**ОГЛАВЛЕНИЕ**

**Введение**..................................................................................................................2

**Глава 1. Анализ рынка, классификация и ассортимент упаковочных материалов из пластика**

1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка упаковочных материалов из пластика…………………………………….4

1.2 Классификация и характеристика ассортимента упаковочных материалов из пластика в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС………………………………………………………………………12

**Глава 2. Характеристика ассортимента и экспертиза качества упаковочных материалов из пластика**

2.1 Характеристика ассортимента упаковочных материалов из пластика на примере торгового предприятия ООО «Джокей Пластик»…………24

2.2 Организация и порядок проведения экспертизы качества упаковочных материалов из пластика…………………………………...31

**Заключение**……………………………………………………………………...36

**Список использованных источников**………………………………………..38

**Приложение**……………………………………………………………………..40

**ВВЕДЕНИЕ**

Одной из наиболее крупных и конкурентных секторов мировой экономики является индустрия упаковочных материалов, которой свойственно постоянное расширение ассортимента продукции, выпускаемой предприятиями по изготовлению упаковочных материалов. Основной целью данной индустрии считается повышение эффективности производства, а также постоянное освоение новейших производств.

Исходя из вышесказанного, актуальность данной темы заключается в соблюдении соответствия всех норм безопасности при изготовлении и выпуске упаковочных изделий из пластика, так как данный вид продукции довольно распространен как на Российском рынке производства, так и на международном уровне.

Довольно часто люди не осознают то, что правильно разработанная и изготовленная упаковка из пластика является гарантией долгого и надежного хранения продуктов, для которых предназначен упаковочный продукт. Кроме того, засчет разнообразного в настоящее время дизайна, упаковочный материал привлекает внимание потребителя, что является неотъемлемой частью конкуренции производителей на рынке.

Объектом исследования в данной курсовой работе выступают упаковочные материалы из пластика.

Предметом исследования является товароведческая характеристика ассортимента и экспертиза качества упаковочных материалов из пластика.

Целью данной курсовой работы является выявление особенностей товароведческой характеристики и экспертизы качества упаковочных материалов из пластика в таможенном деле.

Для достижения поставленной цели в курсовой работе требуется решить следующие задачи:

1) изучить состояние и перспективы развития современного рынка упаковочных материалов из пластика;

2) представить классификацию и характеристику ассортимента упаковочных материалов из пластика в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС;

3)проанализировать характеристику ассортимента упаковочных материалов из пластика на примере торгового предприятия ООО «Джокей Пластик»;

4) рассмотреть порядок проведения экспертизы качества на примере упаковочных материалов из пластика.

При написании курсовой работы были использованы такие методы исследования как сбор, анализ и систематизация научной литературы по заданной теме.

В ходе написания данной курсовой работы использовалась широкая информационная база. В нее вошли как Интернет источники, так и источники периодической печати, учебные пособия.

Теоретическую основу курсовой работы составили статистические данные международных источников, таких как Pira International и Credit Suisse First Boston.

Основой практической деятельности послужило изучение Российского и международного рынков производства упаковочных материалов из пластика, а также исследование производства пластиковой упаковки на примере конкретного производства.

Курсовая работа включает в себя введение, обзорную (теоретическую) часть, заключение, списки использованных источников (литературы) и приложения. В качестве наглядного материала курсовая работа содержит в себе рисунки и таблицы.

**ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА, КЛАССИФИКАЦИЯ И АССОРТИМЕНТ УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ИЗ ПЛАСТИКА**

* 1. **Состояние и перспективы развития современного рынка**

**упаковочных материалов из пластика**

Индустрия упаковочных материалов является одной из наиболее крупных и конкурентных секторов мировой экономики, который развивается стремительно и быстро. Данной индустрии свойственно постоянное расширение ассортимента продукции, выпускаемой предприятиями по изготовлению упаковочных материалов. Также индустрия упаковочных материалов одной из своей целей видит повышение эффективности производства, получение экономической выгоды и предотвращение банкротства засчет освоения новых видов производств. Но вместе с этим, она значительно зависит от цен, затраченных на приобретение оборудования и материалов, от основных заказчиков тары и упаковки, а именно от их уровня спроса. Национальные и международные экологические нормы, требующие при производстве использование перерабатываемых материалов, делает необходимым в упаковочной индустрии поиск новых решений в области технологии и маркетинга. Также благодаря тому, что эти нормы ведут к конкуренции, производители вынуждены идти по консолидированному пути, то есть укреплять и сплачивать свои организации, тем самым добиваясь снижения затрат [6, с. 85].

Данные оценки объема мирового рынка продукции упаковочных материалов, исходя из анализа экспертов, довольно различны. Так по данным Pira International, в 2015 г. оборот отрасли в совокупности превысил $410 млрд., в это число входит и оборудование, оборот которого составляет $25 млрд., и материалы, оборотная часть которых составила $386 млрд. При этом по сравнению с 2014 г. рынок вырос на 4%, а от уровня 2011 г. поднялся на 14%. Если опираться на данные отчета Credit Suisse First Boston, то мировой рынок упаковки оценен в $440 млрд.

Основными рынками мирового назначения являются:

- Северная Америка (около 30% мирового потребления приходится на долю США);

- Западная Европа;

- Азия (около 50% азиатской продукции потребляет Япония).

При производстве упаковки используются следующие материалы:

- бумажно – картонные материалы (на их долю приходится 39%);

- твердые пластики (19%);

- алюминий и сталь (17%);

- гибкие пластики (12%).

Что касается общей характеристики рынка упаковочного производства по России, то можно говорить о том, в РФ данная индустрия считается одной из наиболее быстро развивающихся сегментов экономики. По данным Росстата – Федеральной службы государственной статистики, основной задачей которой является удовлетворение всех слоев населения, органов власти и СМИ по вопросам объективной и полной статистической информации, с 2014 по 2017 гг. рост производства упаковки на российском рынке составил 53% (ежегодный прирост свыше 10%), что является наиболее высоким темпом роста, чем рост мирового рынка (4-5% в год) [9, с. 74]. Наиболее стремительный рост прослеживается в отдельных сегментах, например, темп роста картона и гибкой упаковки поднялись на 15-20% в год. На рынке отмечено появление новых видов упаковки и материалов. По данным «Союзупак» - организации, объединяющей предприятия по разработке, изготовлению и выпуску продукции упаковочных материалов, емкость рынка упаковки РФ составляет $7-8 млрд., а по данным ИК «Финам» - $5,8 млрд. На каждого россиянина в 2014 г. пришлось 40-50 кг упаковочных материалов в то время, как на каждого американца пришлось 230 кг. По прогнозам специалистов, процесс насыщения рынка упаковочными материалами продолжался до 2007 – 2010 гг., а после начала разворачиваться острая конкурентная борьба.

В 2017 году экспорт российских упаковок из пластика уменьшился на 16% по сравнению с 2016 г. до объёма в $2,3 млрд долларов США, что представлено в таблице 1. Отрицательное сальдо торгового баланса составляло в 2017 году $5,2 млрд долларов США. В 2017 году российский экспорт пластмасс и изделий из них составлял 0,44 % от общемирового, что позволило России занять 33 место в рейтинге стран-экспортеров пластмасс и изделий из них. Последние 5 лет отрасль показывает постепенный рост объёмов экспорта.

