

ОТЗЫВ
на курсовую работу

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
(Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова)

Кафедра Экономики и торгового дела

Курсовая работа

по дисциплине: Товароведение, экспертиза и контроль качества товаров в иностранном деле
на тему: Товароведение характеристик, ассортимента и
экспертиза качества импортных изделий из золота

Выполнил (а) студент (ка) 2 курса
ТМ620 группы очной формы обучения
семестр IV
Лиценко Евдокия Олеговна
(Ф.И.О., полностью)
Евдокия
(подпись)

Руководитель: К.С. -х.и. Дачев
(должность, учёная степень)
Иванов Андрей Геннадьевич
(Ф.И.О.)

Отметка о допуске (недопуске) к защите
и защите
« 25 » 11 20 18 г.
(Подпись руководителя)
Рег. номер 03.11.18
(Дата)

*Содержание
работы
успешно
оценено на оценку 6
30/100*

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Анализ рынка, классификация и ассортимент ювелирных изделий из золота	
1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка ювелирных изделий из золота	7
1.2 Классификация и ассортимент ювелирных изделий из золота в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС.....	12
Глава 2. Характеристика ассортимента и экспертиза качества ювелирных изделий из золота, реализуемых в магазине ООО «Санлайт»	
2.1 Характеристика ассортимента ювелирных изделий из золота на примере магазина ООО «Санлайт».....	19
2.2 Организация и порядок проведения экспертизы качества ювелирных изделий из золота	35
Заключение.....	51
Список использованных источников	53
Приложения.....	55

ВВЕДЕНИЕ

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

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

Ювелирное дело на территории РФ возникло с незапамятных времен. Ювелирные центры в разное время были: Киев, Владимиро-Суздальское княжество, Новгород, Псков, Ярославль, Нижний Новгород, Калуга, Москва, Петербург.

Ювелирная промышленность Российской Федерации, неразрывно связанная с переработкой и переработкой золота, объединяет производителей драгоценных металлов и драгоценных камней, а также организаций, которые продают ювелирные изделия.

В настоящее время более 1000 компаний занимаются ювелирной промышленностью, в том числе около 100 в производстве ювелирных изделий с бриллиантами. В последние годы производство ювелирных изделий значительно возросло, их ассортимент был расширен, качество и отделка улучшились. На многих ювелирных заводах страны внедрена лазерная техника, обеспечивающая качественную сварку, резку и сверление драгоценных металлов, увеличился выпуск ювелирных изделий с алмазной гравировкой, чернью, эмалью, рельефным рисунком [20].

Шедевры, созданные гениальными мастерами – ювелирами всех времен – изделия из золота с бриллиантами, изумрудами, рубинами,

сапфирами, жемчугом, золотая и серебряная посуда – украшают лучшие музеи мира [11, с. 32].

Актуальность темы курсовой работы обусловлена тем, что в настоящее время нередко встречаются подделки и фальсификаты ювелирных изделий, в связи с этим возникает большая роль в обеспечении качества и безопасности ювелирных изделий из золота. Они могут представлять собой подделку драгоценных металлов на более дешевые аналоги, подделку драгоценных, полудрагоценных, поделочных камней на искусно обработанное стекло, которое обычному покупателю сложно отличить от настоящего. Фальсифицируют также не только материалы, но и технологию производства и маркировку изготовителя.

Объектом исследования курсовой работы является ювелирные изделия из золота ООО «Санлайт».

Предмет исследования – анализ ассортимента и экспертиза качества ювелирных изделий из золота ООО «Санлайт».

Целью курсовой работы является изучение ассортимента и проведение экспертизы качества ювелирных изделий из золота ООО «Санлайт».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести анализ состояния и перспектив развития современного рынка ювелирных изделий из золота;
- изучить классификацию и характеристику ассортимента ювелирных изделий из золота в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС;
- проанализировать ассортиментную политику ювелирных изделий из золота на примере ООО «Санлайт»;
- провести экспертизу качества ювелирных изделий из золота ООО «Санлайт».

Информационной базой при написании курсовой работы послужили законодательные акты РФ по вопросам стандартизации и сертификации,

нормативные документы (ГОСТы), учебные пособия российских авторов, периодические издания, а также источники сети Интернет.

Методологической базой исследования явились первичная документация ООО «Санлайт» по формированию ассортимента ювелирных изделий, текущая статистическая и оперативная отчетность, учебная, монографическая литература, а также публикации по разрабатываемой проблеме в ведущих журналах.

При написании курсовой работы были использованы следующие методы исследования: эксперимент, наблюдения, опросы, интервью потребителей.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

В первой главе проведен анализ состояния и перспектив развития современного рынка ювелирных изделий, а также представлена классификация и характеристика ассортимента ювелирных изделий из золота в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС.

Во второй главе представлены характеристика ассортимент ювелирных изделий из золота, а также организация и порядок проведения экспертизы качества ювелирных изделий из золота на примере ООО «Санлайт».

ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА, КЛАССИФИКАЦИЯ И АССОРТИМЕНТ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ЗОЛОТА

1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка ювелирных изделий из золота

Рынок ювелирных изделий должен анализироваться в контексте ситуации на всем потребительском рынке. На фоне улучшения макроэкономических показателей и укрепления обменного курса рубля в 2017 году возникло чувство стабилизации рынка, а отрицательный уровень в оценке потребительских прогнозов снизился. В то же время не хватает причин для прорыва и значительного увеличения продаж гипермаркетов.

Импорт ювелирных изделий в Россию продолжает снижаться, и к концу 2017 года даже относительно низкие уровни предыдущего года могут быть сокращены еще на четверть. Рост стоимости импортируемой продукции, которая произошла с российскими покупателями после девальвации рубля, была одним из акторов, которые выпускали продукцию за рубежом, и рассматривали возможность переноса производства в Россию в поисках местных производителей. Была выражена надежда, что изъятие импорта предоставит местным производителям рыночную площадь. Из-за сложной экономической ситуации и государственной политики продвижения проектов под брендом «Сделано в России» растет лояльность россиян к местным продуктам [20].

В течение последних 3 лет российские ювелирные ритейлеры и бренды тестируют новые проекты и внимательно изучают локальные возможности для производства, особенно в среднем сегменте, где потребители ждут чего-то более нетрадиционного. Если на 2013 год около 65-70% ювелирных изделий в России приходилось на зарубежную продукцию, то в 2015 году эта доля стала заметно сокращаться в пользу российских товаров. Гильдия

ювелиров дает оптимистичную оценку того, что более чем три четверти изделий на рынке сейчас – это продукция отечественного производства.

Тем не менее, несмотря на снижение доли импорта, на фоне резкого падения покупательской способности населения в сравнении с докризисным периодом и, соответственно, катастрофическим падением спроса на ювелирную продукцию, российские производители пострадали не менее, чем закупщики импортных товаров: почти наполовину снизился объем производства в России (-45% золото и -20-30% серебро). Произошел отток покупателей от брендов среднего ценового сегмента к брендам бюджетного сегмента [14, с. 13].

Далее проведем анализ объема и динамики рынка ювелирных изделий из золота.

В 2016 г. спрос на ювелирные изделия из золота в России откатился на 14 лет назад – рынок (в валютном эквиваленте) сократился на 43% по сравнению с 2015г. В 2017г. продолжилось падение спроса – продажи упали еще на 11% по отношению к 2016г. [20].

На рисунке 1 представлена динамика спроса на ювелирные изделия из золота, тонн.

