

Кафедра Экономика и Торговое дело

Курсовая работа

по дисциплине: Товароведение, экспорт и импорт сельскохозяйственных товаров в РФ
на тему: Товароведная характеристика, ассортимент,
и методы контроля качества сельскохозяйственных товаров

Выполнил (а) студент (ка) 2 курса
Алекс группы 1111 формы обучения
семестр 4
Куров Владимир Алексеевич
(Ф.И.О. полностью)
Куров
(подпись)

Руководитель: К.С. П. Д. Золото
(должность, ученая степень)
Золото Мария Владимировна
(Ф.И.О.)

Отметка о допуске (недопуске) к защите
к защите
«11» 11 2018 г.
Золото
(Подпись руководителя)
Рег. номер 10 от 28.08
(Дата)

Содержимое - 35
допускаю - 7
выдана на подпись - 4
50/уфр/автор

г. Смоленск
2018 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Анализ рынка, классификация и ассортимент галантерейных товаров	
1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка галантерейных товаров	6
1.2 Классификация и характеристика ассортимента галантерейных товаров в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС	13
Глава 2. Характеристика ассортимента и экспертиза качества галантерейных товаров	
2.1 Характеристика ассортимента галантерейных товаров на примере ТРЦ «Макси»	25
2.2 Организация и порядок проведения экспертизы качества галантерейных товаров	30
Заключение	42
Список использованных источников	44

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день просто невозможно представить, как жил бы человек без таких, казалось бы, мелочей, как кисти, сумки, зеркала, перчатки, расчески и другие галантерейные изделия, с которыми все так любят проводить время.

Тысячи предприятий от абсолютно разных производителей имеют возможность предоставить каждому потребителю огромное количество изготовок на любой вкус и цвет, будь то предметы, используемые для украшения тела, дома или же просто для улучшения художественного оформления за счет обновленных технологий.

Объем галантерейных товаров современного рынка с каждым новым годом увеличивается, что объясняется пополнением сырьевой базы, в частности черных и цветных металлов. Также, благодаря тому, что наука не стоит на месте, в состав тканей все больше стали добавлять новые высококачественные полимерные материалы, дабы улучшить качество и повысить количество продукции. Галантерейные товары часто называют «нарядные щепетильные товары», все из-за того, что данные изделия, рассматривая их историю, имели возможность быть частью ансамбля одежды, то есть почти каждое изделие имело связь с направлением моды на конкретную форму, костюм и т.д.

Ни для кого не секрет, что ассортимент галантерейных изделий невероятно широк. Но все же существуют основные группы, по которым можно будет их различать, это товары, состоящие из кожаной галантереи, металлическая галантерея, текстильная галантерея, галантерея, в состав которой входят различные пластические массы и поделочные материалы, зеркала, всякого рода щеточные изделия. Как можно заметить, выбор галантереи безмерно велик.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что галантерейные товары с каждым годом пополняют свою уже и так безграничную численность, а популярность некоторых изделий еще долго будут пользоваться спросом.

Объектом исследования в курсовой работе выступают галантерейные товары. Предметом исследования является анализ характеристики ассортимента галантерейных товаров на примере торгово-развлекательного центра «Макси».

Цель курсовой работы - изучить товароведную характеристику, ассортимент и провести экспертизу качества галантерейных товаров.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать состояние и перспективы развития рынка галантерейных товаров в РФ;
- изучить классификацию и характеристику ассортимента галантерейных товаров в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС;
- провести анализ ассортимента галантерейных товаров на примере ТРЦ «Макси»;
- провести экспертизу качества отобранных образцов галантерейных товаров.

При выполнении курсовой работы были использованы методы исследования, обобщения, классификации, сравнительный и аналитический метод, синтез, анализ статей.

Информационной базой для написания работы послужили: нормативная литература, статистические данные, учебная литература по товароведению, экономическая литература отечественных авторов, материалы периодических изданий, а также ресурсы Интернет.

Структура курсовой работы представлена введением, двумя главами и заключением, списком литературы.

Первая глава имеет теоретический характер, в ней исследуются

состояние Российского рынка галантерейных товаров, перспективы и факторы развития. Рассмотрена классификация галантерейных товаров, ассортимент и сравнительная характеристика по выполняемым функциям и техническим характеристикам.

Вторая глава является аналитическая, в ней была сделана характеристика ассортимента галантерейных товаров разных видов на примере ТРЦ «Макси». Также, был изучен порядок проведения экспертизы качества галантерейных товаров.

ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА, КЛАССИФИКАЦИЯ И АССОРТИМЕНТ ГАЛАНТЕРЕЙНЫХ ТОВАРОВ

1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка галантерейных товаров

Российский рынок галантерейных товаров за последний десяток лет проявил значительную активность. Это обусловлено тем, что качество и количество изделий заметно улучшились, ассортимент галантереи стал новее, а число производителей колоссально возросло. Следует отметить, что на данный момент число отечественных производителей галантерейной продукции прогрессирует большим скачком.

По данным информационных порталов в России насчитывается более сотни серьезных производителей галантерейных товаров. Если сравнивать с 2016 годом в 2017 году объем производства большинства из них заметно увеличился на 15-20%. При этом обновление в данной сфере заставляет ассортимент уже имеющихся товарных групп подниматься предположительно в 1,5 раза.

Из-за очень стремительного темпа роста, в данном случае отечественного рынка галантерейных изделий, вклад денег в разработку товара, задействование абсолютно всех инструментов маркетинга – это то, без чего конкурентоспособность предприятий не смогла бы существовать. Кроме аналогичной рекламы и политики, посвященной маркетингу, предприятия довольно масштабно используют эффективные и, по возможности, малозатратные средства PR. В большинстве случаев, работа фирм трактуется в центральной, региональной и, конечно же, в отраслевой прессе. Это объясняется тем, что при малых затратах – дается возможность объявить наибольший объем информации и о производителе, и о его

продукте, но при этом появляется шанс перевалить большую часть целевой аудитории на свою сторону. [10, с. 227]

Но, если сделать анализ информации, где повествуется о некоторых затратах, которые производители совершают за продвижение их товаров, то можно заметить, что в РФ позиции лидера, судя по данным показателям занимают зарубежные фирмы. Следовательно российские производители на такие затраты пока пойти не могут. [15, с. 305]

Мерчендайзинг в розничной сети – на сегодняшний день российские фирмы в большинстве случаев используют именно это средство, как продвижение собственного товара. Он помогает предусмотреть выкладку товара и рекламных материалов, такие как листовки, наклейки или постеры. Увеличить шансы, что их товар будут покупать, а работа с оптовыми фирмами станет легче – то, чего желает каждый производитель, именно поэтому рост ассортимента галантерейных изделий является главным тактическим приемом. [9 с. 480]

Самой большой трудностью для современного рынка является конкурентоспособность и качество галантерейных изделий, и если справится с этой проблемой, то товары производителей начинают выступать, и как индикатор силы, так и экономической безопасности с конкурентоспособностью. Решение данной проблемы есть: достаточно сформировать обновленные подходы к исследованию и оценке этих аспектов. [18, с. 325] Улучшение качества, ассортимента и объема производства являются факторами, при которых рынок начинает насыщаться товарами. Следовательно, рынок России открыт и для иностранных производителей.

В 90-х годах расцвет российского рынка в большинстве случаев происходил из-за челночного бизнеса, приблизительно 70%. Несмотря на то, что галантерея, привозимая из Китая, Юго-Восточной Азии, Турции имела весьма сомнительное качество, эти страны смогли занять много свободного места на рынке. Сейчас ситуация стала меняться абсолютно в другую

сторону. [17, с. 190] Исходя из этого, Министерство промышленности и торговли РФ стало каждый год увеличивать производство и реализовывать галантерею в пределах страны. Также товаров, которые были дешевыми и плохого качества ожидало изыскание за пределами СНГ, и, соответственно создание акционерных предприятий. [13 с. 316]

Выпускаемые российскими фирмами, галантерейные товары, как правило, вырабатываются для покупателей разных возрастов. В зависимости от исходного сырья на рынке представлены все производственные направления галантерейных товаров:

- текстильная галантерея;
- металлическая галантерея;
- кожаная галантерея;
- галантерейные зеркала;
- пластмассовая галантерея;
- щеточные изделия.

Если посмотреть на рисунок 1, то можно заметить, что производство галантереи на российском рынке в 2017 году стало продуктивнее, чем в 2016, 2015 и 2014. [14]



Источник: Россия в цифрах. 2016: Крат. стат. сб./Росстат. - М., 2016. - 425 с.