Таблица 1

**Экспорт российских упаковок из пластика\***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Объем экспорта | $ 1.24 | $ 1.55 | $ 2.10 | $ 2.57 | $ 2.68 | $ 2.26 |

\*Материалы с сайта Альфа - софт. Режим доступа: <http://www.alta.ru> (дата обращения 25.06.2018).

Повышение темпов роста рынка ведут к привлечению инвестиций. Так ведущие мировые производители объявляют о запланированном выходе на российский рынок упаковки. Например, Канадская Alcan, являющаяся одной из крупнейших корпораций в мире по производству алюминия и упаковочных материалов, объявила об инвестировании $55 млн. в два новых завода по производству алюминиевых упаковок в России; а Tetra Pak – крупнейший шведский производитель упаковки, инвестирует $100 млн. в строительство третьего завода в России. Повышение темпов рынка упаковки определяется ростом обслуживаемых отраслей [12, с. 74]. Стремительный рост рынка потребителей (20% в год) соответственно поднял спрос на упаковку со стороны производителей и различных сетей. Так, например, обычный пакет, который является упаковкой, стал частью имиджа для розничных сетей.

Значительную часть упаковочной индустрии в РФ, как и во всем мире, занимает пищевая упаковка. Доля производства данного сегмента составляет 70-75%. При этом повышается спрос на новые виды упаковки, предназначенные для длительного хранения. Незначительно ниже спрос на упаковку для парфюмерии и косметики, бытовой химии и табачного производства.

Развитие российского рынка производства упаковки привело к сокращению импорта упаковочных изделий. Также в Россию приходят производители упаковки, обычно обслуживающие производителей разнообразной продукции в других странах [17, с. 63].

К полимерным упаковкам относят пластик, а именно твердые формы полимерной и пластмассовой продукции, а также пленки, являющиеся мягкими формами полимерных и аналогичных материалов.

Данный сегмент упаковочных материалов оценивают в $2,1 – 2,7 млрд. и включает в себя следующие виды упаковки:

- жесткая пластиковая тара;

- блистер – упаковка;

- полиэтиленовые пакеты;

- гибкая пленка.

К самому распространенному сектору – гибкой таре относится вакуумная упаковка и пакеты для сока, молока, вина.

Пластиковая упаковка изготавливается из материалов, основой для производства которых служит нефть, поэтому при повышении цен на нефть стоимость полимерного сырья соответственно повышается тоже.

Сегодня существует необходимость закупки сырья за рубежом, чтобы была возможность производства конкурентоспособной гибкой упаковки. При этом таможенная пошлина составляет 15%, а при приобретении уже готовой упаковки, пошлина составит всего 5%.

К сектору жесткой пластиковой потребительской тары относится упаковка из пластиков и пластмасс. Так как упаковка из пластика легче и почти в 2 раза дешевле, чем картонная упаковка, потребление данного вида упаковки растет. По прогнозу специалистов потребление жесткой полимерной упаковки возрастает на 4% в год.

Выдувная пластиковая тара, в том числе изделия из полиэтилентерефталата (ПЭТ), является одним из наиболее прибыльных секторов рынка производства тары и упаковки. Примером данного вида упаковки на российском рынке служит ПЭТ – упаковка в ассортименте производства газированной воды, минеральной воды и пива [8, с. 74].

По данным ACNielsen в физическом объеме различных продаж продукты в ПЭТ – упаковке в 2015 г. занимали 42%; их доля по сравнению с 2014 г. увеличилась на 2,3%. Общий объем российского рынка ПЭТ – бутылок находится на уровне 6 – 6,5 млрд. штук в год. Из них:

- на долю безалкогольных напитков приходится 70% продукции;

- на долю растительных масел – 15%;

- на долю производства пива – 10%.

Остальная часть занимает бытовая химия и косметика. Продукция в ПЭТ – упаковке в денежном объеме на период за 2015 г. составила 29%.

Биаксиальноориентированная пленка (БОПС – пленка) составляет конкуренцию ПЭТ – упаковке. По оценкам экспертов, рынок БОПС – упаковки в год растет на 30-40%, объем его производства достиг 14,7 тыс. или $20 – 25 млн. за 2014 г. Темпы потребительского роста БОПС-упаковки в регионах больше, чем в Москве, а объем ее реализации на рынке, составляющем 40%, приходится на Москву и Московскую область.

Основными потребителями БОПС – упаковки являются сетевые супермаркеты, так как они проще и дешевле в переработке, чем упаковки из ПЭТ и ПВХ, а также более экологичны, поэтому из данного вида упаковки изготавливают прозрачные коробки для пищевых продуктов.

Индустрия упаковки на мировом уровне довольно фрагментирована, так как в ней принимают активное участие свыше 100 тыс. компаний с 6 млн. работников. На 20 ведущих компаний приходится 25% отраслевого оборота, а 100 крупнейших дают не более 45% [10, с. 85].

Примерно у 25% лидирующих компаний частью бизнеса является производство упаковочных изделий, а более высокую добавленную стоимость им позволяет получать производство упаковочного сырья. Представителями данных лидирующих компаний являются:

International Paper Company;

- Wayerhaeuser Company;

- Georgia – Pacific Corporation;

- Alcan и Alcoe;

- Compagnia de Saint – Gobain.

К другой группе производителей упаковки, которые сами производят и

оборудование для ее производства, относят:

- Tetra Pak;

- Toyo Seikan;

- Kloekher;

- SIG Holding.

В индустрии производства упаковочных материалов насчитывается более 50 компаний с объемом продаж свыше $1 млрд., 60% из них – американские фирмы.

Импорт в Россию товаров из группы «изделия упаковки товаров из пластмасс; пробки, колпаки и другие укупорочные средства» за период август 2016 - август 2017 составил $596 млн., общим весом 156 тыс. тонн представлен в Приложении А.

В основном импортировались «пробки, крышки, колпаки и другие изделия для закупорки» (25%), «бутыли, бутылки, флаконы и аналогичные изделия» (24%).

В структуре импорта по странам (товаров из группы «изделия упаковки товаров из пластмасс; пробки, колпаки и другие укупорочные») на первом месте Беларусь (29%), на втором месте Китай (13%) [7, с. 75].

Основным условием успеха консолидацию активов делает конкуренция, постоянно обостряющаяся в отрасли и попытки по сокращению издержек. Ускорение процесса слияния и поглощения в данной отрасли во второй половине 90 – х гг. ускорилось. За данный период было заключено свыше 2000 сделок в области инвестиций. Пик процессов слияния и поглощения пришелся на 2000 г., в то время как на сумму $55,5 млрд. было совершено 449 инвестиционных сделок. В общем объем таких сделок в 2002 г. составил $13,7 млрд., в 2003 г. - $14,3 млрд., а в 2004 г. - $17,8 млрд. Активы в отраслях бумажно – картонной и пластиковой упаковки стал главным объектом слияний и поглощений.

В РФ производством упаковочных материалов занимаются около 3 тыс. предприятий, разделяющихся на 3 группы:

1. Предприятия, которые включены в состав крупных производительных холдингов, а также работающие на сырье собственного производства. Например, ГК «Титан», «Илим Палп», «Гамма - Синтез».

2. Крупные предприятия по производству упаковок, которые не имеют базы по изготовлению сырья собственного производства. Это отечественные предприятия, такие как ЗАО «Готэк», ПЭФ «Союз», ПО «Гофра», а также филиалы крупных компаний зарубежного происхождения (Stora Enso Packaging, Tetra Pak).