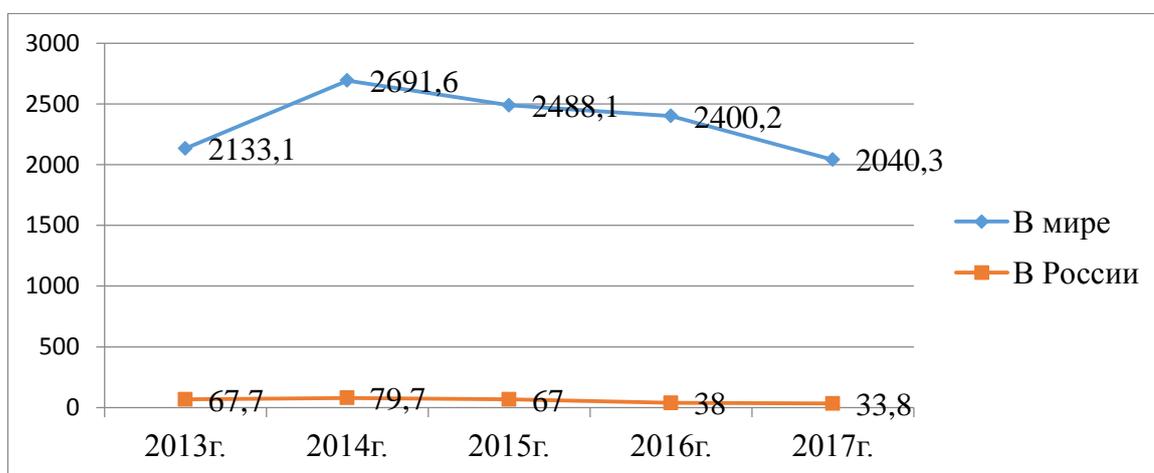


Рис. 1. Динамика спроса на ювелирные изделия из золота, млрд. руб.

На основании рисунка 1 можно сделать вывод, что на рынке ювелирных изделий из золота наблюдается негативная динамика:

- 2015 год показал снижение практически вдвое и достиг самого низкого уровня за последние 10 лет;
- в 2016 году рынок упал еще на 18% и составил 172,2 млрд. руб. [21].

Прогноз – стабилизация до 3% при оптимистичном сценарии и снижение до -10% при пессимистичном сценарии.

На рисунке 2 представлена динамика рынка ювелирных изделий из золота.

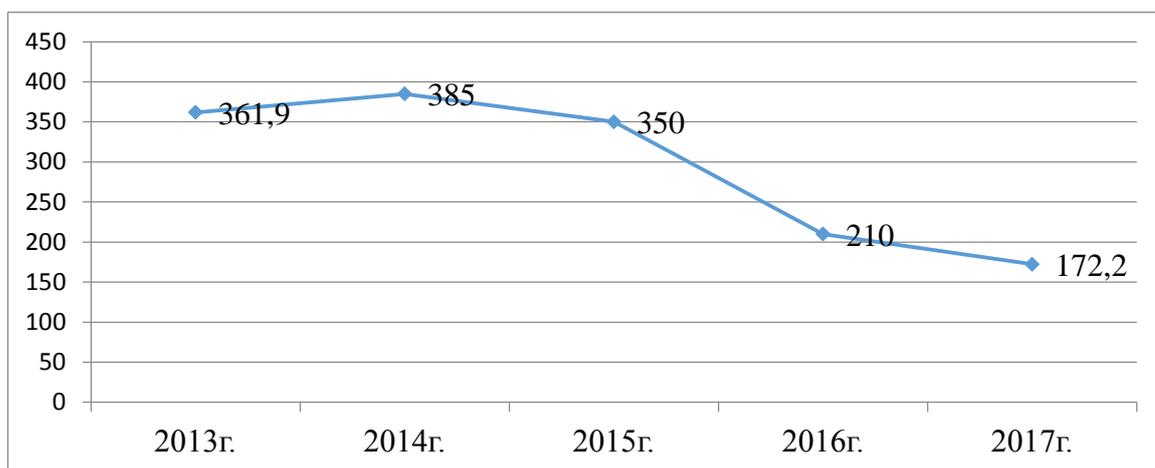


Рис. 2. Объем рынка ювелирных изделий из золота В РФ, млрд. руб.

Еще до недавнего времени ювелирный рынок находился под сильным влиянием «постсоветского наследия». Лишь небольшое количество зарубежных ювелирных компаний, представленных в моно и мульти-брендовых магазинах, исключительно в крупных городах смогли укрепиться на рынке в течение последней декады.

Рынок был сформирован крупными «историческими» брендами, капитализирующими на репутации заводов-производителей советских времен [11, с. 16].

Динамика развития медленная, инертная. Модели, созданные еще в 70-е годы – например, цепи «Бисмарк», до сих пор пользуются популярностью.

Упрощенно специфику российского рынка ювелирных изделий в сравнении с европейским рынком можно обозначить как «консервативный

спрос». Изделия и коллекции на прилавках отражают любовь населения к демонстративной декоративности с одной стороны и к традиционности, классике с другой.

Качественная дорогая бижутерия не воспринимается адекватной заменой ювелирным украшениям даже для повседневного и дневного использования.

В отличие от европейского рынка, ежедневное ношение ювелирных украшений является нормой со школьного возраста.

Структура поставщиков рынка ювелирных изделий представлена на рисунке 3.

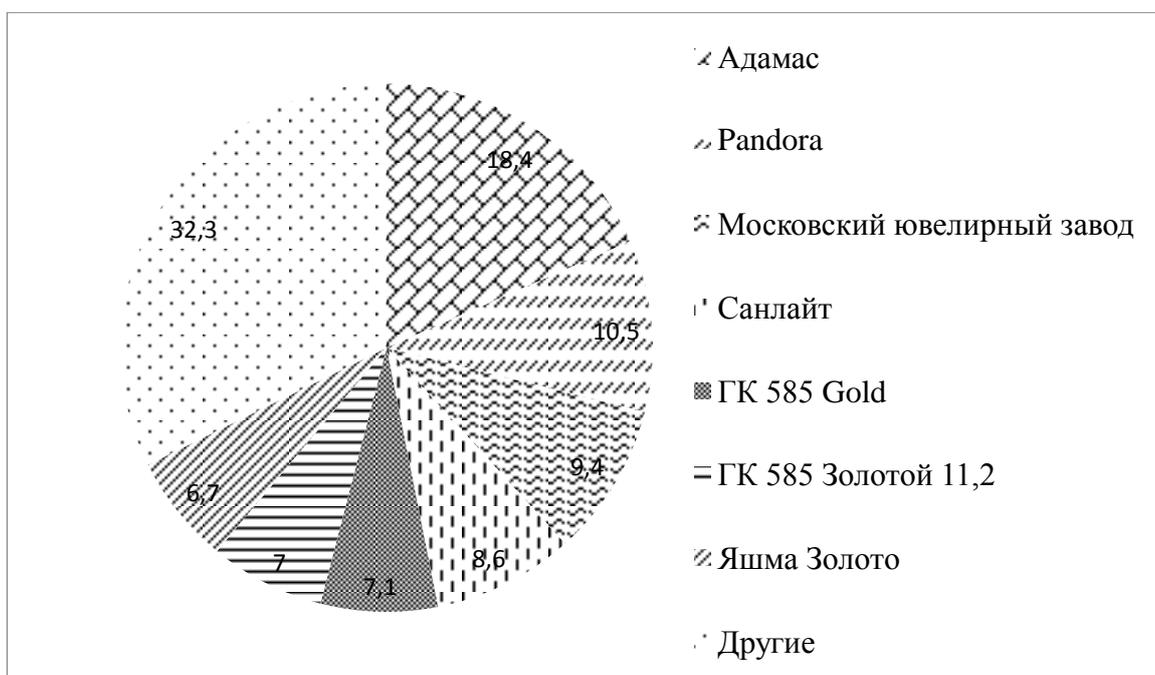


Рис. 3. Структура поставщиков рынка ювелирных изделий

На основании рисунка 3 можно сделать вывод, что около 60% ювелирного рынка приходится на крупных поставщиков.

