнями по декоративной механической обработке представлен в таблице 5.

Таблица 5

Структура торгового ассортимента ювелирных изделий с драгоценными камнями по декоративной механической обработке, реализуемых в магазине «Линии Любви»

Наименование обработки	Количество видов ювелирных изделий, шт	Удельный вес, %
Полировка	20	16,6
Матирование	24	20
Плоскостное гравирование	12	10
Гравирование под глянец	8	6,7
Обронное гравирование	12	10
Алмазная грань	44	36,6
Итого	120	100

Из данных таблицы видно, что наибольшим спросом у покупателей пользуются ювелирные изделия в алмазной грани – 36,6% и матированной обработке – 20% [15].

Ассортимент ювелирных изделий по половозрастному признаку, реализуемый в магазине «Линии Любви» представлен в таблице 6.

Таблица 6

Структура торгового ассортимента ювелирных изделий по половозрастному признаку, реализуемых магазином «Линии Любви»

Наименование ювелирных изделий	Количество видов, шт	Удельный вес, %
Детские	8	6,6
Женские	68	56,8
Мужские	44	36,6
Итого	120	100

На основании таблицы 6 можно сделать вывод, что в магазине «Линии Любви» в ассортименте преобладают женские ювелирные изделия, удельный вес которых составляет 56,8%.

Ассортимент ювелирных изделий по содержанию золота (пробы) представлен в таблице 7.

Таблица 7

Структура ассортимента ювелирных изделий по содержанию золота (пробы), реализуемых магазином «Линии Любви»

Проба ювелирных изделий	Количество видов, шт	Удельный вес, %
500	8	6,6
585	106	88,3
700	5	4,2
900	5	4,2
Итого	120	100

Из данных таблицы 7 видно, что в ассортименте магазина «Линии Любви» преобладают ювелирные изделия 585 пробы, удельный вес которых составляет 88,3%.

Ассортимент ювелирных украшений с драгоценными камнями в зависимости от драгоценных камней, представлен в таблице 8.

Таблица 8

Структура ассортимента ювелирных изделий в зависимости от применяемых драгоценных камней, реализуемых магазином «Линии Любви»

Вид камня	Количество видов, шт	Удельный вес, %
Бриллиант	10	8,0
Изумруд	6	4,8
Гранат	3	2,4
Сапфир	4	3,2
Рубин	5	4,0
Циркон	30	25
Бирюза	4	3,2
Турмалин	1	0,8
Жемчуг	4	3,2
Янтарь	16	13,4
Малахит	4	3,2

Продолжение таблицы 8

Вид камня	Количество видов, шт	Удельный вес, %
Нефрит	3	2,4
Оникс	1	0,8
Яшма	4	3,2
Берилл	2	1,6
Аквамарин	2	1,6
Агат	3	2,4
Опал	1	0,8
Фианит	16	13,4
Итого	120	100

Из таблицы 8 видно, что в ассортименте магазина «Линии Любви» наиболее представлены драгоценные камни как:

- циркон – 25%;
- янтарь – 13,4%;
- фианит – 13,4%;
- бриллиант – 8%.

Структура ассортимента ювелирных изделий, реализуемые магазином «Линии Любви», представлена в таблице 9.

Таблица 9

Структура торгового ассортимента ювелирных изделий по функциональному назначению, реализуемых магазином «Линии Любви»

Наименование изделий с драгоценными камнями	Количество видов, шт	Удельный вес, %
Кулоны	15	12,5
Серьги	26	21,7
Кольца	40	33,3
Колье	8	6,7
Цепочки	10	8,3
Браслеты	18	15
Брелоки	3	2,5
Итого	120	100

На основании таблицы 9 можно сделать следующий вывод, что ассортименте, реализуемом в магазине «Линии Любви» преобладают серьги и кольца, удельный вес которых составляет 21,7 и 33,3 % соответственно.

Ассортимент женских ювелирных изделий по размеру колец представлен в таблице 10.