3. Малые и средние предприятия, производство упаковки которых осуществляется из закупаемого сырья.

Отрасль жесткой пластиковой упаковки характерна низкой концентрацией: выпуск продукции данного сектора выпускается свыше 3 тыс. предприятий разных отраслей. Иногда компании могут производить тару из пластика для собственных нужд.

Потребительская структура рынка упаковки из жесткого пластика изменчива засчет появления холдингов в кондитерской промышленности. На смену множества мелких предприятий пришло небольшое количество крупных объединений с централизованным снабжением. При неизменности объема рынка, произошло сокращение количества потребителей. Фирмы, производящие упаковку из жесткого пластика, начали борьбу за клиента. В настоящее время множество фирм предлагает похожую продукцию по фактически одинаковым ценам [5, с. 36].

В связи с объединением отрасли напитков и пива, на рынке производства ПЭТ – упаковки также началась консолидация: крупные поставщики упаковочных материалов, имеющие развитый сервис и гарантии качества продукции, стали востребованы у таких же крупных производителей напитков.

Слияние «ГК Ретал» и филиалов в России литовских заводов «Nemuno Banga» стало первым этапом слияния отрасли ПЭТ – упаковки. Получившаяся компания приобрело новое название «НБ – Ретал». В дальнейшем в состав компании также вошли «Итера – ПЭТ» и «Мастер Групп». Уже через год компания на своем рынке стала крупнейшей: общая мощность производства 9 заводов в основных регионах России составила 4,5 млрд.

Компанией «Конус – упаковка» был заключен договор на поставку оборудования для производства БОПС – ленты мощностью 15 тыс. тонн с компанией DMT (Франция).

Объем производства на рынке упаковки из пластика в 2014 г. увеличился на 20%. Данная отрасль рынка считается наиболее наукоемкой, поэтому эксперты предписывают ей сохранение увеличения тенденции. Для изготовления гибкой, эластичной и прочной упаковки компании, являющиеся лидерами на рынке производства, внедряют научно – технические разработки и с каждым годом еще больше их совершенствует [11, с. 73].

В настоящее время в качестве лидирующих сегментов потребителей пластиковой упаковки выделяют компании по производству кондитерских изделий, мясных полуфабрикатов, тортов, салатов и мороженого.

Российский рынок по производству упаковки показывает положительную динамику, что должно сохраниться и в последующие годы. Наиболее активно развивающимися и перспективными по праву можно считать рынок продукции из полимерных материалов. Но, несмотря на это, наибольший объем рынка по производству упаковки будет занимать сегмент картона и гофрокартона. Благодаря экологическим свойствам гофрокартона спрос на данную отрасль не упадет, ведь он наносит минимальный вред окружающей среде в отличие от тары из стекла или полимеров.

Таким образом, структура рынка гибкой упаковки подтверждает, что бумажные и картонные упаковочные материалы вытесняются, а на смену им приходят упаковки из полимеров. Объем производства продукции данного сегмента увеличился почти на 50% за последние годы как в России, так и в Европе, где упаковки из пластика занимают 38% рынка полимерной продукции.

**1.2 Классификация и характеристика ассортимента упаковочных материалов из пластика в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС.**

Упаковка – средство или комплекс средств, которые защищают продукцию от воздействия окружающей среды, от повреждений, а также облегчает процессы транспортировки, хранения и реализации.

Упаковка предназначена выполнять следующие функции:

- защита товаров от разного рода повреждений;

- обеспечение создания рациональных единиц груза для погрузки товаров, выгрузки и их транспортировки;

- обеспечение создания рациональных единиц для их складирования;

- обеспечение создания подходящих по объему и весу единиц для реализации товаров;

- является важным носителем рекламы.

В основе классификации упаковки из пластика лежат ее свойства:

- химические;

- физические;

- биологические;

- гигиенические.

Существует ряд признаков, по которому производится классификация пластиковой упаковки [12, с. 75]:

- технология производства упаковки из пластика;

- целевое назначение;

- область использования;

- материал, из которого производится упаковка;

- конструкция.

По технологии производства упаковки из пластика выпускаются следующими методами:

1. Методом вакуумной формовки.

Технология применяется для изготовления стаканчиков, флакончиков, упаковки для тортов, коррексов для конфетных коробок, пластиковой коробки для яиц. Данная технология используется при работе с полипропиленом, АБС, ПЭТ, ПВХ.

1. Методом экструзии.

Технология применяется для выпуска полых емкостей из термопластичных материалов. Данная технология применяется при работе с гранулированными ПВХ, ПВД, ПЭТ и ПП.

1. Методом литья (выдувки).

Технология применяется для производства бутылок из полиэтилена или пропилена.

Технология производства зависит от типа продукции, нужной для определенных целей [2, с. 81].

По целевому назначению упаковка из пластика подразделяется на:

- производственную - целью такой упаковки является обеспечение процессов производства, перемещения, хранения и формирования партий продукции в пределах территории производства;

- транспортную - целью является необходимость перемещения товаров, организации хранения, складирования;

- потребительскую - целью является обеспечение соответствующих условий хранения, комфорт использования, товарный вид (пластиковая упаковка для пищевых продуктов, пакеты, бутылки);

- специальную - используется в целях консервации, нагревания - охлаждения и приготовления продовольствия.

По области использования с учетом типа содержимого выделяют следующие виды тары из пластика, применяемые для:

- еды (пищевая пластиковая упаковка);

- сыпучей продукции;

- косметической продукции;

- химии, применяемой в быту;

- медикаментов;

- автомобильной химии;

- поштучной упаковки изделий промышленного назначения;

- индивидуальной упаковки товаров бытового предназначения;

- опасных соединений и веществ (с содержанием кислоты и щелочи, ацетона и т.д.).

Тара «Пластик» получается из материалов, известных как полимеры, которые представляют собой органический материал, в основе которого лежат соединения природного либо синтетического высокомолекулярного происхождения. Продукция, полученная на основе полимеров синтетического происхождения, является наиболее популярной продукцией при выпуске упаковки. В производстве определенной продукции использованный вид пластика указан внутри символа, представляющего собой треугольник из трех стрелок – это знак перерабатываемого пластика, представленный на рисунке 1, в центре находятся цифры, обозначающие кодировочный тип материала.



***Рис. 1. Знак перерабатываемого пластика***

Упаковку из пластика получают из следующих материалов [13, с. 69]:

1. Полиэтилентерефталат (PET).

Применяется при изготовлении бутылок, банок, коробок для охлажденных продуктов и напитков. Опасен возможным выделение токсинов при вторичной переработки или совершеннейшей чистке.

1. Полиэтилен низкого давления (HDPE).

Материал находит свое применение при производстве полужесткой тары для молочной продукции, шампуней, отбеливателей, канистр для технических масел. Данный вид пластика считают одним из наиболее безвредных.

1. Поливинилхлорид (PCV).

Материал применяется для изготовления упаковочных пленок, предназначенных для оборачивания пищевой продукции. Областью применения является емкости для средств , предназначенных для мытья стекол, масел и жиров растительного происхождения, а также сыпучих продуктов. Данный вид пластика может выделять токсичные вещества, а в процессе горения диоксины, являющиеся особо опасными. Также в смесь добавляют приносящие значительный вред здоровью человека фталаты и тяжелые металлы. Практически не перерабатывается.

1. Полиэтилен высокого давления (LDPE).

Материал необходим для производства упаковочных пакетов, гнущихся упаковок, отдельных бутылок. Вторичное использование считается достаточно безвредным.