Объем и динамика выручки основных представителей рынка представлены на рисунке 4.

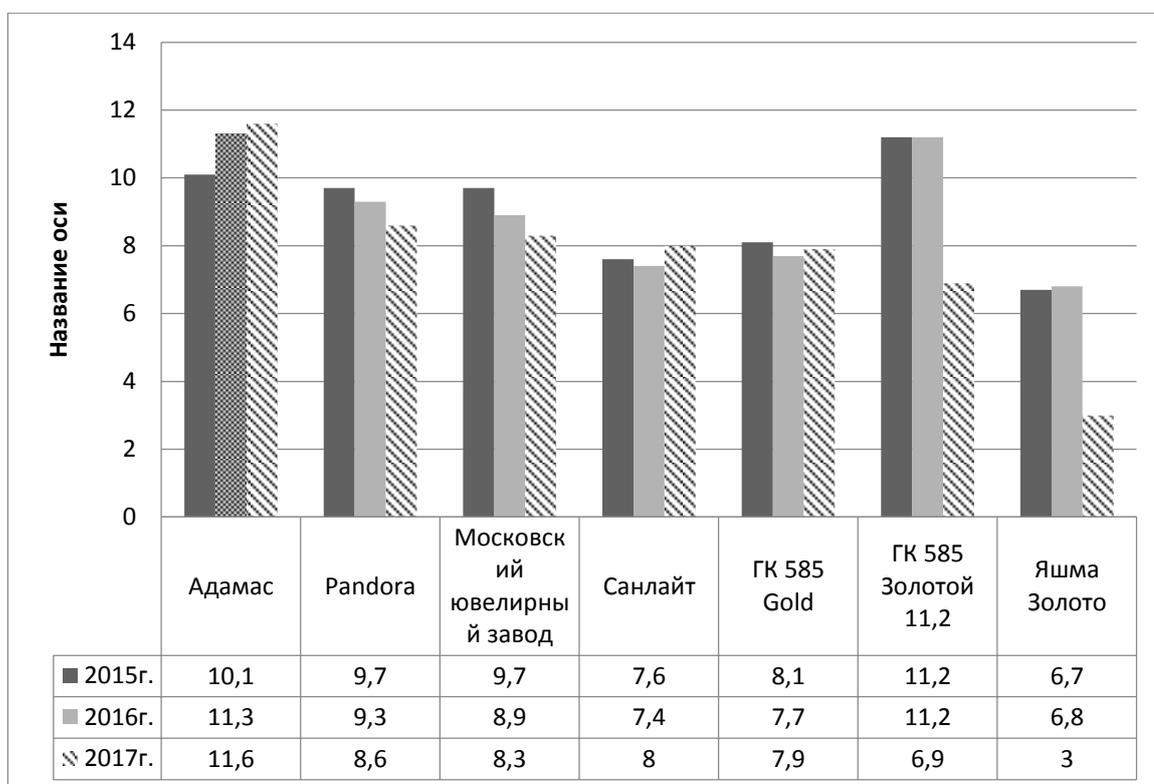


Рис. 4. Объем и динамика выручки основных представителей рынка, млрд. руб.

На данный момент на рынке ювелирных украшений в России выделяется топ-7 игроков, которые суммарно занимают 32% рынка:

- крупнейшей ювелирной сетью по выручке за 2017 год является сеть Адамас – 11,6 млрд. руб. и 6,7% от общего объема рынка;
- второе место занимает Pandora с выручкой 8,6 млрд. руб.;
- третье место – Московский Ювелирный Завод, 8,3 млрд. руб.

Так же на долю брендов люксового сегмента приходится еще около 10% рынка, она попадают на розничный рынок через таких крупных дистрибьюторов как: Mercury Group; Jamilco; Космос Золото; Bosco di Ciliegi [20].

Далее проанализируем ключевые тенденции сформировавшиеся на потребительском рынке ювелирных изделий из золота.

Закономерный «уход в серебро» и увеличение предложения в категории легковесные золотые изделия. Повторение колебаний спроса,

наблюдавшихся в период кризиса 2008 года. Покупатели, которые не рассматривают ювелирные изделия как инвестиции, но покупают в качестве ювелирных аксессуаров, уделяют больше внимания серебряным изделиям. Широта и разнообразие ювелирных изделий из серебра возрастает в период снижения потребительского спроса [16, с. 24].

Относительно стабильный спрос на нишевые предложения. Такие изделия оригинального дизайна, четко таргетированные на конкретную ЦА, всегда находят своего покупателя. Ювелирные украшения, в которых можно выразить свою индивидуальность, являются результатом тщательного выбора и в кризис имеют более устойчивый спрос.

Карт-бланш российскому производителю. Работа зарубежных ювелиров подорожала в связи с изменениями валютного курса в России, поэтому они не видят особых перспектив в продаже своей продукции в России, и временно уступают место на рынке российским производителям.

Большинство розничных торговцев сосредоточили свои маркетинговые усилия на фокусировании на специальных ценовых предложениях и оптимизации диапазона. Количество промежуточных компаний между производителем и розничным продавцом уменьшилось. Розничные компании активно развивают собственные бренды и постепенно вытесняют с массового рынка торговые марки, у которых нет дистрибьюторской сети.

Из вышесказанного можно предположить перспективные ниши:

- спрос на изделия из серебра наиболее устойчив;
- ниша малосерийных авторских ювелирных украшений в среднем и среднем плюс ценовых сегментах продолжает оставаться перспективной. Например, красивые трендовые украшения по вполне доступной цене: выглядеть на миллион, но потратить на это значительно меньше;
- особым спросом пользуются кастомизированные украшения от fashion-брендов, наборные изделия (например, браслеты Pandora) и украшения на заказ [9, с. 50].

Таким образом, на данном этапе развития российского ювелирного рынка очевидно следующее. Рынок ювелирных изделий имеет далеко идущие перспективы роста и развития, вызванные не только наличием богатой сырьевой базы в России, но и многовековой традицией ювелирных изделий, пользующейся спросом за рубежом.

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

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

Рассмотрим типовую классификацию ассортимента ювелирных изделий.

В зависимости от степени переработки ювелирные изделия подразделяются на [13, с. 56]:

- первичное сырье;
- стандартные слитки драгметаллов;
- ограненные ювелирные вставки;
- ювелирные изделия.

По назначению ювелирные изделия подразделяются на

- предметы личных украшений (кольца, серьги, броши, браслеты, бусы, колье, кулоны, медальоны и цепочки);
- предметы туалета (пудреницы, зеркала, флаконы для духов, булавки для шляп, запонки, зажимы для галстуков и др.);
- принадлежности для курения (портсигары, сигаретницы, порттабаки, пепельницы, спичечницы, мундштуки составляют группу принадлежностей для курения);

– предметы для сервировки (стола ложки, вилки, ножи, рюмки, бокалы, стопки, графины для вина, чайники, кофейники, чашки с блюдцами, подстаканники, лопатки для пирожного, кольца салфеточные, солонки и перечницы, изделия из хрустального стекла, а также сервизы и приборы (для вина и ликера) и изделия из хрустального и обыкновенного стекла). Столовые украшения, входящие в ассортимент ювелирных магазинов, состоят из серебра, никелевого серебра, никелевого серебра и томака, а затем серебряного покрытия или позолоты, а также нержавеющей стали, рогов, костей, хрусталя и фарфора;

– письменные принадлежности (чернильницы на подставке, пресс-папье, ножи для резки бумаги, стаканы для карандашей, настольные блокноты и бьювары, письменные приборы с одной или двумя авторучками на каменной подставке). Изготавливают из серебра, мельхиора, поделочных камней, папье-маше, кости и др.;

– предметы для украшения интерьера (вазы, ларцы, фигурки и др.) изготавливают из поделочных камней, иногда в сочетании с полудрагоценными камнями;

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

– сувениры (памятные детали; нагрудные значки; гербы; ключи; брелоки-сувениры; символы; сувениры-скульптуры малых форм; сувенирные изделия народных художественных промыслов; прочие сувенирные изделия (самовары сувенирные, светильники-ночники в сувенирном исполнении и др.) [9, с. 51]:

По используемому материалу: золотые; серебряные; мельхиоровые; латунные; из кости; камня и др.