Таблица 10

Структура ассортимента ювелирных изделий, реализуемых магазином «Линии Любви» по размеру

Размер, мм	Количество видов, шт	Удельный вес, %
14	2	3
15	2	1,7
16	7	5,8
16,5	2	3
17	15	12,5
17,5	8	6,6
18	34	28,3
18,5	10	8,3
19	25	20,8
19,5	5	4,2
20	9	7,5
21	5	4,2
Итого	120	100

Из данных таблицы видно, что наиболее широко представлены в магазине кольца 18 размера, удельный вес которых составил 28,3 %, а также кольца 19 размера, удельный вес которых составил 20,8%.

Одним из важных показателей характеризующий ассортимент товара в торговой организации является коэффициент устойчивости, который определяется как отношение количества видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей, к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп.

Коэффициент устойчивости (K_y) рассчитывается по формуле (1):

$$K_y = (Y : Ш_6) \times 100, \quad (1)$$

где Y – количество видов товаров пользующих спросом;

$Ш_6$ – наименования товаров однородной группы.

Ассортимент ювелирных изделий, пользующийся устойчивым спросом у покупателей в 2017г. показан в таблице 11.

**Ассортимент товара магазина «Линии Любви» пользующийся
устойчивым спросом у покупателей**

Группа изделий	Наименование	Реализация, шт.
Изделия из золота	Кольца	118
	Браслеты	96
	Серьги	85
	Мужские печатки	75
	Обручальные кольца	73
	Подвески	66
	Ожерелья	30
Изделия из серебра	Итого	543
	Цепочки	94
	Броши	30
	Кольца	54
	Браслеты	41
	Подвески	16
	Серьги	3
	Итого	238

Коэффициент устойчивости рассчитан по каждой группы в таблице 11:

– золотые изделия:

$$K_y = 7:543 \times 100 = 1,28, \quad (2)$$

– изделия из серебра:

$$K_y = 4:238 \times 100 = 1,68, \quad (3)$$

Показатели по ширине и глубине ассортимента в магазине «Линии Любви» имеют высокое значение коэффициента, что позволяет оптимально расширить ассортимент по второй группе товаров.

Коэффициент широты выражается как отношение действительного количества видов, разновидностей и наименований товаров, однородных и разнородных групп к базовому и рассчитывается по формуле 4:

$$K_{ш} = \Gamma_{ф} : \Gamma_{н}, \quad (4)$$

где $\Gamma_{ф}$ — количество групп товаров на момент определения.; $\Gamma_{н}$ — общее количество групп товаров.

Полнота характеризуется коэффициентом полноты, который выражается как отношение действительного показателя полноты к базовому и рассчитывается по формуле 5:

$$K_{п} = V_{ф} : V_{н}, \quad (5)$$

где $V_{ф}$ - фактическое количество видов товаров на момент обследования (проверки); $V_{н}$ - количество видов, предусмотренное ассортиментным перечнем, договором поставки, стандартами.

Результаты расчета коэффициента широты и полноты по магазину «Линии Любви» представлены в таблице 12.

Таблица 12

Анализ коэффициентов полноты и широты ассортимента ювелирных изделий магазина «Линии Любви»

Подгруппа товаров по функциональному назначению	Количество разновидностей товаров в группе, шт.		Показатели оценки ассортимента			
	возможное	фактическое	широта	полнота		
1. Изделия из золота						
1.1. Кольца	118	69	0,92	0,6		
1.2. Браслеты	96	50				
1.3. Серьги	85	36				
1.4. Мужские печатки	75	28				
1.5. Обручальные кольца	73	68				
1.6. Подвески	66	50				
1.7. Ожерелья	30	10				
2. Изделия из серебра						
2.1. Цепочки	94	49				
2.2. Броши	30	20				
2.3. Кольца	54	48				
2.4. Браслеты	41	29				
2.5. Подвески	16	9				
2.6. Серьги	3	0				
Итого	781	466				

При анализе данных таблицы 12, было выявлено, что на момент проверки ассортимента ювелирных изделий количество групп фактическое и потенциально возможное не совпадало, так как серьги из серебра,

предусмотренные ассортиментным перечнем, в магазине «Линии Любви» отсутствовали.

Коэффициент показателя широты ассортимента составил 0,92, что является положительным, но не оптимальным значением, которое равно 1.