Рис. 1. Сравнение производства и импорта на российском рынке галантереи в 2014-2017 г

Лидерами российских производителей галантерейной продукции на сегодняшний день являются ЗАО «Медведково», «SAVIO», «ПОЛАР» и ООО «GRIZZLY». [19, с. 523]

ЗАО «Медведково», город Москва – это самая большая фабрика в РФ по производству высококачественных кожгалантерейных изделий. Она входит в состав главных российских предприятий. Имеет статус «Лидер Российской экономики». Число занятых составляет приблизительно 1000 человек. Фабрика, в данный момент делает акцент на выпуск товаров из искусственных материалов, а также синтетики и натуральных тканей. Цветовая гамма изделий очень широка и зависит от пожелания потребителей или сезона. ОАО «Галантэя» является главным конкурентом по кожгалантерее, туда входят женские сумки, которые сделаны из искусственных материалов.

Данная фабрика имеет свои сильные:

- розничная товаропроводящая сеть в Москве и регионах РФ там очень развитая, большими скачками обновляется и расширяется собственная товаропроводящая сеть. На сегодняшний день марка «Медведково» очень известна и пользуется популярностью во всех регионах РФ;
- весь продукт, который выпускает фабрика, является сертифицированной, а ее отличное качество и постоянное разнообразие всегда радует потребителей.
- крупный ассортимент товаров для покупателей разного возраста и уровня дохода;
- «не кусающиеся» цены на продукт;
- частое обновление ассортимента. Технологии, с помощью которых создаются изделия, модернизируются производственным оборудованием;
- по РФ доставляется почтой России;
- постоянно проводятся акции.

И слабые стороны:

- есть такие модели, украшения которых являются очень крупными, либо качество выделки замши оставляет желать лучшего.
- недостаток квалифицированных кадров.

Торговая марка «SAVIO», город Москва - является производителем сумок из искусственной и натуральной кожи, а также из текстильных материалов. Начало реализации оптовой торговли широким ассортиментом было в 1992 г. На сегодняшний день «Savio» может порадовать покупателей более 900 моделей женских сумок. Число занятых – более 300 человек.

Имеет сильные стороны:

- очень хорошо развита товаропроводящая сеть по регионам РФ;
- высочайший уровень качества изготовления товаров;
- богатое разнообразие направлений и жанров;
- цены не очень высокие;
- скидки, наличие накопительных карт.

Слабые стороны:

- ассортимент продукции является не обширным. Например, молодежные и спортивно-дорожные виды сумок, детские рюкзаки, ноут-сумки, а также мелкие аксессуары, такие, как перчатки, чехлы для паспортов не продаются.

Компания «ПОЛАР», город Москва - это один из главных производителей-поставщиков спортивных рюкзаков, дорожных сумок, а также чемоданов в РФ. Продукт существует почти во всех крупных регионах России и даже ближнего зарубежья. Обычно покупателями данной марки являются динамичные люди, которые ведут спортивный образ жизни.

Компания «ПОЛАР» имеет такие сильные стороны, как:

- огромный ассортимент разнообразной продукции. В ассортимент всегда входит мужская, женская, молодежная линия сумок, чемоданов и рюкзаков.
- широкая товаропроводящая сеть.
- часто используется искусственная кожа, но очень высокого качества.

- обновление товара происходит очень часто.
- красивый дизайн марок «PolarAdventure» и «Pola»;
- регулярные распродажи, при этом цены не большие;
- имеет собственный парк автомобилей.

Основным недостатком компании является то, что нет женских сумок, сделанных из натуральной кожи.

ООО «GRIZZLY», город Москва - данная компания известна производством ассортимента для молодежи, состоящая из тканевых материалов: молодежные сумки, портфели, в которые можно положить ноутбук. Существует огромный ассортимент женских сумок, спортивных, дорожных, чемоданов, рюкзаков, также имеются косметички, барсетки, деловые сумки. Частыми посетителями «GRIZZLY» является молодежь.

Сильные стороны данной компании:

- огромный ассортимент с разноцветной гаммой всех категорий;
- делают акцент на тренды;
- цена не выходит за грань;
- в ООО «GRIZZLY» проходят постоянные акции, где вещь можно приобрести с максимальной скидкой;
- команда дизайнеров и рекламщиков работает профессионально;
- имеется фирменный стиль оборудования, а также профессиональный мерчендайзинг;
- разработка дизайна и моделей для покупателя под заказ, в его фирменном стиле (сумки с вашим дизайном).

Слабые стороны компании:

- весенний и летний сезоны являются основными.
- классика в продукции «GRIZZLY» отсутствует.
- мало карманов в сумках компании.
- доставляются товары только по г. Москве и Подмосковию, при этом очень дорогая цена за доставку.

Конкурентоспособность всегда была основой развития рынка. Существуют причины проблем российских производителей галантерейных изделий:

- обновление инфраструктуры товарных рынков, очень затягивается;
 - из-за того, что российский сырьевой рынок не может справиться с трудностями, приходится осуществлять переход на импортное сырье.
- Еще может отсутствовать важная информация о ситуации.

Чтобы такого не было на рынке галантерейных товаров производители должны решать вопросы, посвященные:

- повышению качества производимых товаров;
- увеличению ассортимента;
- поиску новых путей реализации товаров;
- снижению издержек производства;
- улучшению сбытовой политике.

В настоящее время тенденции развития рынка такие: фирмы выбирают сторону потребителя. Почти 50% новых товаров сегодня разрабатываются на основе того, чего хочет покупатель. Итого получается, что сами производители разрабатывают новые товары – приблизительно 40%, 8% - приобретают у конкурентов, идеи, которые придумывают модельеры около 2%. [13, с. 310]

Если судить по статистикам за 2017 года примерно 75% предприятий знают практически всех своих конкурентов, остальные же 25% знают их не до конца.

Также, по мнению самих производителей, самыми сильными позициями на рынке производства галантерейных изделий являются:

- обновленное оборудование и технологии;
- маленькие цены;
- новые каналы сбыта;
- масштабный ассортимент;
- хорошие расчеты.

Если проанализировать общую ситуацию, сложившуюся на рынке галантерейных товаров, то получается: содержание рынка, состоящего из галантерейных изделий, определяется на сегодняшний день как отечественными, так и иностранными производителями; реклама и маркетинг – являются главным укреплением позиций российских фирм; отечественная продукция продается лучше, если следовать трендам и предпочтениям покупателей.

1.2 Классификация и характеристика ассортимента галантерейных товаров в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС

Как уже известно, к галантерейным изделиям можно отнести те товары, которые предназначены для украшения, личного туалета или же домашнего очага. Все они отличаются огромным разнообразием ассортимента. Для создания галантерейных изделий часто применяют нити, ткани, черные и цветные металлы, некоторые сплавы, натуральную или искусственную кожу, пластмассу и другие материалы. Существует определение, когда некое число объектов делится на другие объекты и при этом их можно распределить по назначению и другим параметрам, все это называется классификацией. Так, ассортимент галантерейных товаров можно классифицировать на металлическую, текстильную, кожаную, пластмассовую, зеркала, щеточные. (рисунок 2).

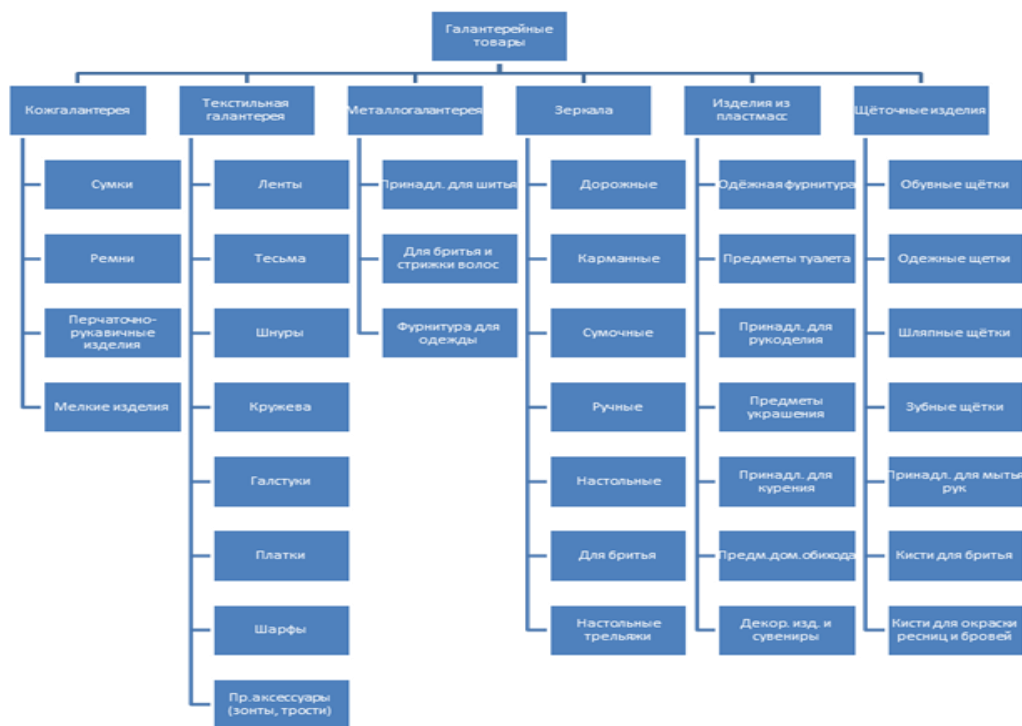


Рис. 2. Классификация галантерейных товаров

Существует 3 способа классификации: иерархический, фасетный и дескрипторный. Основными являются первые два.