1. Полипропилен (PP).

Данный вид пластика предназначен для многоразового использования; признан одним из наиболее безопасных. Областью применения являются контейнеры для пищи, бутылочные крышки, бутылки под кетчупы и сиропы, мешки, трубы, контейнеры для фотопленки.

1. Полистирол (PS).

Контакт данной разновидности пластика с пищевыми продуктами недопустим, так как он выделяет токсины. Областью применения данного вида пластика являются крышечки стаканов для чая или кофе (посуда однократного применения), поддоны под мясо, контейнеры для яиц. Также полистирол часто находит свое применение в строительстве, а именно для выпуска несъемной опалубки и декоративной плитки.

1. Смеси и комбинации вышеперечисленных видов пластика (OTHER).

К таким смесям можно отнести, например, бисфенол, который выделяет токсины, негативно влияющие на центральную нервную систему человека. Данный пластик не предназначен для вторичной переработки, поэтому его обычно выбрасывают либо отдают на мусоросжигательные заводы [10, с. 35].

По конструкции (форме) упаковка из пластика изготавливается в виде:

- пленок;

- флаконов;

- бутылок;

- банок;

- коробок;

- туб;

- ящиков;

- бочек;

- коррексов;

- тюбиков;

- капсул;

- крышек;

- дозаторов;

- помп;

- распылителей.

Пластик, в настоящее время, является неотъемлемой частью нашей жизни, и для того, чтобы вредное воздействие его свести к минимуму, необходимо придерживаться определенных правил:

- использовать для хранения продуктов виды пластика под цифрами 2 (HDPE) и 5 (PP);

- пластик других категорий лучше отдать на переработку;

- если на упаковке для пищевых продуктов не указано, что ее можно использовать для разогрева в микроволновой печи, предотвратить это использование;

- разогревать пищу в микроволновой печи в упаковках группы 7, а также добавлять в них горячие жидкости;

- соблюдать все указания, указанные на упаковке [8, с. 75].

Классификация упаковочных изделий из пластика представлена в классификаторе ОКПД 2, который является общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности, принятый к обязательному использованию с 1 января 2017 года. Данный классификатор предназначен для систематизирования перечня товаров и услуг.

Данный справочник поиска товаров позволяет найти продукцию по принадлежности у систематизированным единицам классификации – от более общего определения к более узкому. Навигация в классификаторе ОКПД 2 осуществляется в ступенчатой классификации.

Расшифровка данного классификатора товаров осуществляется следующим образом:

- первые две цифры - класс продукции (более полная, общая группа товаров);

- первые три цифры - подкласс товаров (более точное определение принадлежности товара по назначению);

- первые четыре цифры - группы продукции (предоставляет информацию о составе);

- первые пять цифр - подгруппы товаров (информация об области применения);

- все шесть цифр - вид товарной продукции (полная информация о свойствах товара).

Иногда определение первых трех цифр кода является достаточным, в этих случаях остальные цифры просто заменяют нулями. Данное упрощение значительно снижает вероятность ошибки, а также помогает облегчить саму процедуру идентификации товара.

Классификация упаковочных изделий из пластика по общероссийскому классификатору ОКПД 2:

- 22 Изделия резиновые и пластмассовые;

- 22.1 Изделия резиновые;

- 22.2 Изделия из пластмасс;

- 22.21 Плиты, листы, трубы и профили пластмассовые;

- 22.22 Изделия пластмассовые упаковочные;

- 22.22.1 Изделия пластмассовые упаковочные;

- 22.22.11 Мешки и сумки, включая конические, из полимеров этилена;

- 22.22.11.000 Мешки и сумки, включая конические, из полимеров этилена;

- 22.22.12 Мешки и сумки, включая конические, из прочих пластмасс, кроме полимеров этилена;

- 22.22.12.000 Мешки и сумки, включая конические, из прочих пластмасс, кроме полимеров этилена;

- 22.22.13 Коробки, ящики, корзины и аналогичные пластмассовые изделия;

- 22.22.13.000 Коробки, ящики, корзины и аналогичные пластмассовые изделия;

- 22.22.14 Бутыли, бутылки, флаконы и аналогичные изделия из пластмасс;

- 22.22.14.000 Бутыли, бутылки, флаконы и аналогичные изделия из пластмасс;

- 22.22.19 Изделия упаковочные пластмассовые прочие;

- 22.22.19.000 Изделия упаковочные пластмассовые прочие.

Классификация упаковочных изделий из пластика подробно расписана в ТН ВЭД ЕАЭС. Так как декларирование товара с использованием неверного кода по ТН ВЭД ЕАЭС может создать дополнительные проблемы, в частности назначение добавочных начислений платежей и штрафных санкций, содержание данного классификатора необходимо и участникам ВЭД, и таможенным специалистам [15, с. 96].

Группировка в соответствии с классификацией состоит из разделов, групп, позиций, субпозиций и подсубпозиций.

Структура кода классификатора состоит из десяти цифр, из которых:

- первые две цифры – группа товаров;

- первые четыре цифры – товарная позиция;

- первые шесть цифр – субпозиция;

- все десять цифр – подсубпозиция.

Классификацию по ТН ВЭД рассмотрим на примере упаковочных материалов из пластика. Товарной группой является группа товаров под номером 39, которая носит название «Пластмассы и изделия из них», в качестве товарной позиции представлены «Изделия для транспортировки и упаковки товаров из пластмасс; пробки, крышки, колпаки и другие укупорочные средства из пластмасс», находящиеся под номером 3923, к ним относятся коробки, ящики, корзины; мешки и сумки, которые состоят из полимеров этилена и прочих пластмасс (поливинилхлорид и прочие), а также бутылки.

Классификация упаковки из пластика по ТН ВЭД ЕАЭС:

- мешки и сумки (включая конические):

- 392330-бутыли, бутылки, флаконы и аналогичные изделия:

- 39233010-емкостью не более 2 л:

- 3923301010-преформы для изготовления изделий емкостью не более 2 л;

- 3923301090-прочие;

- 39233090-емкостью более 2 л:

- 3923309010-преформы для изготовления изделий емкостью более 2 л;

- 3923309090-прочие;

-392340-катушки, шпульки, бобины и аналогичные изделия;

-392350-пробки, крышки, колпаки и другие укупорочные средства.

В ГОСТ 1.0 – 2015 «Межгосударственная система стандартизации. Основные положения» и ГОСТ 1.2 – 2015 «Межгосударственная система стандартизации. Правила разработки, принятия, обновления и отмены» установлены цели, основные принципы и порядок проведения работ по межгосударственной стандартизации.

Область применения данного стандарта распространяется на полимерную упаковку, которая предназначена для упаковывания пищевой продукции, включая детское питание, а также устанавливает ее классификацию, параметры, технические требования, методы контроля, правила приемки и требования к маркировке, транспортировке и хранению [19, с. 31].

В таблице 2 представлены стандарты, регламентирующие требования к упаковочным материалам. Также в данных стандартах, регламентирующих требования к упаковочным материалам, упоминаются стандарты, которые называются ISO 21067:2007.