Показатель полноты ассортимента ювелирных изделий, реализуемой в магазине «Линии Любви», составил 0,6. Это означает, что в магазине имеется только 60 % товаров из количества, предусмотренного ассортиментным перечнем (466 единиц из 781 единицы). Значение этого показателя показывает, что больше половины товаров из ассортиментного перечня имеется в магазине «Линии Любви». Показатель полноты в магазине находится на низком уровне, он должен стремиться к идеальному коэффициенту полноты ассортимента -1, которая показывает, что все товары возможного ассортимента представлены в данном магазине фактически.

На основании полученных результатов можно сделать вывод, что следует расширить ассортиментную группу изделий из серебра, возможно при этом учитывать размер, фасон, новые направления моды.

Таким образом, ООО «ТК «Линии Любви»» – прибыльное предприятие, что подтверждает положительная динамика результатов деятельности предприятия.

Проведенный анализ показывает, что показатели прибыли и рентабельности магазина имеют тенденцию к росту. Это связано с тем, что за время своего существования магазин, с одной стороны, приобрел свой круг постоянных клиентов, который неуклонно расширяется, что приводит к увеличению объема продаж; а с другой стороны, наладил тесные связи с поставщиками, что позволяет приобретать товары со скидкой, снижая тем самым себестоимость товаров.

Ассортимент ювелирных изделий в магазине «Линии Любви» весьма разнообразен. Однако необходимо отметить, что магазину следует расширить ассортиментную группу изделий из серебра, возможно при этом учитывать размер, фасон, новые направления моды [14].

2.2 Организация и порядок проведения экспертизы качества ювелирных изделий

Экспертиза качества ювелирных изделий – это проверка соответствия конкретного изделия требованиям, установленным стандартами и другими нормативными документами. Экспертизе могут быть подвергнуты не только ювелирные украшения, но и предметы быта, сувениры (медали, нагрудные значки и т.д.) [13].

Цель экспертизы: предоставление объективной независимой оценки качества ювелирного изделия.

Экспертиза проводится на основании заявления заказчика высококвалифицированным специалистом в данной области.

Заявки на экспертизу могут быть как разовые, так и долгосрочные.

Экспертиза ювелирных изделий проводится в следующих случаях:

- обнаружения дефекта изделия в процессе производства или эксплуатации;
- производитель желает подтвердить качество своей продукции для повышения доверия покупателей;
- по заявкам судебных и следственных органов. В этом случае экспертиза применяется в уголовном процессе, как на предварительном следствии, так и во время разбирательства дела в суде.

Процедура проведения экспертизы потребительских свойств ювелирных изделий представляет собой последовательность определенных действий эксперта. Количество, порядок этих действий, а также их содержание определяются задачами экспертизы, особенностью изделий, состоянием изделий на момент экспертизы [11].

Основными этапами экспертизы являются:

- рассмотрение заявления и осмотр ювелирного изделия, по результатам которого принимается решение, будет ли проводиться экспертиза или нет;

– экспертиза проводится внешним осмотром, констатируя наличие клейм пробы Инспекции пробирного надзора и именника изготовителя, органолептическим методом (на основе анализа восприятия органами чувств внешнего вида) устанавливается наличие дефекта, выявляются следы эксплуатации, их взаимосвязь и влияние на образование имеющихся дефектов, а также лабораторным способом, прибегнув, по необходимости, к услугам аккредитованной испытательной лаборатории;

– фотосъемка ювелирного изделия (если необходима);

– по результатам выполненной экспертизы оформляется акт, имеющий доказательную силу в суде.

В акте указывается:

– наименование объекта экспертизы;

– подробное описание;

– наличие и происхождение дефекта;

– нормативно-техническая база, в соответствии с которой проводилась экспертиза;

– выводы, относительно качества проверенного изделия [8].

Основными скрытыми производственными дефектами, проявляющимися в процессе эксплуатации, являются:

– некачественное крепление вставок в ювелирные изделия, в результате чего происходит их выпадение;

– трещины, образующиеся в результате нарушения процесса производства на стадии термической обработки;

– раковины, поры, инородные включения, снижающие прочность сплава, приводящие к образованию переломов;

– некачественное соединение звеньев плетеных изделий (цепочек, браслетов) с последующим распадением по месту соединения [10].