Следует отметить, что предлагаемая торговая классификация не идеальна. Существует ряд продуктов, где трудно определить, какое влияние

они оказывают на рейтинг потребителя: эстетическая ценность или возможность применения по функциям.

Классификатор ОКПД 2 предназначен для обеспечения достоверности, сопоставимости и автоматизированной обработки информации о продукции в таких сферах деятельности как стандартизация, статистика, экономика и другие.

Данный классификатор включает разработку каталогов и систематизацию в них продукции:

- по важнейшим технико-экономическим признакам;
- при сертификации продукции в соответствии с группами однородной продукции, построенными на основе группировок ОКПД 2;
- для статистического анализа производства, реализации и использования продукции на макроэкономическом, региональном и отраслевом уровнях;
- для структуризации промышленно-экономической информации по видам выпускаемой предприятиями продукции с целью проведения маркетинговых исследований и осуществления снабженческо-сбытовых операций.

В группе 96 «Изделия культурно-бытового, хозяйственного, учебного назначения, театрально-зрелищных предприятий, вспомогательные для легкой промышленности» выделена подгруппа 964000 «Изделия ювелирные, галантерея ювелирная и металлическая, изделия ритуально-обрядовые, награды, монеты».

Далее в соответствии с иерархической системой классификации вся продукция поделена на 8 разделов по сырьевому признаку (таблица 1).

Таблица 1

Классификация ювелирных изделий в соответствии с ОКПД 2

Код ОКПД 2	Наименование по ОКПД 2
964100	Изделия ювелирные из золота
964200	Изделия ювелирные из платины и палладия
964300	Изделия ювелирные из серебра
964400	Галантерея ювелирная и металлическая

Продолжение таблицы 1

Код ОКПД 2	Наименование по ОКПД 2
964500	Изделия ювелирные из ювелирного неметаллического минерального и органического сырья (в т. ч. в сочетании с металлами)
964600	Футляры для ювелирных изделий
96 4800	Камни природные, синтетические и выращенные, янтарь для ювелирной промышленности
96 4900	Награды. Монеты.

Рассмотрим классификацию ювелирных изделий в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.

ТН ВЭД ЕАЭС разработана на базе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров (далее – ГС). ГС является ссылочным классификатором для ТН ВЭД ЕАЭС и она может быть основой для разработки любых национальных или региональных классификаторов. ТН ВЭД ЕАЭС состоит из разделов, групп, товарных позиций, пунктов, подпунктов и связанных кодов, а также примечаний и основных правил проектирования. Основными правилами проектирования являются основные принципы построения системы классификации, которые определяют алгоритм последовательного включения конкретного продукта в данную позицию товара, а затем в соответствующий подпункт и подпункт. Используя ОПИ, мы можем наиболее точно и правильно определить код ТН ВЭД продукта, потому что очень часто одному и тому же продукту могут быть назначены два или более товарных элемента.

В ТН ВЭД выделен раздел XIV «Природный или культивированный жемчуг, драгоценные или полудрагоценные камни, драгоценные металлы, плакированные драгоценные металлы и продукты, полученные из них; ювелирные изделия; монеты».

Раздел содержит единственную группу 71, имя которой полностью повторяет название раздела. Кроме того, существует группа из 96 «различных готовых изделий», в которых предметы из янтарного, кораллового, перламутрового, сепиолитового, струйного и некоторых других ювелирных материалов классифицируются в товарной позиции 9601.

Группа 71 разделяется на 3 подгруппы:

– жемчуг природный или культивированный и драгоценные или полудрагоценные камни;

– драгоценные металлы; металлы, плакированные драгоценными металлами;

– ювелирные изделия, изделия золотых и серебряных дел мастеров и другие изделия.

В первой подгруппе выделены позиции:

– 7101 Жемчуг;

– 7102 Алмазы (незакрепленные);

– 7103 Драгоценные и полудрагоценные камни (кроме алмазов);

– 7104 Искусственные и реконструированные камни;

– 7105 Крошка и порошок.

Во второй подгруппе выделены позиции:

– 7106 Серебро;

– 7107 Металлы не драгоценные, плакированные серебром;

– 7108 Золото;

– 7109 Металлы не драгоценные или серебро, плакированные золотом;

– 7110 Платина (и металлы платиновой группы);

– 7111 Металлы не драгоценные, серебро или золото, плакированные платиной;

– 7112 Отходы и лом.

В третьей подгруппе выделены позиции:

– 7113 Ювелирные изделия (и их части);

– 7114 Изделия золотых и серебряных дел мастеров (и их части);

– 7115 Прочие изделия;

– 7116 Изделия из природного или культивированного жемчуга, драгоценных и полудрагоценных камней;

– 7117 Бижутерия;

– 7118 Монеты.

В пределах позиций используются следующие критерии классификации: степень обработки, назначение, проба (для сплавов).

Классификация ТН ВЭД подходит для регулирования внешнеторговых операций и сбора импортных таможенной пошлины, но не удобна для использования в оптовых и розничных торговых предприятиях, а также при определении рыночной стоимости определенного ювелирного изделия (или партии). Кроме того, классификация нуждается в некоторой переработке, так как рынок ювелирных изделий создает новые материалы, новые технологии и так далее.

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

ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ЗОЛОТА, РЕАЛИЗУЕМЫХ В МАГАЗИНЕ ООО «САНЛАЙТ»

2.1 Характеристика ассортимента ювелирных изделий из золота на примере магазина «Санлайт»

Общество с ограниченной ответственностью «Санлайт» (далее – ООО «Санлайт») зарегистрировано 8 июля 2015 г. регистратором Инспекции Министерства Российской Федерации налоговой службы № 46 по г. Москве.

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

Также предприятием зарегистрировано 17 дополнительных видов деятельности:

- строительство жилых и нежилых зданий;
- работы строительные специализированные прочие, не включенные в другие группировки;
- аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом;
- производство ювелирных изделий, бижутерии и подобных товаров;
- обработка алмазов;
- производство ювелирных изделий, медалей из драгоценных металлов и драгоценных камней;
- обработка отходов и лома драгоценных металлов;
- строительство жилых и нежилых зданий;
- деятельность агентов по оптовой торговле металлами в первичных формах;
- деятельность агентов, специализирующихся на оптовой торговле играми и игрушками, спортивными товарами, велосипедами, книгами,

газетами, журналами, писчебумажными и канцелярскими товарами, музыкальными инструментами, часами и ювелирными изделиями, фототоварами и оптическими товарами;

- торговля оптовая ювелирными изделиями;
- торговля оптовая золотом и другими драгоценными металлами;
- торговля оптовая драгоценными камнями;
- торговля розничная прочими бытовыми изделиями в специализированных магазинах;
- торговля розничная бывшими в употреблении товарами в магазинах;
- покупка и продажа собственного недвижимого имущества;
- операции с недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе.

Сеть магазинов «Санлайт» расположены во всех Регионах РФ.

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

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

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

Торговый зал разделен на два сектора:

- изделия из серебра;
- изделия из золота.

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

Организационная структура магазина «Санлайт» представлена на рисунке 5.