Таблица 2

**Стандарты, регламентирующие требования к упаковочным материалам\***

|  |  |
| --- | --- |
| ГОСТ | Название ГОСТа |
| 10354 – 82 | Пленка полиэтиленовая. Технические условия |
| 16337 -77 | Полиэтилен высокого давления. Технические условия |
| 16338 – 85 | Полиэтилен низкого давления. Технические условия |
| 17527 – 2014 (ISO 21067:2007) | Упаковка. Термины и определения |
| 19360 – 74 | Мешки – вкладыши пленочные. Общие технические условия |
| 20282 – 86 | Полистирол общего назначения. Технические условия |
| 24888 – 81 | Пластмассы, полимеры и синтетические смолы. Химические наименования, термины и определения |
| 25250 – 88 | Пленка поливинилхлоридная для изготовления тары род пищевые продукты и лекарственные средства. Технические условия |
| 26996 – 86 | Полипропилен и сополимеры пропилена. Технические условия |
| 32180 - 2013 | Средства укупорочные. Термины и определения |

\*Материалы с сайта Интернет - право. Режим доступа: <http://www.internet-law.ru> (дата обращения 27.06.2018).

Согласно классификации в соответствии с настоящим стандартом упаковку из полимерных материалов разделяют на виды и типы, указанные в таблице 3, в которой представлена классификация полимерной упаковки по виду упаковочного продукта, виду укупорочного средства и типу упаковочного материала из пластика.

Таблица 3

**Виды полимерной упаковки, применяемой для пищевой продукции\***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид упаковки | Вид укупорочного средства | Тип упаковки |
| I – банки | Крышка | 1)цилиндрические  2)конические  3)прямоугольные  4)фигурные |
| II – бутылки | Колпачок | 1) цилиндрические  2) прямоугольные  3) фигурные |
| III – стаканчики | Крышка, крышка – высечка | 1) конические |
| IV – коробки | Крышка | 1) прямоугольные  2) фигурные |
| V – тубы | Колпачок | 1) цилиндрические |

Продолжение таблицы 3

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| VI - лотки | - | 1) прямоугольные  2) фигурные |

\*Материалы с сайта Интернет - право. Режим доступа: http://www.internet-law.ru (дата обращения 27.06.2018).

В зависимости от метода изготовления полимерную упаковку делят на:

- формованную;

- литьевую;

- экструзионную.

В зависимости от назначения полимерную упаковку подразделяют на упаковку:

- для пищевых продуктов с влажностью до 15 %;

-для пищевых продуктов с влажностью более 15%.

Маркировка, нанесенная на упаковку, должна раскрывать следующую информацию:

- товарный знак предприятия, изготовившего данную упаковку;

- буквенное обозначение материала или его цифровой код;

- вместимость (л);

- знак, информирующий потребителя о том, что данная упаковка

безвредна для контакта с пищевой продукцией;

- знак, информирующий о том, что данную упаковку можно

утилизировать.

Таким образом, классификация упаковочных изделий из пластика подробно расписана в ТН ВЭД ЕАЭС, так как декларирование товара с использованием неверного кода по ТН ВЭД ЕАЭС может создать дополнительные проблемы, в частности назначение добавочных начислений платежей и штрафных санкций, содержание данного классификатора необходимо и участникам ВЭД, и таможенным специалистам. Также классификация упаковочных изделий представлена в классификаторе ОКПД 2, который позволяет найти продукцию по принадлежности к систематизированным единицам классификации – от более общего определения к более узкому, и в различных ГОСТах.

**ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ИЗ ПЛАСТИКА**

**2.1 Характеристика ассортимента упаковочных материалов из пластика на примере торгового предприятия ООО «Джокей Пластик»**

Производство упаковочных изделий из пластика в нашем городе в данной курсовой работе будет рассмотрено на примере магазина ООО «Джокей Пластик» («Дилер Джокей в Смоленске»). Магазин находится по адресу: город Смоленск, улица Ново - Московская, дом 2/8, строение 4.

«Джокей» - ведущий международный производитель жесткой пластиковой упаковки с крышками. Компания производит пластиковые ведра, пластиковые коробки и пластиковые подносы, при изготовлении используя пластичный процесс впрыски отливая в форму. Также предприятие предлагает умные отраслевые решения в области упаковки для фасовщиков продовольственных и непродовольственных товаров [14, с. 23].

История образовании фирмы зародилось еще в 1968 году Ёзефом Кеммерихом: в маленьком цехе в Фэнрихштюттеме всего с пятью сотрудниками на 2 литьевых машинах он начал выпускать ведра. Фирму назвали «Джокей Пластик» (с использованием сокращения от имени Ёзеф Кеммерих). Постепенно это имя превратилось в известную по всему миру торговую марку. Благодаря тому, что приоритетом всегда была ориентация на клиента и рынок, предприятие постоянно росло, инвестируя в новые предприятия даже тогда, когда дела в перерабатывающей отрасли в целом шли плохо. К началу 1980-х многие предприятия этого сектора в стране и за рубежом обанкротились и прекратили свои производства. Именитые конкуренты увольняли персонал или сокращали ассортимент ведер. «Джокей Пластик» выстоял в конкурентной борьбе и смог присоединить к себе некоторые другие предприятия. 1973 год, когда нефтяной кризис за короткий промежуток времени увеличил цены на сырье более чем на 100%, «Джокей Пластик» пережил без потерь. За счет постоянного обновления пресс-форм, литьевых машин и ассортимента продукции в жесткой борьбе за рынок в девяностые годы мы устойчиво держались на плаву.

В 2000 году «Джокей Пластик» начал продвижение в близлежащих странах. Теперь 60% продукции производится в европейских странах или экпортируется в них. Сегодня компания позиционируется как современная, управляемая собственниками группа предприятий с числом работающих свыше 1300 сотрудников и парком литьевых машин более 3000 штук. Баланс между традициями и инновациями в сочетании с открытостью и близостью к клиентам, позволяет фирме с успехом сопровождать своих клиентов в 90 странах мира.

Стандартная производственная программа включает в себя круглые, прямоугольные, квадратные и овальные пластиковые упаковки от 120 мл до 35 л. Компания производит продукты в 15 фабриках в 12 странах и служит клиентам в 80 странах. Каталог «Джокей Пластик» предлагает разнообразие размеров и форм.

Тара данного предприятия изготавливается из высококачественного 100% перерабатываемого полипропилена или полиэтилена. Также компания обрабатывает биополимеры и упаковочные материалы, изготовленные из вторичной переработки, использование которых предназначено только для непродовольственных товаров.

Техника производства упаковочных материалов из пластика специализируется на индивидуальной широкомасштабной серии в пластичной прессформе впрыски [5, с. 77].

В процессе производства предприятие обрабатывает стандартные термопласты и технические термопласты, используя новейшие технологии. Также «Джокей Пластик» отвечает самым высоким требованиям в отношении прецизионной подгонки и свойств материала с наилучшими результатами.

Фирма производит все популярные термопласты. В дополнение к высококачественным стандартным термопластам, таким как полипропилен, полистирол или полиэтилен, например, мы используются популярные термопласты, такие как акрилонитрилбутадиенстирол (ABS), полиамид или поликарбонат.

«Джокей Пластик» вновь и вновь определяет масштаб в отрасли упаковочных материалов из пластика. Многочисленные патенты и награды подтверждают инновационную силу и возможности компании. Гарантией качества производимой продукций и успеха продаж является самые современные технологии в литье под давлением.

Ведущим производителем упаковки из пластмасс на европейском рынке «Джокей Пластик» сделали инвестиции в разработки и освоение новых рынков. В настоящее время группа «Джокей Пластик» состоит из 15 самостоятельных производственных площадок. На заводах в Западной и Восточной Германии, Франции, Польше, Испании, Чехии, Алжире, Турции, Беларуси, России и Канаде сегодня трудятся свыше 1300 сотрудников.