Причинами образования приобретенных (эксплуатационных) дефектов ювелирных изделий являются:

- механические воздействия в процессе эксплуатации, превышающие предел прочности изделий, отдельных деталей и узлов;
- взаимодействие с агрессивными средами (щелочными моющими средствами, веществами, содержащими хлор, йод, ртуть или ее соединения) [7].

Основными дефектами, образовавшимися в результате нарушений условий эксплуатации, являются:

- деформация отдельных элементов изделий;
- разрывы плетеных изделий (цепочек, браслетов) в местах соединения звеньев;
- выпадение ювелирных вставок в результате механических воздействий;
- трещины и сколы вставок, образовавшиеся от механических воздействий;
- темные пятна на поверхности изделий, в результате взаимодействия с агрессивными средами.

Качество изготовленных украшений зависит от многих факторов. Наибольшее значение имеют показатели, непосредственно формирующие качество ювелирных изделий, такие как:

- качество исходных материалов;
- качество проектирования изделий;
- качество технологической обработки.

При контроле качества изделий проверяют правильность маркировки и упаковки изделия, руководствуясь при этом соответствующей нормативно-технической документацией. Правила и порядок контроля качества готовых изделий описаны в соответствующей нормативно-технической документации [9].

При органолептической оценке качества золотого кольца, важными показателями будут являться:

- реквизиты товарного и контрольного ярлыка;
- внешний вид, посадка изделия;
- материалы, симметричность формы и расположения парных деталей [6].

Для оценки качества товара реализуемых в магазине «Линии Любви», были отобраны такие образцы как:

- цепь из золота;
- кольцо из золота;
- браслет.

Оценка качества проводилась на основании требований ГОСТ Р 53197-2008 «Ювелирные изделия. Пробы сплавов на основе драгоценных металлов» [2].

Внешний вид образца №1 на рисунке 4.



Рис. 4. Образец №1 – цепь из золота

На основании рисунка 4 видно, что образец № 1 – цепь из золота имеет следующие характеристики:

- длина – 450 мм;
- золото 585 проба;
- переплетение «Итальянка»;
- отделка поверхности – шлифовка;
- вид крепления звеньев – переплет;

- вес 41 г.;
- застежка – спаяна;
- производитель – Костромской ювелирный завод;
- цена – 21500 руб.

Внешний вид образца №2 на рисунке 5.



Рис. 5. Образец №2 – браслет золотой

На основании рисунка 5 видно, что образец № 2 – браслет золотой имеет следующие характеристики:

- золото 585 пробы;
- длина – 150 мм;
- переплетение сплошное;
- отделка со ставками белого золото;
- застежка спаяна;
- вес 15 г.;
- производитель – Костромской ювелирный завод;
- цена 13500 руб.

Внешний вид образца №3 на рисунке 6.

На основании рисунка 6 видно, что образец № 3 – кольцо золотое имеет следующие характеристики:

- золото 585 пробы;
- размер – 16,5;

- поверхность шлифованная, имеет узор в виде бабочки;
- вставки – феоновые камни;
- производитель – Костромской ювелирный завод;
- цена 4500 руб.



Рис. 6. Образец №3 – кольцо золотое

Сравнительный анализ качества отобранных образцов ювелирных изделий, реализуемых в магазине «Линии Любви» в соответствии с ГОСТ Р 53197-2008 в таблице 13 [2].

Таблица 13

**Общая характеристика отобранных образцов ювелирных изделий,
реализуемых в магазине «Линии Любви»**

Наименование изделия	Наименование изготовителя	Внешний вид изделия	Качество заправки	Масса изделия
Цепь из золота	Костромской ювелирный завод	Шлифованная, доведенная до блеска; трещин нет	Закреплена	Масса изделие 40 грамм указана на ярлыке, на весах 41 грамм.
Браслет золотой	Костромской ювелирный завод	Не имеет трещин, раковин, заусенцев	Вставок не имеется	Масса 15 грамм
Кольцо золотое	Костромской ювелирный завод	Кольцо шлифованное не имеет трещин заусенца, со вставками феонита	Закреплены в оправе неподвижно, выпадение вставок исключено	Масса изделия 3,5 грамм указана на ярлыке, на весах 4 грамм

Из таблицы 13 следует, что при проведении оценки качества 3 образцов ювелирных изделий, было выявлено, что все 3 образца соответствуют по всем показателям ГОСТ Р 53197-2008 и не имеют отклонений.