Суть иерархического способа заключается в разделении объектов на другие объекты, причем это деление должно быть последовательным и все в нем предметы имеют зависимость друг от друга. Есть в этом методе недостатки – очень трудно обновлять позиций. [7, с. 352]

Суть фасетного способа заключается в том же самом разделении, но при одном условии, что оно должно быть параллельное, а объекты уже независимы друг от друга. Минус этого метода - маленькая информативность.

Так как объектом курсовой работы являются галантерейные товары, то стоит рассмотреть их классификаторы. Речь идет о таких классификаторах, как ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС. Они являются основными в РФ и методом, которым они классифицируют товары является иерархический.

ОКПД 2 - общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности. Был введен 1 января 2017 года.

Галантерейные изделия можно найти в разделе С. «Продукция обрабатывающих производств».

В таблицах 1-6 можно рассмотреть, как ОКПД 2 классифицирует галантерейные товары.

Таблица 1

Классификация галантерейных зеркал в ОКПД 2

Подгруппы	Названия
С	Продукция обрабатывающих производств
23	Продукты минеральные неметаллические прочие
23.12.13	Зеркала стеклянные, изделия из стекла изолирующие многослойные
25.99.24	Статуэтки и прочие украшения и рамки для фотографий, картин или аналогичных изделий и зеркала из драгоценных металлов
23.12.13.110	Зеркала стеклянные

Классификация галантерейных зеркал в ОКПД 2:

Раздел С - «Продукция обрабатывающих производств»

Класс 23 - «Продукты минеральные неметаллические прочие»

Вид 23.12.13 - «Зеркала стеклянные, изделия из стекла изолирующие многослойные»

Вид 25.99.24 - «Статуэтки и прочие украшения и рамки для фотографий, картин или аналогичных изделий и зеркала из драгоценных металлов»

Категория 23.12.13.110 - Зеркала стеклянные

Таблица 2

Классификация текстильной галантереи в ОКПД 2

Подгруппы	Названия
С	Продукция обрабатывающих производств
13	Текстиль и изделия текстильные
13.1	Пряжа и нити текстильные
13.10	Пряжа и нити текстильные
13.10.8	Пряжа текстильная и нитки из химических комплексных нитей и штапельных волокон
13.10.81	Пряжа из химических комплексных нитей, одноплеточная или крученая (кроме швейных ниток,

Продолжение таблицы 2

	высокопрочной пряжи из полиамидных, полиэфирных или вискозных волокон), не расфасованная для розничной продажи; пряжа из химических комплексных нитей (кроме швейных ниток), расфасованная для розничной продажи
13.10.82	Пряжа (кроме швейных ниток) с массовой долей синтетических штапельных волокон не менее 85 %
13.10.83	Пряжа (кроме швейных ниток) с массовой долей синтетических штапельных волокон менее 85 %
13.10.84	Пряжа (кроме швейных ниток) из искусственных штапельных волокон, не расфасованная для розничной продажи
13.10.85	Нитки швейные и пряжа из искусственных и синтетических комплексных нитей и волокон

Классификация текстильной галантереи в ОКПД 2:

Раздел С - «Продукция обрабатывающих производств»

Класс 13 - «Текстиль и изделия текстильные»

Подкласс 13.1 - «Пряжа и нити текстильные»

Группа 13.10 - «Пряжа и нити текстильные»

Подгруппа 13.10.8 - «Пряжа текстильная и нитки из химических комплексных нитей и штапельных волокон»

Вид 13.10.81 - «Пряжа из химических комплексных нитей, однониточная или крученая (кроме швейных ниток, высокопрочной пряжи из полиамидных, полиэфирных или вискозных волокон), не расфасованная для розничной продажи; пряжа из химических комплексных нитей (кроме швейных ниток), расфасованная для розничной продажи»

Вид 13.10.82 - «Пряжа (кроме швейных ниток) с массовой долей синтетических штапельных волокон не менее 85 %»

Вид 13.10.83 - «Пряжа (кроме швейных ниток) с массовой долей синтетических штапельных волокон менее 85 %»

Вид 13.10.84 - «Пряжа (кроме швейных ниток) из искусственных штапельных волокон, не расфасованная для розничной продажи»

Вид 13.10.85 - «Нитки швейные и пряжа из искусственных и синтетических комплексных нитей и волокон»

Таблица 3

Классификация кожгалантереи в ОКПД 2

Подгруппы	Названия
С	Продукция обрабатывающих производств
15	Кожа и изделия из кожи
15.1	Кожа дубленая и выделанная; чемоданы, сумки дамские, изделия шорно-седельные и упряжь; меха выделанные и окрашенные
15.11	Кожа дубленая и выделанная; меха выделанные и окрашенные
15.11.2	Замша; кожа лаковая и кожа лаковая ламинированная; кожа металлизированная
15.11.3	Кожа из шкур крупного рогатого скота или животных семейства лошадиных без волосяного покрова
15.11.4	Кожа из шкур овец, коз и свиней без волосяного покрова
15.11.5	Кожа из шкур прочих животных; композиционная кожа на основе натуральной кожи
14.19.31	Аксессуары одежды из натуральной или композиционной кожи, кроме кожаных спортивных перчаток
15.11.22	Кожа лаковая и кожа лаковая ламинированная; кожа металлизированная
15.11.31	Кожа из целых шкур крупного рогатого скота без волосяного покрова
15.11.32	Кожа из нецелых шкур крупного рогатого скота без волосяного покрова
15.11.33	Кожа из шкур животных семейства лошадиных без волосяного покрова
15.11.41	Кожа из шкур овец и шкурок ягнят без шерстного покрова
15.11.42	Кожа из шкур коз и шкурок козлят без волосяного покрова
15.11.43	Кожа из шкур свиней
15.11.52	Кожа композиционная на основе натуральной кожи или кожевенных волокон
15.12.12	Чемоданы, сумки дамские и аналогичные изделия из натуральной кожи, сочетаний кожи, листов пластмассы, текстильных материалов, вулканизированных волокон или картона; наборы дорожные, используемые для личной гигиены, шитья или для чистки одежды или обуви
32.30.15.232	Перчатки спортивные кожаные

Классификация кожгалантереи в ОКПД 2:

Раздел С - «Продукция обрабатывающих производств»

Класс 15 - «Кожа и изделия из кожи»

Подкласс 15.1 - «Кожа дубленая и выделанная; чемоданы, сумки дамские, изделия шорно-седельные и упряжь; меха выделанные и окрашенные»

Группа 15.11 - «Кожа дубленая и выделанная; меха выделанные и окрашенные»

Подгруппа 15.11.2 - «Замша; кожа лаковая и кожа лаковая ламинированная; кожа металлизированная»

Подгруппа 15.11.3 - «Кожа из шкур крупного рогатого скота или животных семейства лошадиных без волосяного покрова»

Подгруппа 15.11.4 - «Кожа из шкур овец, коз и свиней без волосяного покрова»

Подгруппа 15.11.5 - «Кожа из шкур прочих животных; композиционная кожа на основе натуральной кожи»

Вид 14.19.31 - «Аксессуары одежды из натуральной или композиционной кожи, кроме кожаных спортивных перчаток»

Вид 15.12.12 - «Чемоданы, сумки дамские и аналогичные изделия из натуральной кожи, сочетаний кожи, листов пластмассы, текстильных материалов, вулканизированных волокон или картона; наборы дорожные, используемые для личной гигиены, шитья или для чистки одежды или обуви»

Подкатегория 32.30.15.232 - «Перчатки спортивные кожаные»

Таблица 4

Классификация щеточной галантереи в ОКПД 2

Подгруппы	Названия
С	Продукция обрабатывающих производств
32	Изделия готовые прочие
32.91	Метлы и щетки
32.91.11	Метлы и щетки для домашней уборки

Продолжение таблицы 4

32.91.12	Зубные щетки, щетки для волос и прочие туалетные щетки для ухода за внешностью; художественные кисти, кисточки для письма, косметические кисточки
32.91.19	Щетки прочие, не включенные в другие группировки
32.91.19.110	Щетки технические

Классификация щеточной галантереи в ОКПД 2:

Раздел С - «Продукция обрабатывающих производств»

Класс 32 - «Изделия готовые прочие»

Группа 32.91 - «Метлы и щетки»

Вид 32.91.11 - «Метлы и щетки для домашней уборки»

Вид 32.91.12 - «Зубные щетки, щетки для волос и прочие туалетные щетки для ухода за внешностью; художественные кисти, кисточки для письма, косметические кисточки»

Вид 32.91.19 - «Щетки прочие, не включенные в другие группировки»

Категория 32.91.19.110 - «Щетки технические»