Производственный спектр предприятия также включает в себя точные технические изделия для автомобильной и компьютерной промышленности, а также инновационное и эстетичное оборудование для ванных комнат. Однако, основой ассортимента по-прежнему остается упаковочная тара для всех отраслей, в которых требуется расфасовка. За счет дифференцирования и специализации продуктов, отраслей, клиентов и международных рынков сбыта предприятие смогло четко отстроиться от конкурентов [8, с. 74].

Разработкой новых видов упаковки занимаются дизайнеры, инженеры и специалисты по работе с клиентами, поэтому у компании есть все условия для создания индивидуальных проектов тары . На основании технического задания потребителя производитель предоставит детальную концепцию конструкции, разработает эскиз в 3-D, а также на высочайшем уровне доведет макет до стадии изготовления пресс-форм и запуска в производство [11, с. 74].

Компания «Джокей Пластик» имеет большое количество сертификатов соответствия, которые подтверждают соответствие продукции, производимой компанией, мировым стандартам, такие, например, как:

- сертификат BRC/IoP, удостоверяющий о том, что требования, предъявляемые к сертификации продукции, изготовленной компанией ООО «Джокей Пластик», на основе стандарта BRC/IoP Global Standart for Packaging and Packaging Materials, выполнены (срок действия сертификата с 29.08.2017 до 28.08.2018);

- сертификат ISO 9001:2008, удостоверяющий о том, что по итогам проведенного аудита соответствие требованиям предъявляемым к продукции, изготовленной компанией ООО «Джокей Пластик», на основе стандарта ISO 9001:2008, подтверждено.

Ассортимент продукции, которую производит компания «Джокей Пластик» включает в себя следующие продукты:

- контейнеры и коробки;

- ведра круглые;

- ведра овальные;

- ведра прямоугольные и квадратные;

- аксессуары;

- пищевые ведра;

- строительные ведра;

- медицинские ведра;

- ведра для химической продукции;

- пластиковые ведра 10 л;

- пластиковые ведра 15 л;

- пластиковые ведра 20 л;

- пластиковые ведра 25 л

- пластиковые ведра 30 л.

Более подробно ассортимент продукции рассмотрен в нижеприведенных таблицах. Из данных таблицы 4 видно, что в магазине «Джокей пластик» предложено к реализации всего 6780 упаковок из пластика, из которых самую большую долю составили ведра пищевые (1568 штук). Чуть меньшую долю в структуре предложения занимают пластиковые контейнеры (1324 штуки).

Таблица 4

**Анализ структуры ассортимента упаковочных материалов из пластика по назначению в магазине «Джокей Пластик»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид | Предложение, штук | Доля, % | Реализация, штук | Доля, % | Уровень реализации |
| Строительные ведра | 840 | 12.4 | 801 | 12.28 | 95.36 |
| Медицинские ведра | 1226 | 18.07 | 1164 | 17.85 | 94.94 |
| Пищевые ведра | 1568 | 23.13 | 1550 | 23.77 | 98.85 |
| Контейнеры | 1324 | 19.53 | 1290 | 19.78 | 97.43 |
| Ведра для химической продукции | 638 | 9.41 | 595 | 9.12 | 93.26 |
| Аксессуары | 1184 | 17.46 | 1121 | 17.2 | 94.68 |
| Итого: | 6780 | 100,0 | 6521 | 100,0 | 96,2 |

Строительные ведра и ведра для химической продукции занимают наименьший удельный вес в структуре предложения упаковочных изделий из пластика в магазине «Джокей Пластик» (840 и 638 штук соответственно). Объясняется это небольшим покупательским спросом на упаковку из пластика данных видов.

Уровень реализации различных моделей упаковочных материалов из пластика в магазине «Джокей Пластик» достаточно высокий (96,2 %). При этом уровень реализации отдельных видов не одинаков. Максимальный уровень реализации занимают контейнеры и пищевые ведра (97,43 и 98,85 % соответственно). Минимальный уровень реализации упаковочных изделий из пластика у ведер для химической продукции (93,26 %).

Таблица 5

**Структура ассортимента упаковочных изделий из пластика в зависимости от страны - производителя в магазине «Джокей Пластик»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страна - производитель | Предложение, штук | Доля, % | Реализация, штук | Доля, % | Уровень реализации |
| Германия | 6329 | 94,83 | 6220 | 95,38 | 96,75 |
| Россия | 451 | 5,17 | 301 | 4,62 | 85,75 |
| Итого: | 6780 | 100 | 6521 | 100 | 96,18 |

На исследуемом предприятии присутствуют модели только двух стран производителей - Германии и России. Структура ассортимента упаковки из пластика, реализуемой магазином «Джокей Пластик» в зависимости от страны - производителя представлена в таблице 5. Наиболее востребованными являются упаковочные изделия из пластика, страной - производителем которых является Германия.

Далее будет приведен анализ структуры ассортимента упаковочных изделий из пластика, представленных к продаже в магазине «Джокей Пластик» по размерам (вместимости). Данные по структуре ассортимента упаковки из пластика, представленной к продаже в магазине «Джокей Пластик» по размерам (вместимости) представлены в таблице 6.

Таблица 6

**Анализ структуры ассортимента упаковочных изделий из пластика, представленных к реализации в магазине «Джокей Пластик», по размерам (вместимости)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Размер (вместимость) | Предложение, штук | Доля, % | Реализация, штук | Доля, % | Уровень реализации |
| 10 л | 720 | 10,62 | 574 | 8,80 | 79,72 |
| 15 л | 1710 | 25,22 | 1680 | 25,76 | 98,24 |
| 20 л | 1715 | 25,30 | 1703 | 26,11 | 99,30 |
| 25 л | 1680 | 24,78 | 1642 | 25,18 | 97,74 |
| 30 л | 955 | 14,08 | 922 | 14,15 | 96,54 |
| Итого: | 6780 | 100 | 6521 | 100 | 69,18 |

Из данных таблицы видно, что максимальную долю в объеме предложения упаковочных изделий из пластика занимают модели размера (вместимости): 15, 20 и 25 л. Такая структура предложения ассортимента достаточно обоснована, так как удовлетворяет запросу большей части потребителя.

Проведем анализ структуры ассортимента упаковочных материалов из пластика, представленных к продаже в магазине «Джокей Пластик», по уровню цен. Для этого можно условно разделить все модели по четырем ценовым категориям: от 40 до 100 рублей, от 100 до 170 рублей, от 170 до 300 рублей и от 300 до 450 рублей. Эти данные отображены в таблице 7.

Таблица 7

**Анализ структуры ассортимента упаковочных изделий из пластика, представленных к реализации в магазине «Джокей Пластик», по цене**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Цена, руб. | Предложение, штук | Доля, % | Реализация, штук | Доля, % | Уровень реализации |
| 40 - 100 | 1585 | 23,38 | 1547 | 23,72 | 97,60 |
| 100 - 170 | 2350 | 34,66 | 2335 | 35,81 | 99,36 |
| 170 - 300 | 2065 | 30,46 | 2005 | 30,75 | 97,09 |
| 300 - 450 | 780 | 11,50 | 634 | 9,72 | 81,28 |
| Итого: | 6780 | 100 | 6521 | 100 | 96,18 |

Из данных таблицы 7 видно, что основную долю в общем объеме предложения упаковочных изделий из пластика в магазине «Джокей Пластик» занимают от 100 до 170 рублей - 2350 штук (34,66 %) и от 170 до 300 рублей - 2065 штук (30,46 %).