Далее мы проанализируем соблюдение нормативным требованиям качества маркировки, упаковки ювелирных изделий различных изготовителей и полноты предоставляемой информации.

В соответствии с ОСТ 117-3-002-95 «Изделия ювелирные из драгоценных металлов. Общие технические условия» каждое изделие должно иметь оттиск знака-именника предприятия-изготовителя, зарегистрированного в территориальной государственной инспекции пробирного надзора Российской государственной пробирной палаты и быть заклеено в соответствии с Правилами клеймения изделий из драгоценных металлов, утвержденных Министерством финансов Российской Федерации.

Маркировка наносится на частях изделия согласно требованиям Правил клеймения изделий и технической документации на изделие. Оттиск пробирного клейма должен иметь четкое изображение всех элементов клейма и контура рамки [3].

Каждое изделие должно иметь ярлык со следующими реквизитами:

- наименование и товарный знак предприятия изготовителя;
- местонахождение предприятие изготовителя ;
- наименование изделия;
- артикул;
- наименование и проба драгоценного металла ;
- масса изделия в граммах;
- цена за грамм;
- цена изделия;
- размер кольца, браслета, цепочки, длина соединительного звена браслета;
- наименование материала вставки ;

- номер изделия;
- месяц, год изготовления;
- номер акта калькуляции;
- обозначение настоящего стандарта;
- характеристика и НДС на вставки
- штамп ОТК.

Рассмотрим маркировку 3 образцов ювелирных изделий в соответствии с ОСТ 117-3-002-95 в таблице 14 [3].

Таблица 14

Анализ маркировки ювелирных изделий и информации на ней

Маркировочные реквизиты в соответствии с ОСТ 117-3-002-95	Образец №1 Цепь из золота	Образец №2 Браслет золотой	Образец №3 Кольцо золотое
1. Наименование и товарный знак предприятия изготовителя	Имеется	Имеется	Имеется
2. Местонахождение предприятие изготовителя	Имеется	Имеется	Имеется
3. Наименование изделия	Имеется	Имеется	Имеется
4. Артикул	Имеется	Имеется	Имеется
5. Наименование и проба драгоценного металла	золото, 585 проба	золото, 585 проба	золото, 585 проба
6. Масса изделия в граммах	41 г.	15 г.	Не указана
7. Цена за грамм	Имеется	Имеется	Имеется
8. Цена изделия	21500 руб.	13500 руб.	4500 руб.
9. Размер кольца, браслета, цепочки, длина присоединительного звена браслета	450 мм	150 мм	16,5
10. Наименование материала вставки	Нет вставок	Вставки белого золота	Вставки фионита
11. Обозначение ОСТ 117-3-002-95	Имеется	Имеется	Имеется
12. Штамп ОТК	Имеется	Имеется	Имеется

В соответствии с данными таблицы 14, можно сделать вывод, что только 2 выбранных образца ювелирных изделий имеют все необходимые реквизиты и соответствуют ОСТ 117-3-002-95 в части маркировки. А образец №3 не имеет на ярлыке реквизита «Масса изделия в граммах», что является нарушением указанного ОСТ.

Согласно Постановлению Правительства РФ № 55 от 19 января 1998 года, ювелирные изделия не подлежат обязательной сертификации, но в обязательном порядке должны сопровождаться биркой, которая содержит полную информацию об изделии, а также имеет полную юридическую силу.

Обязательной сертификации подлежат только неоправленные драгоценные камни, предлагающиеся для продажи физическим лицам. Их сертификацию производят сертификационные центры России, например, Сертификационный центр Пробирной Палаты.

Экспертная оценка 3 выбранных образцов ювелирных изделий проводится при участии 7 экспертов, которые независимо друг от друга присваивают каждому единичному показателю свойств свой ранг в соответствии с его значимостью от 1 до 10.

В таблице 15 виден расчет суммы рангов, отклонений среднеарифметического, квадратов отклонений и коэффициентов весомости образца № 1- цепь из золота.