Таблица 5

Классификация пластмассовой галантереи в ОКПД 2

Подгруппы	Названия
С	Продукция обрабатывающих производств
22	Изделия резиновые и пластмассовые
22.22	Изделия пластмассовые упаковочные
22.29	Изделия пластмассовые прочие
22.29.1	Одежда и ее аксессуары, включая пластмассовые перчатки
22.29.2	Изделия пластмассовые прочие, не включенные в другие группировки
22.22.13	Коробки, ящики, корзины и аналогичные пластмассовые изделия
22.29.26.120	Статуэтки пластмассовые
22.29.26.190	Изделия пластмассовые декоративные прочие
32.40.11.110	Куклы и фигурки людей пластмассовые
32.40.12.120	Игрушки пластмассовые, изображающие животных или другие существа, кроме людей
32.40.20.121	Наборы пластмассовые

Классификация пластмассовой галантереи в ОКПД 2:

Раздел С - «Продукция обрабатывающих производств»

Класс 22 - «Изделия резиновые и пластмассовые»

Группа 22.22 - «Изделия пластмассовые упаковочные»

Группа 22.29 - «Изделия пластмассовые прочие»

Подгруппа 22.29.1 - «Одежда и ее аксессуары, включая пластмассовые перчатки»

Подгруппа 22.29.2 - «Изделия пластмассовые прочие, не включенные в другие группировки»

Вид 22.22.13 - «Коробки, ящики, корзины и аналогичные пластмассовые изделия»

Категория 22.29.26.120 - «Статуэтки пластмассовые»

Категория 22.29.26.190 - «Изделия пластмассовые декоративные прочие»

Категория 32.40.11.110 - «Куклы и фигурки людей пластмассовые»

Категория 32.40.12.120 - «Игрушки пластмассовые, изображающие животных или другие существа, кроме людей»

Подкатегория 32.40.20.121 - «Наборы пластмассовые»

Таблица 6

Классификация металлической галантереи в ОКПД 2

Подгруппы	Названия
С	Продукция обрабатывающих производств
32	Изделия готовые прочие
32.99.2	Зонты, трости, пуговицы, формы (каркасы) для пуговиц, кнопки для одежды, застежки-молнии и их части
32.99.23	Кнопки и их части; пуговицы; застежки-молнии
25	Изделия металлические готовые, кроме машин и оборудования
25.93.18	Иглы швейные, вязальные спицы, штопальные иглы, вязальные крючки, иглы для вышивания и аналогичные изделия для ручной работы из черных металлов; английские булавки и прочие булавки из черных металлов

Классификация металлической галантереи в ОКПД 2:

Раздел С - «Продукция обрабатывающих производств»

Класс 32 - «Изделия готовые прочие»

Подгруппа 32.99.2 - «Зонты, трости, пуговицы, формы (каркасы) для пуговиц, кнопки для одежды, застежки-молнии и их части»

Вид 32.99.23 - «Кнопки и их части; пуговицы; застежки-молнии»

Класс 25 - «Изделия металлические готовые, кроме машин и оборудования»

Вид 25.93.18 - «Иглы швейные, вязальные спицы, штопальные иглы, вязальные крючки, иглы для вышивания и аналогичные изделия для ручной работы из черных металлов; английские булавки и прочие булавки из черных металлов»

Стоит отметить, что когда совершается сертификация групп продукции одного рода (эти группы выстроены на основе сгруппированных кодов ОКПД 2), возникают трудности с каталогизацией. Классификатор ОКПД 2 помогает решить эту проблему.

Второй главный классификатор, ТН ВЭД ЕАЭС, используется для проведения таможенных операций специалистами по таможенному оформлению и сотрудниками таможенных органов. С его помощью можно рассчитать таможенные пошлины, выявить назначение продукции при сертификации и высчитывать объем продукции, которая экспортируется, либо импортируется. Данный классификатор состоит из 21 раздела и 99 групп, а сам код может писаться максимум из 10 цифр. Первые шесть знаков кодового обозначения товара соответствуют номенклатуре ГС, седьмой и восьмой знаки – Комбинированной номенклатуре Европейского сообщества, девятый знак – ТН ВЭД СНГ. Десятый знак кода товара предназначен для детализации товаров на уровне ТН ВЭД ЕАЭС. [24]

Так как галантерея очень разнообразна, следует рассмотреть несколько примеров классификаций галантерейных товаров в ТН ВЭД ЕАЭС в таблице 7-10.

Классификация металлической галантереи ТН ВЭД ЕАЭС

	№/код	Название
Раздел	XV	«Недрагоценные металлы и изделия из них»
Группа	73	«Изделия из черных металлов»
Позиция	7319	«Иглы швейные, спицы вязальные, шила, крючки вязальные, иглы деккерные и аналогичные изделия, для ручной работы, из черных металлов; английские и прочие булавки, из черных металлов, в других товарных позициях не поименованные или не включенные»
Субпозиция	731990	«прочие»
Подсубпозиция	7319901000	«Иглы швейные, штопальные или вышивальные»
	7319909000	«прочие».
	7319400000	«Булавки английские и прочие булавки».

Т.е. в разделе XV «Недрагоценные металлы и изделия из них» есть группа 73 «Изделия из черных металлов», в ней размещается позиция 7319 «Иглы швейные, спицы вязальные, шила, крючки вязальные, иглы деккерные и аналогичные изделия, для ручной работы, из черных металлов; английские и прочие булавки, из черных металлов, в других товарных позициях не поименованные или не включенные», а она включает в себя субпозицию 731990 «прочие», которая состоит из 2 подсубпозиций: 7319901000 «Иглы швейные, штопальные или вышивальные» и 7319909000 «Прочие». При этом субпозиция 731990 «Прочие» имеет еще одну подсубпозицию: 7319400000 «Булавки английские и прочие булавки». Подсубпозиция - полный код товара.

Классификация текстильной галантереи ТН ВЭД ЕАЭС

	№/код	Название
Раздел	XI	Текстильные материалы и текстильные изделия
Группа	62	Предметы одежды и принадлежности к одежде, кроме трикотажных машинного или ручного вязания
Позиция	6215	Галстуки, галстуки-бабочки и шейные платки:
Подсубпозиция	6215100000	«из шелковых нитей или пряжи из шелковых отходов»
	6215200000	«из химических нитей»
	6215900000	«из прочих текстильных материалов»

Т.е. в разделе XI «Текстильные материалы и текстильные изделия» есть группа 62 «Предметы одежды и принадлежности к одежде, кроме

трикотажных машинного или ручного вязания», в ней размещается позиция 6215 «Галстуки, галстуки-бабочки и шейные платки», которая состоит из трех подсубпозиций: 6215100000 «из шелковых нитей или пряжи из шелковых отходов», 6215200000 «из химических нитей», 6215900000 «из прочих текстильных материалов».

Таблица 9

Классификация щеточной галантереи ТН ВЭД ЕАЭС

	№/код	Название
Раздел	XX	«Разные промышленные товары»
Группа	96	«Разные готовые изделия»
Позиция	9603	«Метлы, щетки (включая щетки, являющиеся частями механизмов, приборов или транспортных средств), щетки ручные механические без двигателей для уборки полов, швабры и метелки из перьев для смахивания пыли; узлы и пучки, подготовленные для изготовления метел или щеточных изделий; подушечки и валики малярные для краски; резиновые швабры (кроме резиновых валиков для удаления влаги)»
Субпозиция	960330	«Кисти художественные, кисточки для письма и аналогичные кисточки для нанесения косметики»
Подсубпозиция	9603301000	«Кисти художественные и кисточки для письма»

Продолжение таблицы 9

	9603309000	«Кисточки для нанесения косметики»
	9603100000	«Метлы и щетки, состоящие из веток или других растительных материалов, связанных вместе, с рукоятками или без рукояток»

Т.е. в разделе XX «Разные промышленные товары» есть группа 96 «Разные готовые изделия», в ней находится позиция 9603 «Метлы, щетки (включая щетки, являющиеся частями механизмов, приборов или транспортных средств), щетки ручные механические без двигателей для уборки полов, швабры и метелки из перьев для смахивания пыли; узлы и пучки, подготовленные для изготовления метел или щеточных изделий; подушечки и валики малярные для краски; резиновые швабры (кроме резиновых валиков для удаления влаги)», а она включает в себя субпозицию 960330 «Кисти художественные, кисточки для письма и аналогичные кисточки для нанесения косметики», которая состоит из 2 подсубпозиций:

9603301000 «Кисти художественные и кисточки для письма» и 9603309000 «Кисточки для нанесения косметики». Также в субпозиции 960330 находится еще одна подсубпозиция: 9603100000 «Метлы и щетки, состоящие из веток или других растительных материалов, связанных вместе, с рукоятками или без рукояток».