Таким образом, группа компаний «Джокей Пластик» является основным мировым производителем пластмассовой упаковки и предлагает широкое разнообразие пластмассовых контейнеров и вёдер. Пластмассовая упаковка данной фирмы сочетает в себе современный дизайн и привлекательный декор с практичной возможностью вторичного использования.

**2.2 Организация и порядок проведения экспертизы качества упаковочных материалов из пластика**

Объектами исследования в данной курсовой работе стали упаковочные материалы из пластика, приобретенные в магазине «Джокей Пластик». Ниже будут представлены 2 образца разной ценовой категории - низкая стоимость и более высокая стоимость продукта. В качестве образцов представлены контейнеры для хранения пищевых продуктов с укупорочным средством - крышкой.

Каждый образец, представленный в курсовой работе, будет проанализирован на соответствие стандартам ГОСТ.

В роли первого образца выступает модель упаковочного материала из пластика, именуемая емкостью для продуктов с завинчивающейся крышкой, стоимостью 99 рублей.

Объем данного вида упаковки составляет 1 литр.

Артикул данного вида продукции: GR1889.

Размеры емкости: 120\*120\*145 мм.

Дата изготовления продукта: 28.05.2018 г.

Изготовлено: ГОСТ Р 50962 - 96, который распространяется на посуду, изделия культурно-бытового и хозяйственного назначения (в том числе детского ассортимента) из пластмасс и пленочных полимерных материалов, изготовляемых любым методом переработки пластмасс, и устанавливает общие требования к продукции, а также обязательные требования, направленные на обеспечение ее безопасности для жизни, здоровья, имущества населения и охраны окружающей среды.

Материал, из которого изготовлена емкость: полипропилен.

Номер партии: 0528.

Срок службы данного продукта неограничен.

Предназначение: применение в быту.

На этикетку емкости нанесена маркировка, представленная на рисунке 2, которая предоставляет потребителю определенную информацию о продукте:

- Цифры, заключенные в треугольник, образованный стрелками, под треугольником буквы PP - полипропиллен. Из данного вида пластика изготавливаются контейнеры пищевые, шприцы и детские игрушки.

- Значок «рюмка-вилка» - свидетельствует о том, что пластиковая посуда пригодна для контакта с пищевой продукцией.

В качестве второго образца выступает модель упаковочного материала из пластика, именуемая как контейнер-органайзер с вкладкой, стоимостью 259 рублей.

Объем данного вида упаковки составляет 4,5 литров.

Артикул данного вида продукции: 6550 Мятный.

Размеры емкости: 290\*200\*103 мм.

Дата изготовления продукта: 08.04.2018 г.

Изготовлено: ГОСТ Р 50962 - 96, который распространяется на посуду, изделия культурно-бытового и хозяйственного назначения (в том числе детского ассортимента) из пластмасс и пленочных полимерных материалов, изготовляемых любым методом переработки пластмасс, и устанавливает общие требования к продукции, а также обязательные требования, направленные на обеспечение ее безопасности для жизни, здоровья, имущества населения и охраны окружающей среды.

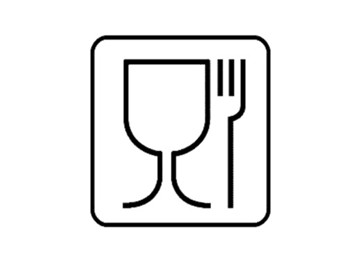
Материал, из которого изготовлена емкость: полипропилен.

Номер партии: 01.

Срок службы данного продукта неограничен.

Предназначение: применение в быту.

На изделие нанесена маркировка, представленная на рисунке 2 (подробное описание маркировок представлено выше) .



***Рис. 2. Маркировка упаковочных материалов из пластика***

При рассмотрении данных образцов изделий из пластика выбор остановился на действующем ГОСТ Р 50962 - 96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс».

Настоящий стандарт распространяется на посуду, изделия культурно - бытового и хозяйственного назначения из пластмасс и пленочных полимерных материалов, изготовляемых любым методом переработки пластмасс, и устанавливает общие требования, а также обязательные требования, направленные на обеспечение ее безопасности для жизни, здоровья, имущества населения и охраны окружающей среды.

Пункт 3.6 настоящего ГОСТа предъявляет требования к внешнему виду:

- изделие не должно иметь острых кромок;

- при изготовлении изделий методом литья под давлением не допускаются дефекты, портящие внешний вид (трещины, вздутие), инородные включения (более допустимых к материалу);

- при изготовлении изделий методом формования из листа не допускаются царапины, сколы, следы от выталкивателей не превышают 0.3 мм;

- при изготовлении изделий методом выдувного формования не допускаются царапины, следы по месту смыкания формы высотой более 0.3 мм, грат высотой более 1 мм;

- при изготовлении методом экструзии не допускаются подтеки, складки, трещины;

- рельеф должен быть четкий, без смещений.

Все выбранные образцы упаковочных изделий из пластика соответствуют показателям, заявленным в ГОСТе.

По показателям качества изделия должны соответствовать требованиям, указанным в таблице 8. Представленные образцы требованиям показателей качества соответствуют.

Таблица 8

**Соответствие образцов требованиям показателей качества**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Норма | Образец № 1 | Образец № 2 |
| Стойкость к горячей воде | Изделие должно сохранять внешний вид и окраску, не деформироваться | + | + |
| Миграция красителя (стойкость красителя к протиранию) | Не допускается | + | + |
| Химическая стойкость | Изделие должно быть стойким к растворам кислот и действию мыльных щелочных растворов | + | + |
| Сопряжение деталей | Детали должны сопрягаться в соответствии требованиями сборочного чертежа | + | + |
| Стойкость к загрязнению | Изделие должно хорошо отмываться от загрязнений | + | + |
| Посторонние запахи | Не допускаются | + | + |
| Посторонний привкус | Не допускаются | + | + |
| Изменение цвета и прозрачности | Должны сохранять цвет и прозрачность | + | + |
| Итого: | 6 | 6 | 6 |

На каждое изделие должен быть нанесен товарный знак предприятия - изготовителя; обозначение полимерного материала, из которого изготовлено изделие. Также на изделия, предназначенные для контакта с пищевой продукцией, должны быть нанесены специальные знаки, которые указывают для каких продуктов предназначено изделие.

В соответствии с поправкой в ГОСТе на потребительскую тару (упаковку из пластика) должна быть нанесена следующая информация:

- товарный знак предприятия - изготовителя;

- наименование изделия;

- номер партии;

- дата изготовления;

- номер или фамилия упаковщика;

- штамп отдела технического контроля;

- правила эксплуатации (при необходимости);

- обозначение настоящего стандарта.

Образцы изделий соответствуют заявленному содержанию маркировок, которые должны быть представлены потребителю.

Изделия одного вида упаковывают в пачки из оберточной бумаги или термоусадочной пленки, в картонные коробки, в полиэтиленовые мешки или бумажные мешки, в коробки из коробочного картона или деревянные ящики.

Изделия, представленные в качестве образцов, соответствуют ГОСТу, так как при приобретении были упакованы в полиэтиленовый мешок.