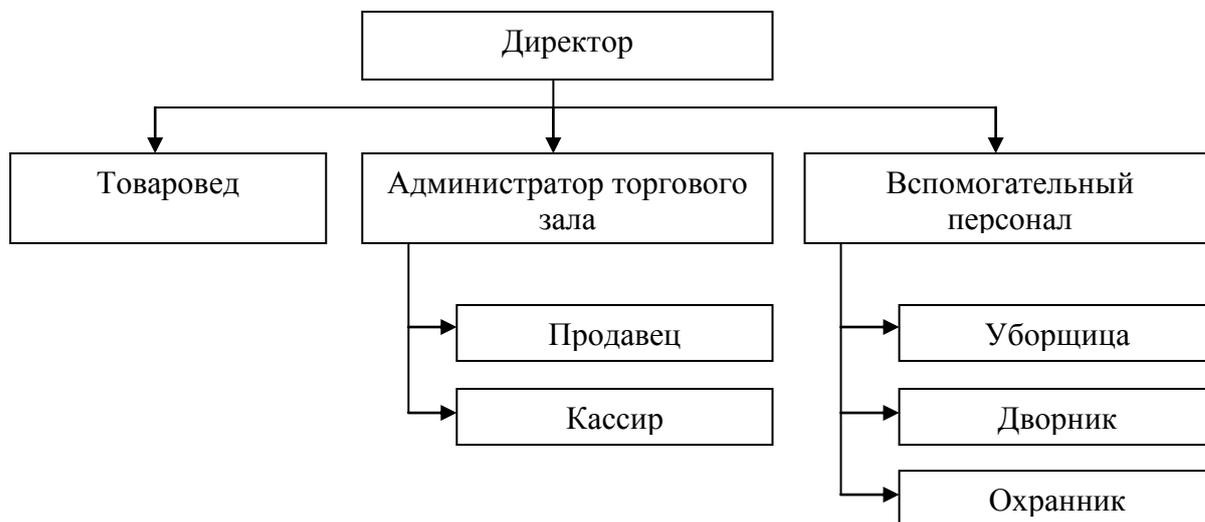


Рис. 5. Организационная структура магазина ООО «Санлайт»

Главным в магазине является управляющий. В его подчинении находится весь персонал магазина.

Функции директора:

- ежедневная проверка оперативной готовности магазина (мониторинг качества продукции, дисплей, полки, ценники, гигиенические условия всего объекта);
- ответственность за выявленные потери
- обеспечение соблюдения сотрудниками корпоративных стандартов;
- проверка точности заполнения документов, связанных с поставкой / продажей товаров;
- обеспечение исправности коммерческих объектов;
- участие в подготовке заказов, контрактов на поставку товара, мониторинг исполнения обязательств сторон;
- участие и управление процессом инвентаризации;
- мониторинг товарного запаса, товарооборота;
- определение причин брака, дефекта, либо недостачи;
- обеспечение соблюдения стандартов и требований безопасности и гигиены труда;
- рассмотрение фактической работы команды по их возможностям на должностях;

- непосредственное управление командой;
- проверка жалобной книги, тщательное расследование и принятие соответствующих мер при наличии жалоб от клиентов.

В подчинении у директора находится товаровед.

Функции товароведа:

- составляет заказ на товар;
 - принимает товар на гарантийный ремонт;
- контролирует работу продавцов.

Функции продавцов-консультантов:

- сотрудничество с клиентами, общение с ними;
- помочь определиться с выбором ювелирных изделий;
- рассказывают о характеристиках и целях продукта;
- оформляют документы на продажу за наличный расчет, провожают покупателей на кассу.

Эта организационная структура относится к линейно-функциональной структуре управления. Преимуществом этой структуры является качественное разделение труда в управлении, в котором начальники имеют право делать приказы и решения с участием и поддержкой функциональных работников

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

Таблица 2

Основные экономические показатели ООО «Санлайт», тыс. руб.

Наименование показателя	2016г.	2017г.	Отклонение	2017г. в % к 2016г.
Выручка от реализации	62477223	85113918	22636695	136,2
Валовая прибыль	18123363	31167957	13044594	172,0
Прибыль (убыток) от продаж	1658079	11173066	9514987	673,9
Чистая прибыль (убыток)	2730711	5696770	2966059	208,6
Численность работников, чел.	14	16	2	114,3
Средняя заработная плата, руб.	17800	21200	3400	119,1
Рентабельность, %	2,7	13,1	10,4	-

На основании таблицы 2 можно сделать следующие выводы.

По сравнению с 2016 годом в 2017 году изменились следующие показатели:

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

Положительным моментом является превышение темпов роста выручки над темпами роста себестоимости;

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

Данному изменению способствовали рост валовой прибыли, а также снижение управленческих расходов;

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

- чистая прибыль увеличилась 108,6%.

Также в 2017 г. по сравнению с 2016г. увеличилась численность работников на 14,3 % (2 чел.) и средняя заработная плата – на 3400 руб. или на 19,1 %.

Таким образом, анализ результатов деятельности ООО «Санлайт» положительно характеризует деятельность организации.

Ассортиментная политика – одно из основных направлений деятельности компаний по маркетингу. Политика в области ассортимента особенно актуальна в условиях жесткой конкуренции, когда потребитель делает более качественные и ассортиментные требования к продукту и производит все экономические показатели компании в зависимости от эффективности работы компании с продуктом. Руководство в конкурсе для клиента получает наиболее компетентные в ассортиментной политике, имеет методы его реализации и может максимально эффективно управлять этим процессом.

Ассортимент продукции организации должен соответствовать представлениям целевых клиентов. Диапазон все чаще становится ключевым элементом конкуренции между подобными компаниями. Хорошо продуманная ассортиментная политика не только позволяет оптимизировать обновление ассортимента, но и служит ориентиром для компании, служащей своего рода ссылкой на общее направление.

Формирование и реализация ассортиментной политики необходимы для:

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

Задачи ассортиментной политики:

- удовлетворенность клиентов - один из основных принципов маркетинга, который выполняет задачу глубокой сегментации и дифференциации рынка и обеспечивает тесную связь с потребителями;

- оптимальное использование технологических знаний и опыта компании;

- оптимизация финансовых результатов компании. Формирование ассортимента основывается на ожидаемой рентабельности и рентабельности, которая чаще встречается в деловой практике, но которая может быть оправдана в сложной финансовой ситуации, отсутствии альтернатив и др.;

- приобретение новых клиентов за счет расширения существующей производственной программы. Этот подход является консервативным, поскольку он фокусируется на краткосрочных результатах и предполагает продление жизненного цикла устаревших публикаций путем открытия новых рынков.

- соблюдение принципов гибкости в связи с диверсификацией деятельности компании полиграфической промышленности и включением в нее нетрадиционных отраслей;

– соблюдение принципа синергизма, включающего расширение производственных и служебных площадей компании в отношении конкретной технологии, единообразных квалификаций персонала и других логических зависимостей [18, с. 41].

Обеспечение требуемого уровня обслуживания клиентов и рост наиболее важных экономических показателей деятельности торговой компании зависят от правильного формирования ассортимента продукции.

Ассортимент ювелирных изделий в магазине «Санлайт» очень разнообразен.

Структура ассортимента ювелирных изделий в зависимости от производителей, реализуемых магазином представлена в таблице 3.

Таблица 3

Структура ассортимента ювелирных изделий в зависимости от производителей

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

На основании данных таблицы 3 можно сделать следующие выводы.

У магазина «Санлайт» 2 крупных поставщика:

- Костромской ювелирный завод «Топаз» – 41,6%;
- ООО «Ювелиры Урала» – 21,7%.

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

Изделия турецкого и испанского происхождения поставляют российские поставщики.

Структура ювелирных изделий по половозрастному признаку, реализуемый в магазине «Санлайт» представлен на рисунке 6.