Таблица 10

Классификация пластмассовой галантереи ТН ВЭД ЕАЭС

	№/код	Название
Раздел	VII	«Пластмассы и изделия из них; каучук, резина и изделия из них»
Группа	39	«Пластмассы и изделия из них»
Позиция	3926	«Изделия прочие из пластмасс и изделия из прочих материалов товарных позиций 3901 – 3914»
Подсубпозиция	3926400000	«Статуэтки и изделия декоративные прочие»

Т.е. в разделе VII «Пластмассы и изделия из них; каучук, резина и изделия из них» есть группа 39 «Пластмассы и изделия из них», в ней размещается позиция 3926 «Изделия прочие из пластмасс и изделия из прочих материалов товарных позиций 3901–3914», в ней находится подсубпозиция: 3926400000 «Статуэтки и изделия декоративные прочие».

Так как Код ТН ВЭД был принят ЕАЭС, то, соответственно, все коды ТН ВЭД ЕАЭС действуют на территории стран участников ЕАЭС, это Россия, Белоруссия, Казахстана, Киргизия и Армения. [8, с. 174]

ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ГАЛАНТЕРЕЙНЫХ ТОВАРОВ

2.1 Характеристика ассортимента галантерейных товаров (на примере торгового развлекательного центра «Макси»)

ТРЦ «Макси» - один из самых крупных торговых центров в Смоленске. Расположение: улица 25 Сентября, 35а, Промышленный район. Компания находится более чем в 190 городах (более 400 магазинов в разных регионах России). Является неоднократным победителем федеральной премии CRE Federal Awards - «Девелопер года - Регионы России» 2013г. и 2017г. в номинации «Средний торговый центр» (ТРЦ «Макси» в Сыктывкаре, Смоленске и Архангельске); в номинации «Малый торговый центр» (ТРЦ «Макси» в Череповце). Также ТРЦ «Макси» в 2014 году занял 3 место, в «ТОП-50 главных арендодателей Retailer Expansion». [21]

История создания ТРЦ "Макси" началась двадцать два года назад, в июле 1996 года. Компания была создана предпринимателями Роздуховым Максимом Евгеньевичем и Сивковым Алексеем Олеговичем. В те времена она уже имела статус фирмы. Главным направлением стала оптовая торговля продуктами питания. Изначально в «Макси» работало очень мало людей (5 человек), а документы на товары приходилось выписывать вручную, для того, чтобы товары оказались на складе, (тогда это был маленький арендованный склад) нанимали транспорт. К большому удивлению, фирма стала очень быстро развиваться: число занятых увеличивалось, а размер склада вырос в несколько раз. Самым важным событием для руководителей компании стало открытие в декабре 1999 года торгового комплекса "Оптовый центр "Макси" в г. Вологде на ул. Клубова, д. 87. Это была самая крупная база "Макси", плюсом также было и то, что место находилось в

самом центре города. Главной целью компании всегда является повышение качества обслуживания клиентов. Из ее задач можно выделить:

- доброжелательность к потребителям;
- качественная работа с товаром;
- торговый зал, который создает впечатление привлекательности;
- качественная деятельность коллектива.

Главные отличительные черты компании "Макси" являются быстрое развитие, ориентация в трендах, хорошие отношения с лучшим торговыми марками как мировых, так и отечественных производителей, широкий ассортимент, современные технологии для обслуживания клиентов, а самое главное - это высочайшее качество продукции. Успех ТРЦ "Макси" – результат длинного пути, который был пройден благодаря непрогибаемой целеустремленности и профессионализму всех руководителей и сотрудников данной компании. Партнеры: крупнейшие отечественные и зарубежные компании, такие, как Zenden, Лэтуаль, Adidas, NewYorker, Спортмастер др.

Матричная структура в ТРЦ "Макси" может создавать все условия для единой деятельности руководителей и проявления новых способностей сотрудников, при этом принцип централизации руководства не будет нарушаться. Данная структура помогает компании быстро адаптироваться к обновленным условиям внутренней и внешней среды. На рисунке 3 можно рассмотреть структуру, которая часто применяется в коммерческом направлении оптового сектора компании.



Источник: Официальный сайт ТРЦ «Макси». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://maxi-shopping.ru/> (дата обращения 21.06.2018)

Рис. 3. Матричная структура управления ТРЦ "Макси"

На сегодняшний день компания "Макси" продолжает развиваться в ускоренном темпе и пользуются огромной популярностью у покупателей, ведь там можно приобрести практически всю необходимую продукцию, в том числе и галантерейные товары.

В ТРЦ «Макси» находятся отделы, посвященные галантерее. Стоит рассмотреть некоторые из них.

«Империя сумок» - магазин с огромным выбором отечественной и западной кожгалантереи, сумок, рюкзаков и различных аксессуаров. Помимо широкого ассортимента, каждого покупателя ждет высокие стандарты обслуживания и профессиональная консультация, современный дизайн, и, конечно же, низкие цены и богатой выбор брендов (Francesco, Marzia, Rain Berry, Molinary, Mr.Bag и др) [23]

Если внимательно рассмотреть таблицу 11, где представлен ассортимент женских сумок, сделанных из натуральной кожи в, то можно сделать вывод, что самой популярной сумкой, поэтому и часто привозимой, является бренд Poshete. Данная сумка имеет весьма приятную цену и очень красивый дизайн, а также материал великолепного качества, чем и объясняется популярность среди покупателей.

Таблица 11

**Ассортимент женских сумок из натуральной кожи в магазине
«Империя сумок»**

Бренд	Количество, шт.	Страна производства	Цена, руб
Afina	6	Россия	6 250
Francesco Molinary	41	КНР	3000
Passo Avanti	5	КНР	3000
Poshete	122	КНР	3700
Suffle	2	Белоруссия	4100
Velina Fabbiano	7	КНП	9400

Характеристика женской сумки бренда Poshete:

Материал: натуральная кожа

Цвет: черный

Пол: Женский

Дополнительный материал: натуральная кожа

Артикул: 880-1002-BLK

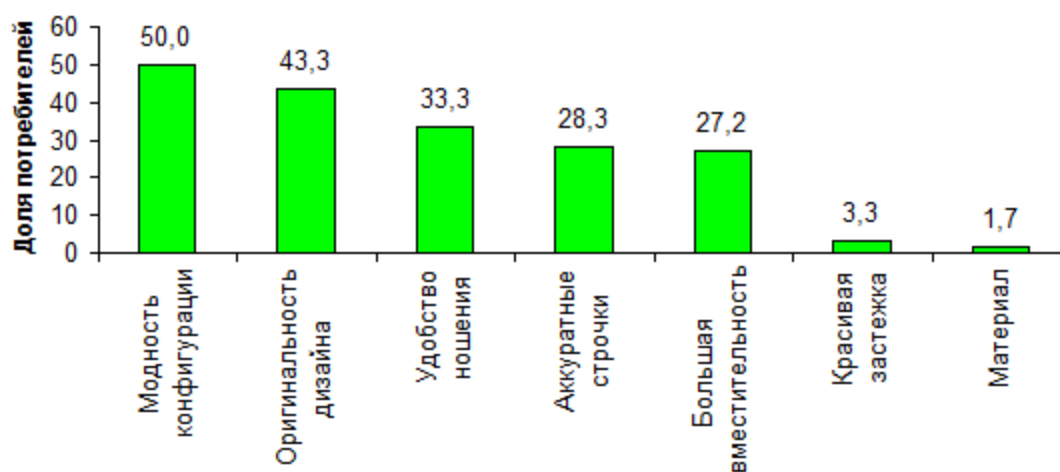
Страна производства: КНР

Параметры (ДхШхВ): 26x1x25см

Плюсы: красивый цвет, качественный материал, очень вместительная, возможность регулировки ручек, несмотря на то, что кожаные сумки требуют особого ухода - быстро чистится.

Главным атрибутом качества для трети женщин является удобство ношение сумки. Где-то 30% - считают, что качественная сумка из натуральной кожи должна быть вместительной и аккуратной, но есть те, для кого самое важное - это красивый материал, приблизительно 5%.

Характеристика ассортимента сумок из натуральной кожи состоит из некоторых параметров, которые представлены на рисунке 4:



Источник: Официальный сайт магазина «Империя сумок». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.imperiasumok.ru/> (дата обращения 18.10.2018)

Рис. 4. Наиболее важные параметры сумок из натуральной кожи

Также кожаные женские сумки могут классифицироваться по виду оформления, степени жесткости и сезонности.

К сожалению, если рассмотреть рисунок 5, то можно увидеть, что сейчас финансовое состояние магазина «Империя сумок» стало значительно хуже. [22]



Источник: Rusprofile. Информационный портал о индивидуальных предпринимателях. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/> (дата обращения 21.06.2018).

Рис. 5. Финансовый анализ магазина «Империя сумок»

Zolla - магазин стильной женской и мужской одежды и аксессуаров. Бренд усел хорошо зарекомендовать себя на рынке молодежной одежды, также радуя покупателей низкими ценами и превосходным качеством.