Таким образом, изделия, именуемые упаковками из пластика, более низкой и высокой цены, представленные в качестве образцов, подтвердили свое соответствие ГОСТ Р 50962 - 96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс», а значит могут быть использованы потребителем.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В данной курсовой работе были проведены исследования, на основе которых упаковка - это тара (материал), в которую помещают товары целью сохранения его свойств, а также придания ему компактности. Также можно говорить о том, что индустрия упаковочных материалов является одной из наиболее крупных и конкурентных секторов мировой экономики, которой свойственно постоянное расширение ассортимента продукции, выпускаемой предприятиями по изготовлению упаковочных материалов.

Основная цель данной индустрии заключается в выявлении особенностей товароведческой характеристики и экспертизы качества упаковочных материалов из пластика в таможенном деле.

Довольно часто люди не осознают то, что правильно разработанная и изготовленная упаковка из пластика является гарантией долгого и надежного хранения продуктов, для которых предназначен упаковочный продукт.

В продвижении продукта на рынке упаковка играет важную роль, так как она:

- обеспечивает сохранность товара;

- облегчает хранение товара;

- доносит до потребителя информацию о товаре и его марке;

- демонстрирует рекламные сообщения.

Исходя из общей характеристики рынка упаковочного производства в России, можно говорить о том, в РФ данная индустрия считается одной из наиболее быстро развивающихся сегментов экономики. По данным Росстата – Федеральной службы государственной статистики, основной задачей которой является удовлетворение всех слоев населения, органов власти и СМИ по вопросам объективной и полной статистической информации, сегмент пластиковой упаковки на российском рынке является вторым важным сегментом рынка упаковки, после сегмента бумажно-картонной упаковки.

Классификация упаковочных изделий из пластика подробно расписана в ТН ВЭД ЕАЭС, так как декларирование товара с использованием неверного кода по ТН ВЭД ЕАЭС может создать дополнительные проблемы, в частности назначение добавочных начислений платежей и штрафных санкций, содержание данного классификатора необходимо и участникам ВЭД, и таможенным специалистам. Также классификация упаковочных изделий представлена в классификаторе ОКПД 2, который позволяет найти продукцию по принадлежности к систематизированным единицам классификации – от более общего определения к более узкому, и в различных ГОСТах.

Для того, чтобы выбрать правильное упаковочное изделие из пластика, являющееся одним из главных звеньев в реализации продукции, необходимо четкое соответствие выбранного образца предъявляемым к нему стандартам.

В результате проведения комплексной экспертной оценки качества упаковочных материалов из пластика, представленных к реализации в магазине «Джокей Пластик», были сделаны следующие выводы, касающиеся ассортимента упаковки из пластика, предлагаемые к реализации в этой торговой точке.

Все оцениваемые образцы получили положительные оценки показателей качества. Это говорит о том, что уровень качества упаковочных материалов из пластика высок как у зарубежных производителей, так и у отечественного.

Все представленные модели получили высокую оценку по заявленным показателям, а именно по показателям сырьевого состава изделия, стойкости к горячей воде, стойкости красителя к протиранию, сопряжению деталей, а также изменению цвета и прозрачности.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Государственный стандарт РФ «Посуда и изделия хозяйственного

назначения из пластмасс» № 50962 - 96: [федер. закон: принят Гос. Думой 01.01.1998].

2. Закон РФ «О защите прав потребителей» № 255: [федер. закон принят Гос. Думой 07.02.1992].

3. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия/Пер. с англ. - М.: ИНФРА - М, 2014. - 804 с.

4. Боров А.О. Международный маркетинг: учебное пособие. - 1-е изд. - М.: ИНФРА - М, 2015. - 303 с.

5. Годин А.М. Менеджмент: Учебник для вузов. - 1-е изд., перераб. и доп. - М.: «Данилов и К», 2014. - 625 с.

6. Голицин А.М. Логистика и маркетинг. - 2-е изд. - М.: ИНФРА - М, 2015. - 439 с.

7. Голуб М.А. Маркетинг. Основы маркетинга: учебное пособие. - М.: Филпресс, 2015. - 772 с.

8. Костоклодов Н.П. Логистика фирмы. - М.: Приор, 2017. - 261 с.

9. Котлерова Ю.А. Маркетинг фирмы. - М.: Вильямс, 2015. - 985 с.

10. Котлеров Ф.П. Основы логистики. - М.: Экономика, 2016. - 326 с.

11. Маркетинг. Дж. Р. Эванс, Б. Берман. - М.: Экономика, 2015. - 435 с.

12. Маркетинг: Учебник для вузов/ Под общ. Ред. Г.Л. Багиева. - 3-е изд. - СПб: Питер, 2016. - 546 с.

13. Ноздрева Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 205 с.

14. Панкратин В.Н. Маркетинг: Учебник для студентов. - 4-е изд. - М.: Омега-Л, 2017. - 656 с.

15. Сандровский К.К. Маркетинг. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 213 с.

16. Тершукова М. Б. Маркетинг в организации. СПб.: Питер, 2015. - 245 с.

17. Маркетинг: основы теории : учебник/В.И. Кривцов. – М.: Кнорус, 2016. – 356 с.//ЭБС «ZNANIUM.COM» -Электрон. Дан. – Режим доступа: http://www.znanium/com (дата обращения 18.06.2018).

18. Краснов И. С. Методология маркетинга организации [Электронный ресурс] / И.С. Краснов // Основы маркетинга: науч. - метод. журн. - 2016. - № 2. - Режим доступа: http://[www.ozzp.ru](http://www.ozzp.ru) - (Дата обращения: 05.07.2018).

19. Защита персональных данных пользователей и сотрудников библиотеки [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://[www.packagingrd.ru](http://www.packagingrd.ru) - Общество защиты прав потребителей. - (Дата обращения: 23.05.2018).

20. Упаковка из пластика. Общие технические требования [Электронный ресурс]: ГОСТ 33837 - 2016. - Режим доступа: http//:[www.unipack.ru](http://www.unipack.ru) - Отраслевой портал об упаковке.

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

**Приложение А**

**Импорт в Россию упаковки из пластика (август 2016 - август 2017)\***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Страна | Сумма | Доля |
| 1 | Беларусь | $172 млн | 28.9% |
| 2 | Китай | $74.6 млн | 12.5% |
| 3 | Польша | $57.7 млн | 9.7% |
| 4 | Украина | $49 млн | 8.2% |
| 5 | Германия | $47.6 млн | 8% |
| 6 | Италия | $21.8 млн | 3.7% |
| 7 | Франция | $16.3 млн | 2.7% |
| 8 | Швеция | $16.1 млн | 2.7% |
| 9 | Венгрия | $13.9 млн | 2.3% |
| 10 | Австрия | $10.5 млн | 1.8% |
| 11 | США | $10.2 млн | 1.7% |
| 12 | Турция | $10 млн | 1.7% |
| 13 | Чехия | $9.5 млн | 1.6% |
| 14 | Англия | $7.1 млн | 1.2% |
| 15 | Литва | $6.6 млн | 1.1% |
| 16 | Нидерланды | $6.3 млн | 1.1% |
| 17 | Тайвань (Китай) | $6.1 млн | 1% |
| 18 | Финляндия | $5.8 млн | 1% |
| 19 | Южная Корея | $5.7 млн | 1% |
| 20 | Вьетнам | $5.7 млн | 1% |

\*Материалы с сайта Альфа - софт. Режим доступа: http://www.alta.ru (дата обращения 25.06.2018).