Таблица 15

**Результаты ранжирования показателей потребительских свойств
цепи из золота**

Показатель и потребительских свойств	Ранги экспертов							Сумма рангов	Отклонение среднеарифметического	Квадрат отклонения среднеарифметического	Коэффициент весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
1. Внешний вид	9	9	9	9	9	9	9	63	-26,7	712,89	0,17
2. Надежность	9	9	9	9	8	9	9	62	-25,7	660,49	0,17

Продолжение таблицы 15

Показатель и потребительских свойств	Ранги экспертов							Сумма рангов	Отклонение среднеарифметического	Квадрат отклонения среднеарифметического	Коэффициент весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
3. Безопасность	8	8	8	7	7	7	7	52	-15,7	246,49	0,14
4. Новизна	9	9	9	8	8	8	9	60	-23,7	561,69	0,16
5. Долговечность	9	9	9	9	9	9	9	63	-26,7	712,89	0,17
6. Качество изделия	9	9	9	9	9	9	9	63	-26,7	712,89	0,17
Итого								363			

Из таблицы 15 видно, что коэффициенты весомости у каждого показателя потребительских свойств отличаются, так как их значимость для потребителя различна. Наиболее значимыми показателями являются внешний вид, надежность, долговечность и качество изделия.

В таблице 16 проведен расчет суммы рангов, отклонений среднеарифметического, квадратов отклонений и коэффициентов весомости образца № 2- браслет золотой.

Таблица 16

Результаты ранжирования показателей потребительских свойств браслета золотого

Показатель и потребительских свойств	Ранги экспертов							Сумма рангов	Отклонение среднеарифметического	Квадрат отклонения среднеарифметического	Коэффициент весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
1. Внешний вид	9	9	9	9	9	9	9	63	-28,5	812,25	0,18
2. Надежность	8	8	7	7	7	8	8	53	-18,5	342,25	0,15

Продолжение таблицы 16

Показатель и потребительских свойств	Ранги экспертов							Сумма рангов	Отклонение среднеарифметического	Квадрат отклонения среднеарифметического	Коэффициент весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
3. Безопасность	8	7	7	6	6	7	7	48	-13,5	182,25	0,14
4. Новизна	8	7	8	8	8	8	8	55	-20,5	420,25	0,16
5. Долговечность	9	9	9	9	9	9	9	63	-28,5	812,25	0,18
6. Качество изделия	9	9	9	9	9	9	9	63	-28,5	812,25	0,18
Итого								345			

Из таблицы 16 видно, что коэффициенты весомости у каждого показателя потребительских свойств отличаются, так как их значимость для потребителя различна. Наиболее значимыми показателями являются внешний вид, долговечность и качество изделия.

В таблице 17 проведен расчет суммы рангов, отклонений среднеарифметического, квадратов отклонений и коэффициентов весомости образца № 3- кольцо золотое.

Таблица 17

Результаты ранжирования показателей потребительских свойств

кольца золотого

Показатель и потребительских свойств	Ранги экспертов							Сумма рангов	Отклонение среднеарифметического	Квадрат отклонения среднеарифметического	Коэффициент весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
1. Внешний вид	9	9	9	9	9	9	9	63	-29,1	846,81	0,18
2. Надежность	7	7	7	8	8	8	7	52	-18,1	327,61	0,15

Продолжение таблицы 17

Показатель и потребительских свойств	Ранги экспертов							Сумма рангов	Отклонение среднеарифметического	Квадрат отклонения среднеарифметического	Коэффициент весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
3. Безопасность	7	7	7	7	7	7	7	49	-15,1	228,01	0,14
4. Новизна	8	8	8	8	7	7	9	55	-21,1	445,21	0,16
5. Долговечность	8	8	8	8	9	9	9	59	-25,1	630,01	0,17
6. Качество изделия	8	8	9	9	9	9	9	61	27,1	734,41	0,18
Итого								339			

Из таблицы 17 видно, что коэффициенты весомости у каждого показателя потребительских свойств отличаются, так как их значимость для потребителя различна. Наиболее значимыми показателями являются внешний вид и качество изделия.

В таблице 18 приведен расчеты среднего балла, уровня качества и определим комплексный показатель образца №1 - цепь из золота.