Разбор ассортимента шарфов по цвету магазина Zolla:

Таблица 12

Ассортимент шарфов по цвету в магазине Zolla

Цвет	Количество, шт.	Страна производства	Средняя цена, руб
Бежевый	3	Россия	500
Бирюзовый	5	Россия	500
Бордо	5	Россия	400
Голубой	4	Россия	300
Зеленый	1	Россия	700
Коричневый	1	Россия	300
Красный	3	Россия	500
Молочный	2	Россия	500
Мульти	2	Россия	900
Розовый	9	Россия	500
Светло-голубой	5	Россия	400
Синий	2	Россия	400

Рассмотрев таблицу 12, можно сделать вывод о том, что большой популярностью в магазине Zolla пользуются шарфы розового цвета.

2.2 Организация и порядок проведения экспертизы качества галантерейных товаров

Экспертиза галантерейных товаров - это исследование с применением специальных познаний, цель которого выявить результат, который ответит на многие, интересующих всех вопросы по данной тематике. Экспертиза проводится опытными экспертами, профессионалами своего дела. [1, с. 348]

В таможенном деле РФ существуют несколько видов экспертиз, которые проводят таможенные эксперты: идентификационная, товароведческая, материаловедческая, технологическая, криминалистическая и иные экспертизы, в производстве которых возникает необходимость. Важно отметить, что идентификационная экспертиза – именно та экспертиза, которая в таможне является чуть ли не самой главной частью при определении кода ТН ВЭД. [25]

Так как таможенная экспертиза имеет свои индивидуальные показатели, как в предмете, так и задачах, а также объектах и методах исследования, то есть возможность отнести ее к особой группе экспертиз.

Те товары и изделия, которые пересекают таможенную границу, или же их отобрали для исследования, чтобы выявить нарушения, имеют название объекты. Предмет же таможенной экспертизы обычно представляет собой некоторые обстоятельства или факты, которые сильно связаны с процедурой, так называемого таможенного контроля. В нашем случае объектом является галантерея. По понятным причинам, все галантерейные товары должны соответствовать требованиям Технических регламентов таможенного союза:

- ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности»;

Так же стоит отметить галантерейные товары должны соответствовать некоторым стандартам:

- ГОСТ 4.484—87 СПКП «Изделия кожгалантерейные. Номенклатура показателей»;
- ГОСТ 28631—90 «Сумки, чемоданы, портфели, ранцы, папки, изделия мелкой кожгалантереи. Общие технические условия»;
- ГОСТ 25871—83 «Изделия кожгалантерейные. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение»;
- ГОСТ 27503—87 «Изделия кожгалантерейные. Приемка», а также Методика контроля качества кожгалантерейных изделий Торгово-промышленной палаты РФ.
- ГОСТ 938.11-69 Кожа. Метод испытания на растяжение
- ГОСТ 938.12-70 Кожа. Правила приемки.
- ГОСТ 28631-2005 Сумки, чемоданы, портфели, ранцы, папки, изделия мелкой кожгалантереи.
- ГОСТ 19411-88 Изделия текстильно-галантерейные тканые, плетеные, вязаные, витые метражные и штучные.
- ГОСТ 16218.1-93 Изделия текстильно-галантерейные. Метод определения линейных размеров
- ГОСТ 29098-91 Ткани для галантерейных изделий. Общие технические условия.
- ГОСТ 6388-91 Щетки зубные. Общие технические условия и др.

Стоит рассмотреть поподробнее, как проводится порядок экспертизы качества галантереи.

Текстильная галантерея:

Сорт ниток для шитья назначается по балльной системе, т.е. дефект будет оцениваться по баллам. Большая часть текстильно-галантерейных товаров не может классифицироваться на сорта, есть исключения: хлопчатобумажные нити для шитья, кружевные изделия. По понятным

причинам, дефекты внешнего вида сильно влияют на качество нитей (появление швов, ухудшение механико-физических показателей) [16, с. 346]

Главные дефекты внешнего вида ниток:

- узлы, когда оборванные концы связываются между собой;
- шишковатость, когда появляются утолщения;
- ворсистость, когда на нитках появляются ворсинки;
- штопор, когда нитки неправильно натянуты, появляется утолщение;
- грязь;
- намотаны нитки на катушку - могут повредиться, если неаккуратно намотать.

Способы оценки качества текстильной галантереи:

Применяется система допуска, т.е. учитывая вид, размер, количество, а также место, где зародился дефект, можно определить допуск товара. После того, как был произведен отбор, методом осмотра(внешнего) проверяется качество текстильно-галантерейных товаров. Основные требования: все нити должны быть прочными, не рваться при конкретном натяжении, быть ровными по толщине и окрасу. По поводу окраски: изделия должны иметь насыщенный и красивый вид, не должно быть дефектов плетения. [2, с. 18]

Зонты должны иметь правильную форму, быстро открываться и закрываться. Детали, на которых держится конструкция, на них не должно быть вмятин и острых кромок. Работа пружин нажимного действия должна быть плавна, без трудностей. [11, с. 188]

Кожаная галантерея:

Кожгалантерейные товары бывают первого сорта и второго сорта (кроме ремней, предназначенных для часов). Когда определяется сорт, то учитываются все дефекты кожи в районе верха и производственных.

Способы оценки качества кожгалантереи:

Проверка происходит выборочно. Оценивают по совокупности показателей (общие и дополнительные). Общие показатели - их используют, когда надо оценить качество кожаной галантереи абсолютно всех групп. К

данным показателям можно отнести показатели эстетических свойств, унификации и технологичности. Стоит отметить, что именно художественно-технический совет проводит оценку эстетических свойств, способ который он использует, называется экспертный. Дополнительные - их используют, когда надо оценить качество кожаной галантереи отдельных групп.

Кожгалантерейные товары обязательно должны соответствовать всем требованиям стандартов, и вдобавок к этому, быть прочными и иметь удобную конструкцию. Все товары, сделанные из кожи, должны иметь правильную и красивую форму, соответствовать модным направлениям. Никаких дефектов, таких как ржавчина (если есть металлические детали), пятна, вмятины, плохо закрепленная ручка или плохо отпирающийся замок, быть не должно. [12, с. 328]

Дефекты кожгалантерейных товаров классифицируются на 2 группы:

- дефекты материалов – группа дефектов, где на коже присутствуют царапины, неровная краска, ссадины и т.д. [4, с. 20]
- производственные дефекты – группа дефектов, где на изделии есть неровные строчки, перекошенные детали и др.

Для маркировки кожгалантерейных товаров используется клеймение краской, которая не смывается либо бумажные этикетки. При этом, в маркировке обязательно должен быть указан товарный знак предприятия, на котором и был изготовлен изделие, местонахождение предприятия, номер модели, артикул, сорт дату выпуска, номер контролера, а также номер ГОСТа.

Упаковкой для кожгалантерейных товаров (сначала товар связывают в пачки) являются коробки. Хранение кожаной галантереи происходит в чистых, сухих местах, а также в помещениях, которые проветриваются. [3, с. 36]

Металлическая галантерея:

Так как металлическая галантерея не подразделяется на сорта, перейдем сразу к способам оценки качества:

Качество товара металл галантереи определяют так, как и товары текстильной галантереи – методом внешнего осмотра, при этом осуществляя

обмер соответствия физических и механических показателей нормам стандартов. Помимо общих требований, к товарам могут предъявляться специфические, они также обозначены в стандартах, как для отдельных изделий. Например, чтобы проверить лезвие, надо срезать им волос на весу при конкретном расстоянии.

Ни для кого не секрет, что вся металлическая галантерея должна соответствовать требованиям стандартов. Покрытие изделия должно быть прочным, на его поверхности не должно быть ржавчины, зазубрин и других дефектов, детали не должны заедать. Что касается электрических машинок, бритв, фенов, то у них должен быть гарантийный срок.

Пластмассовая галантерея:

Как и металлическая, пластмассовая галантерея не подразделяется на сорта.

Способы оценки качества пластмассовой галантереи:

Когда эксперты проверяют качество пластмассовых изделий, они оценивают какой формы, отделки, обработки поверхности и размера является данная вещь, особое внимание уделяют материалу, из которого сделан товар. Тот результат, который выполнен выборочным контролем является заключением о партии. Установить вид пластмассы, из которого, собственно и состоит изделие – важная процедура. Для этого составляется очень подробное представление о самом изделии (его свойства, условия использования и т.д.)

Каждое изделие из пластмассы должно выглядеть красиво, форма должна быть правильной: гладкая, ровная и блестящая. Трещин и пятен категорически быть не должно. Также, стоит отметить, что материал, из которого сделано изделие, не должен наносить какой-либо вред.

На маркировке обязательно должен быть товарный знак предприятия-изготовителя. Упаковка происходит индивидуально, т.е., например надо положить сначала в бумагу или в пакет, а потом уже в коробку. С пуговицами дело обстоит так, изначально изделия пришивают на карточки, затем

упаковывают в пакет или же в коробку, но потом к этой же коробке пришивают пуговицу, как образец.

Щеточная галантерея:

Товары щеточной галантереи выпускается одного сорта.