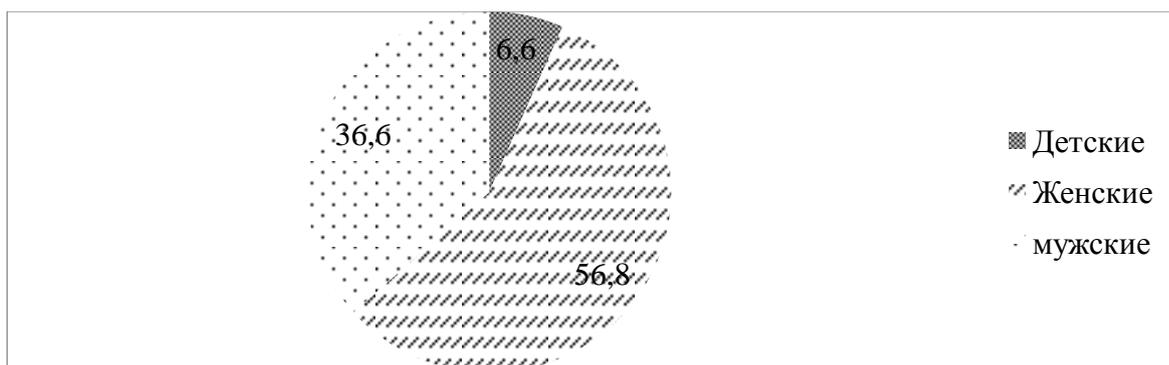


Рис. 6. Структура ювелирных изделий по половозрастному признаку, реализуемый в магазине «Санлайт»

На основании рисунка 6 можно сделать следующие выводы.

В магазине «Санлайт» в ассортименте представлены:

- женские ювелирные изделия, удельный вес которых составляет 56,8%;
- мужские ювелирные изделия, удельный вес которых составляет 36,6%;
- детские ювелирные изделия, удельный вес которых составляет 6,6%.

Преобладание женских ювелирных изделий в магазине «Санлайт» обусловлено повышенным спросом на данный вид ювелирных изделий.

Ассортимент ювелирных изделий по содержанию золота (пробы) представлен в таблице 4.

Таблица 4

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

Классификационный признак (проба ювелирных изделий)	Количество видов	Удельный вес, %
500	8	6,6
585	106	88,3
700	5	4,2
900	5	4,2
Итого	120	100

В ассортименте магазина преобладают ювелирные изделия 585 пробы, удельный вес которых составляет 88,3%. Данный факт объясняется следующими причинами:

- отличное соотношение цены и качества: 58,5% в ней чистого золота, а остальное – это различные добавки, что и придает хорошую твердость;
- она более вынослива и устойчива в ежедневном обращении;
- цветовая гамма шире, чем у других проб;
- прочность. Благодаря данному свойству, 585 марка имеет великолепные возможности для использования – это булавки, запонки, подвески, зажимы для галстука, ручки, скрепки, кубки ну и, конечно, колечки, цепочки, сережки и много-много другого изготавливают именно из этой пробы, что затруднительно при более высокой.

Структура ассортимента ювелирных изделий в зависимости от применяемых драгоценных камней представлены на риунке 7.

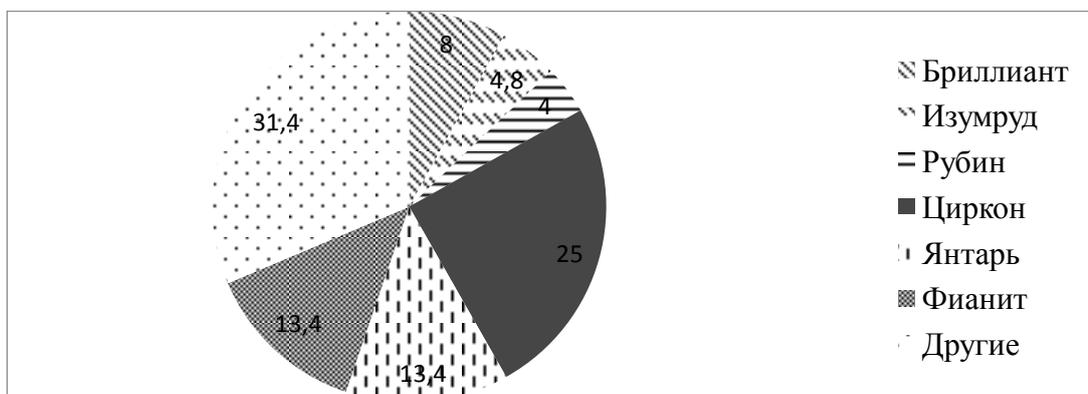


Рис. 7. Структура ассортимента ювелирных изделий в зависимости от применяемых драгоценных камней

На основании рисунка 7 видно, что в ассортименте магазина «Санлайт» наиболее представлены драгоценные камни как:

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

Структура ассортимента ювелирных изделий, реализуемых магазином «Санлайт», представлена на рисунке 8.

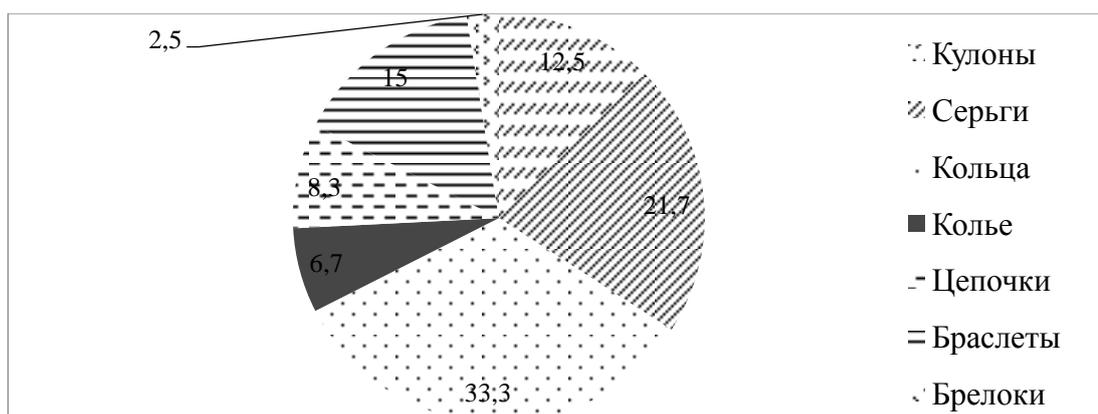


Рис. 8. Структура ассортимента ювелирных изделий, реализуемых магазином «Санлайт»

На основании рисунка 8 можно сделать следующие выводы.

В ассортименте, реализуемом в магазине «Санлайт» преобладают серьги и кольца, удельный вес которых составляет 21,7 и 33,3 % соответственно.

Наименьшую долю составляют брелоки – 2,5%.

В магазине «Санлайт» представлен разнообразный ассортимент женских колец различных размеров (от 15 до 21).

Наибольшую долю составляют кольца:

- 18 размера – 28,3%;
- 19 размера – 20,8;
- 17 размера – 12,5%.

Наименьшую долю кольца 15 размера – 1,7 %.

Данный факт обусловлен наличием спроса на указанные группы товаров.

Ассортимент товаров характеризуется следующими показателями: широта, полнота, глубина, структура, устойчивость, новизна.

Ассортимент широты - количество групп, видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп.

Коэффициент широты определяется как отношение фактического количества товарных групп к базовому. Он рассчитывается по формуле (1):

$$K_{ш} = \frac{Ш_{ф}}{Ш_{б}}, \quad (1)$$

где $Ш_{ф}$ – фактическое количество подгрупп и видов товаров;

$Ш_{б}$ – количество подгрупп и видов товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем.

Ассортимент полноты - это способность товара одной группы удовлетворять одинаковые потребности.

Коэффициент полноты рассчитывают по формуле (2):

$$K_{п} = \frac{П_{б}}{П_{ф}}, \quad (2)$$

где $П_{ф}$ – фактическое количество разновидностей товара на момент проверки;

$П_{б}$ – количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем.