Таблица 18

Определение комплексного показателя цепи из золота

Показатели потребительских свойств	Оценки экспертов							Средний балл	Уровень качества	Комплексный показатель
	1	2	3	4	5	6	7			
1. Внешний вид	9	9	9	9	9	9	9	9	1,53	8,502
2. Надежность	9	9	9	9	8	9	9	8,8	1,5	
3. Безопасность	8	8	8	7	7	7	7	7,4	1,036	
4. Новизна	9	9	9	8	8	8	9	8,6	1,376	
5. Долговечность	9	9	9	9	9	9	9	9	1,53	
6. Качество изделия	9	9	9	9	9	9	9	9	1,53	
Итого										

Комплексный показатель представляет собой сумму уровней качества показателей потребительских свойств.

В таблице 19 приведены расчеты среднего балла, уровня качества и определим комплексный показатель образца №2 - браслет золотой.

Таблица 19

Определение комплексного показателя браслета золотого

Показатели потребительских свойств	Оценки экспертов							Средний балл	Уровень качества	Комплексный показатель
	1	2	3	4	5	6	7			
1. Внешний вид	9	9	9	9	9	9	9	9	1,62	8,26
2. Надежность	8	8	7	7	7	8	8	7,6	1,14	
3. Безопасность	8	7	7	6	6	7	7	7	0,98	
4. Новизна	8	7	8	8	8	8	8	8	1,28	
5. Долговечность	9	9	9	9	9	9	9	9	1,62	
6. Качество изделия	9	9	9	9	9	9	9	9	1,62	
Итого										

В таблице 20 приведены расчеты среднего балла, уровня качества и определим комплексный показатель образца №3 - кольцо золотое.

Таблица 20

Определение комплексного показателя кольца золотого

Показатели потребительских свойств	Оценки экспертов							Средний балл	Уровень качества	Комплексный показатель
	1	2	3	4	5	6	7			
1. Внешний вид	9	9	9	9	9	9	9	9	1,62	8,038
2. Надежность	7	7	7	8	8	8	7	7,4	1,11	
3. Безопасность	7	7	7	7	7	7	7	7	0,98	
4. Новизна	8	8	8	8	7	7	9	8	1,28	
5. Долговечность	8	8	8	8	9	9	9	8,4	1,428	
6. Качество изделия	8	8	9	9	9	9	9	9	1,62	
Итого										

Рассчитанный комплексный показатель у всех ювелирных изделий выше 8. Это означает, что уровни качества отобранных образцов находятся на высоком уровне и все образцы имеют высокое качество.

Таким образом, можно сделать вывод, что магазину «Линии Любви» необходимо расширить ассортимент изделий из золота, так как покупатели охотно приобретают новые виды изделий.

Для привлечения новых покупателей можно предложить: устанавливать цену с учетом различных категорий покупателей по социальному положению потребителей, провести дополнительные акции ввести подарочные сертификаты.

Также была проведена органолептическая оценка качества ювелирных изделий трех образцов, в результате которой выявлено, что все три образца не имеют отклонений от ГОСТ и могут быть допущены к реализации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение курсовой работы можно сделать следующие выводы.

Цель, поставленная во введении курсовой работы, достигнута.

В первой главе курсовой работы:

- проведен анализ состояния и перспектив развития современного рынка ювелирных изделий;

- представлена классификацию и характеристику ассортимента ювелирных изделий в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС;

В заключении были сделаны выводы, что ассортимент ювелирных изделий достаточно динамичен и изменяется в связи с постоянным развитием науки, состоянием технологии производства, характером потребительского спроса, а также сменой стилевых направлений.

Основными нормативными документами, регламентирующими требования к качеству ювелирных изделий является:

ГОСТ Р 53197-2008 «Ювелирные изделия. Пробы сплавов на основе драгоценных металлов».

Анализ ассортимента ювелирных изделий проводился на примере общества с ограниченной ответственностью «ТК «Линии Любви».

Магазин «Линии Любви» расположен по адресу: г. Смоленску, ул. Ново-Московская, 2/8 (ТЦ «Галактика»).

На основании полученных результатов можно сделать вывод, что следует расширить ассортиментную группу изделий из серебра, возможно при этом учитывать размер, фасон, новые направления моды.