Способы оценки качества щеточной галантереи:

Факторы, по которым определяют оценку качества, являются размер, форма, общий внешний вид, т.е. оценка качества проводится с учетом объективных показателей, которые предусмотрены нормативной документацией. Объективные показатели – показатели, с помощью которых определяется прочность на разрыв, прочность кустов щетки, вес изделия, а также устойчивость краски самой щетины к воде и трению об любую поверхность. Еще существуют органолептические показатели (внешний вид изделия). Признаками внешнего вида щеток представляются размеры изделий, число рядов пучков и сколько этих же пучков в каждом ряду, форма ручки. Все должно быть в соответствии требованиям стандартов.

При проверке деревянных ручек, колодок, акцент идет на правильную форму и древесину, из которой и сделаны эти колодки, на ней не должно быть трещин и гнили, нельзя, чтобы древесина была сухой. Сам ворс должен выглядеть чистым, хорошо продезинфицированным, а расположение кустов симметрично, ряды прямые, отполированные ручки, как деревянные, так и пластмассовые, прочное крепление кустов.

Сополимерные зубные щетки – одна из немногих вещей, где есть небольшие исключения, допускаются волосяные царапины (до 5 мм). Лицевая поверхность колодок, сделанных из пластмассы может иметь выступ или углубление литника максимум 0,5 мм по месту смыкания полуформы. Несмотря на некоторые допускания, рабочая часть щетки, а именно ее поверхность должна быть ровной. Маркировка и хранение щеточной галантереи должны осуществляться по ГОСТ 28660-90 Изделия щетинно-щеточные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение.

Галантерейные зеркала:

Зеркальные изделия выпускаются первого и второго сорта. Когда их сортируют, акцентируют внимание на размер, вес, вид стекла, место и количество дефектов. Зеркалам, площадь которых варьируется до 0,1 квадратного метра, можно иметь максимум два дефекта. Если зеркало больше 0,1 квадратного метра, то дефектов допускается максимум три.

Способы оценки качества зеркальной галантереи:

Главный фактор, при котором происходит внешний осмотр изделия – это свет, он должен быть дневным рассеянным. На расстоянии 70 см эксперт проводит осмотр. [6, с. 29]

Какое качество используемого материала, технологий и отделки, такое качество и зеркала. Поверхность изделия должно быть ровным, без трещин, покрыто двойным защитным слоем эмали либо краски, также приветствуется лак. Полировка facets должна быть очень хорошей.

Маркировка зеркал состоит из товарного знака предприятия-изготовителя, сорта, артикула, номер стандарта и дата изготовления – обязательны. На лицевую сторону зеркала крепиться этикетка. Упаковка зеркальной продукции происходит парами, их складывают лицами внутрь, но по всей поверхности между ними обязательно прокладывается либо картон, либо бумага.

Самое главное в хранении галантерейных изделий то, что они должны находиться в сухих, хорошо проветриваемых и отопляемых помещениях. Влажность при этом должна быть на уровне 60-65%, а температура воздуха 12-18 градусов. При несоблюдении этих правил, могут возникнуть неприятности: изделия из металла рискуют получить черные пятна на поверхности при увеличении влажности помещения, а товар, который сделан из кожи – разбухнет, полировка щеток станет тусклой; наоборот, если помещение понизит процент влажности, а температура станет высокой – кожа начнет деформироваться и окончательно потеряет эластичность, металлические товары запотеют и станут ржаветь. Все галантерейные товары

нельзя помещать в места, где есть прямые солнечные лучи, много пыли и где обитают различные грызуны. [5, с. 350]

Также стоит рассмотреть примеры экспертизы некоторых галантерейных товаров, представленные в ТРЦ «Макси» (магазин «Империя сумок»).

Женская сумка из натуральной кожи бренда «Poshete»

Характеристика: Данная сумка является широкой, материал из качественной натуральной кожи, бренд – «Poshete». Силь: классический стиля. Переназначение: для повседневной носки. Цвет материала верха: бежевый, цвет ниток: белые, есть коричневые. Материал подкладки – хлопчатобумажный сатин. Имеется плечевой ремень, что дает возможность носить сумку через плечо. С помощью плечевого ремня сумку можно носить через плечо. Имеются ножки на дне изделия, что способствуют защите от протирания. При этом сумка украшена декоративной кистью.

Бренд: Poshete»

Страна-производитель: КНР

Материал: натуральная кожа

Длина: 27 см

Высота: 25 см

Ширина: 13 см

Наличие плечевого ремня: есть

Наличие коротких ручек: есть

Таблица 13

Экспертиза качества женской сумки из натуральной кожи бренда «Poshete»

Объект	Сумка из натуральной кожи «Poshete»	
	Соответствует образцу-эталону	Не соответствует образцу-эталону
1. Соответствие внешнего вида сумки и образца-эталона		-
2. Влажно-тепловая обработка подкладки	+	
3. Наличие пороков внешнего вида		-

Продолжение таблицы 13

материалов верха и подкладки		
4. Исполнение отдельных деталей и узлов:		
Симметричность формы	+	
Проверка застежки-молния		-
Стежки, строчки, швы	+	
Соединение промежуточной детали дна с дном сумки	+	
Обработка срезов верха и подкладки	+	
5. Реквизиты ярлыка	+	-
6. Хранение		-

Итак, для проведения этой экспертизы использовался органолептический и измерительный способ. При просмотре соответствия цвета, фактуры материала верха, конструктивных особенностей данной сумки, выяснилось, что длина застежки-молния на задней стенке и ширина дна образца-эталона не соответствует фактическому изделию. Т.е. здесь нарушение технологической операции при комплектовании мелких деталей, возможная причина этого то, что при сборки было плохое освещение, либо рабочий был невнимательный. Далее необходимо было просмотреть материал подкладки на наличие либо отсутствие лас, а также пролегание швов, складок, и т.д. Ничего из вышеперечисленного не было обнаружено. Далее проверяем наличие пороков внешнего вида материалов верха и подкладки, для этого рассматриваем изделие со стороны верха и подкладки соответственно. При осмотре были обнаружены малозаметная вортистость, также цвета деталей были не одного рода. Следом проверяем отдельные детали узлы, выясняется, что застежка-молния работает неправильно, сильно расходятся звенья, остальные параметры соответствуют образцу-эталону. Проверка реквизитов ярлычка на соответствие ГОСТа 25871-83 «Изделия кожгалантерейные. Упаковка сумок из натуральной кожи». Все параметры соответствуют, кроме одного момента - клеймение реквизитов ярлыка не очень четкое, но данная проблема исправима. Теперь по поводу хранения: Известно, что женские сумки, сделанные из натуральной кожи, должны

хранятся хорошо проветренном помещении. Расстояние от отопительных приборов должно не превышать полтора метра. Максимальная температура воздуха максимум 18 градусов, а влажность - 70%. Как выяснилось, температура в помещении, где хранилась данное изделие было менее 8 градусов, следовательно присутствуют несоответствия требованиям ГОСТа 25871-83. Вероятная причина: плохая работоспособность отопительных приборов.

Вывод: проведя экспертизу качества женской сумки из натуральной кожи бренда «Poshete», были найдены дефекты, а следовательно нарушение как в производстве, так и в хранении кожгалантерейного изделия.

Возьмем другой пример, зубная щетка бренда Reach Access.

Характеристика: данное изделие является щеткой средней жесткости, состоит из качественного материала. Крепление щетины и колодки прочное. Как обещают производители, при использовании изделия не возникает неприятных ощущений, щетка способна чистить даже в труднодоступных местах. Цвет материала: зеленый. Цвет щетины: белый. Недостатки: высокая цена.

Бренд: Reach Access

Страна-производитель: Германия

Вид: зубная щетка средней жесткости.

Материал: щетина из нейлоновых волокон; ручка из полипропилена.

Срок годности: не ограничен.

Таблица 14

Экспертиза качества зубной щетки бренда «Reach Access»

Объект	Зубная щетка бренда «Reach Access»	
	Результат испытаний	Метод испытаний
1. Внешний вид	Деформации щеточного поля нет. Острых и грубо обработанных поверхностей нет. Заусенец нет.	ГОСТ 6388-91

Продолжение таблицы 14

	Волокна щетины закруглены.	
2. Органолептические показатели	0	Ин.№880-71
3. Жесткость щетки (сН/мм ²)	6,9 средняя	ГОСТ 6388-91
4. Прочность крепления куста(Н)	55	ГОСТ 28637-90
5. Прочность колодки, нагрузка(Дж)	Без разрушения	ГОСТ 28637-90

Для проведения этой экспертизы использовали технические и санитарно-химические исследования. Щетка бренда «Reach Access» по внешнему виду соответствует требованиям, т.е. щеточное поле без деформации, заусенец и другой грубо обработанной поверхности нет. Исходя из подсчетов экспертов, изделие состоит из 34 кустов, волокна щетины закругленные. Если рассматривать индекс жесткости щетки - приблизительно 6,9. Это соответствует щетине, которая находится в группе «средняя жесткость».