Рассчитанные коэффициенты полноты и широты ассортимента ювелирных изделий из золота магазина «Санлайт» представлены в таблице 5.

Таблица 5

Коэффициент полноты и широты ассортимента ювелирных изделий из золота магазина «Санлайт»

Наименование группы и подгруппы товаров по функциональному назначению	Количество разновидностей товаров в группе, шт.		Показатели оценки ассортимента	
	возможное	фактическое	широта	полнота
I. Ювелирные изделия из золота				
1.1. Кулоны	23	15	0,65	1,53
1.2. Серьги	48	36	0,75	1,33
1.3. Кольца	116	109	0,94	1,06
1.4. Колье	24	20	0,83	1,20

Продолжение таблицы 5

Наименование группы и подгруппы товаров по функциональному назначению	Количество разновидностей товаров в группе, шт.		Показатели оценки ассортимента	
	возможное	фактическое	широта	полнота
1.5. Цепочки	59	64	1,08	0,92
1.6. Браслеты	30	34	1,13	0,88
1.7.Брелоки	18	9	0,50	2,00
Итого	318	287	0,90	1,11
II. Ювелирные изделия из серебра				
2.1. Кулоны	19	16	0,84	1,19
2.2. Серьги	31	29	0,94	1,07
2.3. Кольца	54	60	1,11	0,90
2.4. Цепочки	21	19	0,90	1,11
Итого	125	124	0,99	1,01
III. Ювелирные изделия смешанные				
3.1. Кулоны	14	12	0,86	1,17
3.2. Серьги	24	19	0,79	1,26
3.3. Кольца	92	114	1,24	0,81
3.4. Цепочки	11	15	1,36	0,73
Итого	141	160	1,13	0,88

На основании таблицы 5 можно сделать следующие выводы.

Широта ассортимента является показателем, отражающим уровень насыщенности товарами.

Касаемо ювелирных изделий из золота.

В магазине «Санлайт» степень представительства товаров довольно высока, а показатель широты ювелирного диапазона золота близок к оптимальному значению (1) и составляет 0,9. Чтобы повысить анализируемый показатель, необходимо увеличить поставки недостающих товаров, особенно брелоков, кулонов.

Показатель полноты ассортимента составил 1,11. Это означает, что в магазине «Санлайт» содержится на 11% больше золотых украшений, чем указано в списке ассортимента.

Касаемо ювелирных изделий из серебра.

Степень представительства товаров довольно высока, а показатель ширины ювелирного диапазона изделий из серебра близок к оптимальному значению (1) и составляет 0,99.

Показатель полноты ассортимента составил 1,01, что свидетельствует о том, в магазине «Санлайт» содержится на 0,01% больше изделий из серебра, чем указано в списке ассортимента.

Касаемо смешанных ювелирных изделий.

Показатель ширины смешанных ювелирных изделий выше нормативного значения и составляет 1,13.

Показатель полноты ассортимента составил 0,88, что свидетельствует о том, в магазине «Санлайт» содержится на 0,12 % меньше смешанных ювелирных изделий, чем указано в списке ассортимента.

Далее рассмотрим коэффициенты показателей структуры ассортимента, устойчивости и обновляемости.

Структура ассортимента – это процентное соотношение определенных совокупностей изделий к их общему количеству.

Устойчивость (стабильность) характеризует постоянное наличие товара соответствующего вида (разновидности) в продаже. Коэффициент устойчивости K_y определяется по формуле (3):

$$K_y = \frac{t}{T}, \quad (3)$$

где, t – число дней, в течение которых товар определенного наименования находится в продаже;

T – общее число рабочих дней торгового предприятия за определенный период времени.

Новизна отмечает появление новых типов продуктов в течение определенного периода времени и оценивается с использованием коэффициента обновления по формуле (4):

$$Oa^\Phi = \frac{\text{Шн}}{\text{Шф}} \times 100, \quad (4)$$

где, $\text{Ш}_н$ – число новых образцов товаров;

$\text{Ш}_ф$ – общее число (широта ассортимента фактическая).

В таблице 6 представлены значения коэффициентов структуры ассортимента магазина «Санлайт».

Таблица 6

Анализ структуры ассортимента магазина «Санлайт» в натуральном и денежном выражении

Наименование групп и подгрупп товаров по функциональному назначению	Количество в натуральных единицах, шт.	Объем в стоимостном выражении, тыс.руб.	Показатели структуры ассортимента (%)	
			в натуральном выражении	в денежном выражении
I. Ювелирные изделия из золота				
1.1. Кулоны	23	1040,7	7,23	4,81
1.2. Серьги	48	2160,8	15,09	9,99
1.3. Кольца	116	10644,9	36,48	49,20
1.4. Колье	24	1130,1	7,55	5,22
1.5. Цепочки	59	3987,7	18,55	18,43
1.6. Браслеты	30	1851,3	9,43	8,56
1.7.Брелоки	18	819,1	5,66	3,79
Итого	318	21634,6	100	100
II. Ювелирные изделия из серебра				
2.1. Кулоны	19	9441,3	15,20	67,04
2.2. Серьги	31	312,5	24,80	2,22
2.3. Кольца	54	3711,2	43,20	26,35
2.4. Цепочки	21	617,4	16,80	4,38
Итого	125	14082,4	100	100
III. Ювелирные изделия смешанные				
3.1. Кулоны	14	14811,7	9,93	39,82
3.2. Серьги	24	1246,2	17,02	3,35
3.3. Кольца	92	15416,3	65,25	41,45
3.4. Цепочки	11	5719,9	7,80	15,38
Итого	141	37194,1	100	100

Из таблицы 6 видна структура ассортимента, рассчитанная в натуральном выражении, отличается от структуры того же ассортимента в денежном выражении. По некоторым видам товаров видно, что удельный вес в натуральном выражении гораздо выше (например, кулоны, серьги, колье и др.), чем в денежном выражении и наоборот (например, кольца).

В таблице 7 определены коэффициенты показателя устойчивости ассортимента товаров магазина ООО «Санлайт».

Таблица 7

Анализ коэффициента устойчивости ювелирных изделий из золота в магазине ООО «Санлайт»

Наименование групп и подгрупп товаров по функциональному назначению	Общее число рабочих дней	Число дней наличия товара в продаже	Коэффициент устойчивости ассортимента
I. Ювелирные изделия из золота	25	23	0,92
1.1. Кулоны	27	26	0,96
1.2. Серьги	25	24	0,96
1.3. Кольца	28	26	0,93
1.4. Колье	28	28	1,00
1.5. Цепочки	27	27	1,00
1.6. Браслеты	29	28	0,97
1.7.Брелоки	26	25	0,96
II. Ювелирные изделия из серебра	24	20	0,83
2.1. Кулоны	26	22	0,85
2.2. Серьги	29	21	0,72
2.3. Кольца	27	25	0,93
2.4. Цепочки	25	23	0,92
III. Ювелирные изделия смешанные	29	28	0,97
3.1. Кулоны	28	24	0,86
3.2. Серьги	29	24	0,83
3.3. Кольца	28	23	0,82
3.4. Цепочки	27	25	0,93
Среднее значение			0,91

На основании таблицы 7 можно сделать вывод, что товары, находящиеся в продаже магазина пользуются устойчивым спросом, т.к. общий показатель устойчивости ассортимента по предприятию 0,91.

В таблице 8 представлены коэффициенты обновления ассортимента товаров магазина «Санлайт».