Таким образом, ООО «ТК «Линии Любви»» – прибыльное предприятие, что подтверждает положительная динамика результатов деятельности предприятия.

Проведенный анализ основных экономических показателей свидетельствует о том, что показатели прибыли и рентабельности магазина имеют тенденцию к росту. Это связано с тем, что за время своего

существования магазин, с одной стороны, приобрел свой круг постоянных клиентов, который неуклонно расширяется, что приводит к увеличению объема продаж; а с другой стороны, наладил тесные связи с поставщиками, что позволяет приобретать товары со скидкой, снижая тем самым себестоимость товаров.

Ассортимент ювелирных изделий в магазине «Линии Любви» весьма разнообразен. Однако необходимо отметить, что магазину следует расширить ассортиментную группу изделий из серебра, возможно при этом учитывать размер, фасон, новые направления моды.

Экспертиза качества ювелирных изделий проводилась с использованием образцов товаров, находящихся в реализации магазина ООО «Линии Любви».

Все образцы по органолептическим показателям соответствуют требованиям стандарта, ГОСТ Р 53197-2008 «Ювелирные изделия. Пробы сплавов на основе драгоценных металлов» и могут быть допущены к реализации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение №1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского Экономического союза) – Отдельное издание. – М.:Экмо,2018.
2. ГОСТ 53197-2008. Ювелирные изделия. Пробы сплавов на основе драгоценных металлов (введен в действие с 01.01.2010 г.) - Издание официальное. - М. : Стандартиформ, 2009 – 3 с.
3. ОСТ 117-3-002-95. Изделия ювелирные из драгоценных металлов. Общие технические условия (введен в действие с 01.01.1996 г.) – Издательство официальное. – 1998. – 31 с.
4. Айлова Г.Н, Васильева М.П., Петренко И.А., Рыженко Г.Н. Товароведение и экспертиза металлохозяйственных и ювелирных товаров.- М., 2015.- 304 с.
5. Дронова Н.Д. Ювелирные изделия: Справочник-энциклопедия. М.: Экономика, 2015. - 72 с.
6. Замедлина Е.А. Товароведение и экспертиза товаров: учебное пособие для сред. спец. учеб. заведений / Е.А. Замедлина. – М.: РИОР, 2015. – 156 с.
7. Карнилов Н.И., Солодова Ю.П. Ювелирные камни. - М.: Недра, 2016. - 282 с.
8. Логинов В.Д. Ювелирные товары и часы. - М.: Экономика, 2015.- 181 с.
9. Моисеинко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров часть 2. Ювелирные товары. – Ростов н/Д., 2015.- 320 с.
10. Орловский Э.И. Товароведение ювелирных товаров и часов. - М.: Экономика, 2015.- 176 с.
11. Петренко Е.А. Товароведение и экспертиза товаров: учебное пособие для сред. спец. учеб. заведений / Е.А. Петренко. – М.: РИОР, 2016. – 266 с.
12. Плешев А.М. Классификация и ассортимент ювелирных изделий. Кооперативная торговля ювелирных изделий.- М.: 2015. - 454 с.

13. Простаков С.В. Ювелирное дело. - Ростов н/Д.: Феникс, 2015.- 189 с.
14. Романова Л.Ф. Современное ювелирное искусство. - М.: 2016. -218 с.
15. Статистические методы управления качеством. Статистический анализ состояния технологических процессов / сост. Н.В. Евсеева, Н.В. – Иваново: ИГТА, 2015. – 369 с.
16. Товароведение непродовольственных товаров / под ред. В.Е. Сыцко, М.Н. Миклушева. - Минск: Высшая школа, 2016. - 389 с.
17. Шаталова И.В., Скурлов В.В. Ассортимент отечественной ювелирной промышленности.- М., 2016. - 415 с.
18. Шепелев А.Ф., Гутурова И.А., Шмелев А.В. Товароведение и экспертиза ювелирных товаров и часов. - Ростов н/Д.: Издательский центр «МапТ», 2015. - 192 с.
19. Кодификант.ру. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://kodifikant.ru/class/> (дата обращения 28.06.2018)
20. Ювелирный рынок. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.businessman.ru> (дата обращения 10.07.2018)