Что касается прочности крепления щетины. Используя ГОСТ 28637-90 «Изделия щетинно-щеточные. Методы контроля», эксперт определил, что щетина должна выдержать давление в 29 ньютонов. Результат бренда «Reach Access» 55 ньютонов, что является очень хорошим результатом среди современных щеток. Также следует отметить, что поле никак не деформируется при чистке зубов по два раза в день в течение двух дней, положительный результат.

Чтобы проверить прочность колодки, изделие отправляют на так называемую «Гильотину». Это работает так: ручку щетки закрепляют тисками таким образом, чтобы самая маленькая (узкая) часть колодки оказалась прямо возле лезвия. Смысл в том, что если маятник ломает колодку, то такая щетка не проходит испытание. Но зубная щетка бренда «Reach Access» выдержала силу маятника, поэтому ее можно считать прочным товаром.

Для проверки прочности колодки щетку закрепляют на испытательном стенде так, чтобы самое узкое место ручки оказалось напротив лезвия

гильотины. Удар маятника - и слабая колодка ломается. Прочные ручки при ударе остаются целыми. Претензий по поводу маркировки не возникло. [20]

Вывод: проведя экспертизу качества зубной щетки бренда «Reach Access», можно отметить, что дефектов выявлено не было, следовательно нарушений как в производстве, так и в хранении щеточно-галантерейного изделия нет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе курсовой работы было выяснено, что галантерейные товары тоже являются неотъемлемой частью российского рынка. Имеют свой ассортимент товаров и свой подход изучения качества. Также целью этой работы являлось провести экспертизу, изучив как можно больше информации по данной теме. Главным помощником в исследовании стал торгово-развлекательный центр «Макси» и его отделы, в которых продают галантерею.

Не зря галантерейные товары считаются частным явлением непродовольственных товаров в структуре товарной сегментации потребительского рынка. Ведь каждая группа, каждый вид галантереи – он уникален по-своему. Групп насчитывается шесть штук, каждая из них имеет огромный ассортимент товаров, свои требования к хранению, перевозке и т.д. Все эти знания просто необходимы не только экспертам, проводящие экспертизу качества изделий, но и простому гражданину РФ. Когда соблюдаются все требования по хранению галантереи и другим ее аспектам, которые влияют на спрос среди покупателей – товар продвигается и пользуется популярностью.

Изучив два классификатора: ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС, появилась возможность определять коды галантерейных изделий в, соответственно, ОКПД 2, и в ТН ВЭД ЕАЭС.

Проведя анализ ассортимента галантереи в магазинах торгово-развлекательного центра «Макси», стало понятно, что не все показатели всегда держат высшую планку качества. И чтобы продукция всегда была качественного материала, имела красивый внешний вид, а также была безвредной для здоровья, необходим один из важнейших факторов, собственно, повышения качества – конкуренция и постоянное обновление товара.

Проведя экспертизу качества некоторых галантерейных товаров, эксперты столкнулись с дефектами, которые портят репутацию производителям и являются нарушением как в производстве, так и в хранении изделий. Экспертиза является отличным средством контроля качества любых изделий, особенно, если имеется позиции покупателя. Ведь именно для них и создают данные товары.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) – Отдельное издание. – М.: Эксмо, 2018. - 348 с
2. ГОСТ 16218.1-93 Изделия текстильно-галантерейные. Метод определения линейных размеров. - Издание неофициальное.
3. ГОСТ 4.484—87 СПКП «Изделия кожгалантерейные. Номенклатура показателей»
4. ГОСТ 28631-2005 Сумки, чемоданы, портфели, ранцы, папки, изделия мелкой кожгалантереи.
5. Васильева Н.О. Товароведение галантерейных товаров учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Товароведение и экспертиза товаров». – М.: Academia, 2016. - 350 с.
6. Виноградова А.В., Челышев А.М. Товароведение и экспертиза в таможенном деле непродовольственных товаров. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 29 с.
7. Дмитриченко М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров - СПб : Питер, 2010. - 352с.
8. Сыцко В. Е. Товароведение непродовольственных товаров — Москва: издательство «Высшая школа», с.2015. – 177 с.
9. Тимофеева В.А. Товароведение продовольственных товаров. - Учеб. пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. – 480 с.
10. Козюлина Н.С., Товароведение непродовольственных товаров. - М.: «Дашков и К», 2012.-227 с.
11. Шишкина И. В. Товароведение и экспертиза галантерейных товаров - Москва: издательство «Академия», 2014 г. - 188 с.

12. Дзахмишева И.Ш. и др. Товароведение и экспертиза товаров. Учебное пособие. — 3-е изд. /Под общ. ред. проф. И.Ш. Дзахмишевой. — Москва: Дашков и К, 2016. — 328 с.
13. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг - М: «Юрайт - Издат», 2009.- 310 с.
14. Россия в цифрах. 2016: Крат. стат. сб./Росстат- М., 2016. - 425 с
15. Девлетов О. У. История отечественного предпринимательства: учебное пособие для студентов вузов - Директ-Медиа, 2015. – 305 с.
16. Дзахмишева, И.Ш. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров: Учебное пособие / И.Ш. Дзахмишева, М.В. Блиева, Р.М. Алагирова, С.И. Балаева. - М.: Дашков и К, 2016. - 346 с.
17. Ильина, М.Г. Товароведение непродовольственных товаров: Практикум: Учебное пособие для нач. проф. образования / М.Г. Ильина. - М.: ИЦ Академия, 2016. - 190 с.
18. Моисеенко, Н.С. Товароведение непродовольственных товаров: Учебник / Н.С. Моисеенко. - Рн/Д: Феникс, 2015. - 325 с.
19. Ходыкин, А.П. Товароведение непродовольственных товаров: Учебник / А.П. Ходыкин, А.А. Ляшко, Н.И. Волошко. - М.: Дашков и К, 2016. - 523 с.
20. Российская система качества (Роскачество). [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://roskachestvo.gov.ru/> (дата обращения 20.06.2018)
21. Официальный сайт ТРЦ «Макси». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://maxi-shopping.ru/> (дата обращения 21.06.2018)
22. Rusprofile. Информационный портал о индивидуальных предпринимателях. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/>(дата обращения 21.06.2018)
23. Официальный сайт магазина «Империя сумок». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.imperiasumok.ru/> (дата обращения 18.10.2018)
24. Единый таможенный тариф Евразийского Экономического Союза [Электронный ресурс] - Сетевой режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_133133/22ad39bb36d3b8a63d493b0be82dc7170c9f82f6/ (Дата обращения 18.06.2018).

25. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс] - Сетевой режим доступа: <http://www.customs.ru/> (Дата обращения 27.06.2018).

**ОТЗЫВ
на курсовую работу**

Раздел 1.

Кафедра Экономики и менеджмента
 Дисциплина Маркетинг, экономика и менеджмент в туризме
 Тема Маркетинговая стратегия туристического предприятия и анализ рынка
 Студент (Ф.И.О.) Куркина Екатерина Александровна
 Курс II Группа 970-1610
 Руководитель курсовой работы Куркина Ирина Александровна

Раздел 2. Критерии, при наличии хотя бы одного из которых работа оценивается только на «неудовлетворительно»

1.	Тема не соответствует распоряжению об утверждении курсовой работы по группе	
	Содержание не соответствует утвержденной теме курсовой работы по дисциплине	
2.	Работа перепечатана из Интернета или других информационных источников	
3.	Неструктурированный план курсовой работы	
4.	Объем работы менее 38 листов машинописного текста	
5.	В работе отсутствуют ссылки на нормативные и другие источники	
6.	Оформление курсовой работы не соответствует требованиям Смоленского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова	

Раздел 3. Рейтинг работы (при неудовлетворительной оценке не заполняется)

№	Наименование показателя	Баллы
1.	Содержательная составляющая	
1.1	Степень раскрытия темы	5
1.2	Полнота охвата научной литературы	4
1.3	Использование нормативных актов	6
1.4	Индивидуальность подхода к написанию КР	3
1.5	Последовательность и логика изложения материала	4
	Итого по содержательной составляющей (максимум 55 баллов)	25
2.	Оформление и информационное сопровождение работы	
2.1	Язык, стиль и грамматический уровень работы (максимум 10 баллов)	5
2.2	Использование иллюстративного материала (рисунки, таблицы, графики, диаграммы и т.п.) (максимум 10 баллов)	5
	Итого по оформлению и информационному сопровождению работы (максимум 20 баллов)	10
3.	Защита	7
3.1	Доклад (максимум 9 баллов)	4
3.2	Презентация (максимум 8 баллов)	4
3.3	Ответы на вопросы (максимум 8 баллов)	
	Итого по защите (максимум 25 баллов)	
4.	Всего:	50

Дополнительные замечания _____

Оценка (прописью) неудовлетворительно

Научный руководитель Куркина Ирина Александровна
(подпись)

«25» марта 2016 г.