**Анализ показателей коэффициента обновляемости ассортимента
ювелирных изделий из золота магазина «Санлайт»**

Наименование групп и подгрупп товаров по функциональному назначению	Количество новых изделий в товарной группе	Количество наименований в данной товарной группе согласно ассортиментному перечню	Коэффициент обновляемости номенклатуры ассортимента
I. Ювелирные изделия из золота			
1.1. Кулоны	10	23	43
1.2. Серьги	35	48	73
1.3. Кольца	104	116	90
1.4. Колье	10	24	42
1.5. Цепочки	37	59	63
1.6. Браслеты	18	30	60
1.7.Брелоки	7	18	39
II. Ювелирные изделия из серебра			
2.1. Кулоны	7	19	37
2.2. Серьги	11	31	35
2.3. Кольца	21	54	39
2.4. Цепочки	8	21	38
III. Ювелирные изделия смешанные			
3.1. Кулоны	6	14	43
3.2. Серьги	14	24	58
3.3. Кольца	50	92	54
3.4. Цепочки	7	11	64
Среднее значение			52

На основании таблицы 8 можно сделать следующие выводы.

В целом коэффициент обновляемости по составил 52%. Это показывает, что в магазине «СанЛайт» ассортимент ювелирных изделий постоянно обновляется.

После анализа основных показателей ассортимента продукции можно сделать вывод, что работа по управлению ассортиментом и составлению ассортимента в магазине находится на правильном уровне.

Таким образом «СанЛайт» является прибыльной компанией, которая способствует положительной динамике корпоративных показателей.

Анализ показывает, что прибыль и прибыльность бизнеса имеют тенденцию к увеличению. Это связано с тем, что в течение своего

существования магазин, с одной стороны, приобрел собственную постоянную клиентуру, которая неуклонно расширялась, что приводит к увеличению продаж; С другой стороны, он установил тесные отношения с поставщиками, которые позволяют вам приобретать товары по сниженной цене, что снижает стоимость товаров.

Ассортимент ювелирных изделий в магазине Sunlight очень разнообразен. Однако следует отметить, что бизнес должен расширить ассортимент серебряных изделий. Можно рассмотреть размер, стиль и новые тенденции моды.

На основе показателей, «СанЛайт» имеет довольно высокий уровень. Продукты, которые присутствуют в этом бизнесе, подходят для клиента.

2.2 Организация и порядок проведения экспертизы качества ювелирных изделий из золота

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

Цель экспертизы – предоставление объективной независимой оценки качества ювелирного изделия.

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

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

Экспертиза ювелирных изделий проводится в следующих случаях:

– обнаружения дефекта изделия в процессе производства или эксплуатации;

– производитель желает подтвердить качество своей продукции для повышения доверия покупателей;

– по заявкам судебных и следственных органов. В этом случае экспертиза применяется в уголовном процессе, как на предварительном следствии, так и во время разбирательства дела в суде.

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

Основными этапами экспертизы являются:

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

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

– фотосъемка ювелирного изделия (если необходима);

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

В акте указывается:

– наименование объекта экспертизы;

– подробное описание;

– наличие и происхождение дефекта;

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

– выводы, относительно качества проверенного изделия.

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

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

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

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

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

Причинами образования приобретенных (эксплуатационных) дефектов ювелирных изделий являются:

– механические воздействия в процессе эксплуатации, превышающие предел прочности изделий, отдельных деталей и узлов;

– взаимодействие с агрессивными средами (щелочными моющими средствами, веществами, содержащими хлор, йод, ртуть или ее соединения).

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

– деформация отдельных элементов изделий;

– разрывы плетеных изделий (цепочек, браслетов) в местах соединения звеньев;

– выпадение ювелирных вставок в результате механических воздействий;

– трещины и сколы вставок, образовавшиеся от механических воздействий;

– темные пятна на поверхности изделий, в результате взаимодействия с агрессивными средами.

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

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

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

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

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

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

- цепь из золота (Приложение А);
- браслет (Приложение Б);
- кольцо (Приложение В).

Оценка качества проводилась на основании требований ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества».

Характеристика отобранных образцов представлена в таблицах 9.

Таблица 9

Характеристика образцов ювелирных изделий

Характеристика	Образец № 1 – цепь из золота «Итальянка»	Образец № 2 – браслет золотой «Ex libris»	образце № 3 – кольцо золотое «Sweet Dream»
Материал	золото	золото	золото
Проба	585	585	585
Дина	450 мм	150 мм	размер 16,5

Продолжение таблицы 9

Характеристика	Образец № 1 – цепь из золота «Итальянка»	Образец № 2 – браслет золотой «Ex libris»	образце № 3 – кольцо золотое «Sweet Dream»
Переплетение	«Итальянка»	сплошное	шлифованная , имеет узор в виде бабочки
Отделка поверхности	шлифовка	-	феонитовые камни
Вид крепления звеньев	переплет	со вставками белого золота	-
Вес	41 г.	15 г.	17 г.
Застежка	спаяна	спаяна	
Производитель	Костромской ювелирный завод «Топаз»	Костромской ювелирный завод «Топаз»	Костромской ювелирный завод «Топаз»
Цена	21500 руб.	13500 руб.	4500 руб.

Образец № 1 – цепь из золота «Итальянка» (арт. ЦГР00512060) из красного золота 585 пробы, при обработке драгоценного металла применялась технология «Алмазная грань», имеет следующие характеристики:

- длина – 450 мм;
- золото 585 проба;
- переплетение «Итальянка»;
- отделка поверхности – шлифовка;
- вид крепления звеньев – переплет;
- вес 41 г.;
- застежка – спаяна;
- производитель – Костромской ювелирный завод;
- цена – 21500 руб.

Образец № 2 – браслет золотой Браслет (арт. БПГР00512090) из красного золота 585 пробы имеет следующие характеристики:

- золото 585 пробы;
- длина – 150 мм;
- переплетение сплошное;
- отделка со ставками белого золото;

- застежка спаяна;
- вес 15 г.;
- производитель – Костромской ювелирный завод;
- цена 13500 руб.

Образец № 3 – кольцо золотое (арт. Т142018100) из красного золота 585 пробы, обработанного по технологии «Родирование». Изделие украшено бесцветными фианитами и имеет следующие характеристики:

- золото 585 пробы;
- размер – 16,5;
- поверхность шлифованная, имеет узор в виде бабочки;
- вставки – феоновые камни;
- производитель – Костромской ювелирный завод;
- цена 4500 руб.

Проведем анализ маркировки отобранных образцов на соответствие ГОСТ 53196-2008 (ИСО 10713:1992) Ювелирные изделия. Покрытия сплавами на основе золота (таблица 10).

Таблица 10

Анализ маркировки образцов ювелирных изделий

ГОСТ 53196-2008 (ИСО 10713:1992) Ювелирные изделия. Покрытия сплавами на основе золота	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3
Производитель	Костромской ювелирный завод «Топаз»	Костромской ювелирный завод «Топаз»	Костромской ювелирный завод «Топаз»
Наименование изделия	цепь из золота	браслет	кольцо
Артикул	146385-ЛТ	119429-М	987Т-111
Проба	585	585	585
Размер	450 мм	150 мм	16,5
Масса, г.	41	15	4
Цена, руб.	21500	13500	4500

Таким образом, на основании таблицы 10 можно сделать вывод, что все исследуемые образцы ГОСТ 53196-2008 (ИСО 10713:1992) Ювелирные изделия. Покрытия сплавами на основе золота.

Сравнительный анализ качества отобранных образцов ювелирных изделий, реализуемых в магазине «Санлайт», представлен в таблицах 11-12.

Таблица 11

Сравнительный анализ качества образца № 1 – цепь из золота

«Итальянка»

Показатели	Характеристика по ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества»	Фактическое состояние	Соответствие ГОСТ 531907-2008
Внешний вид изделия.	На поверхностях изделий не должно быть трещин, раковин и заусенцев Шлифованные доведенными до блеска;	Шлифованные доведенными до блеска; трещин нет.	Соответствует
Качество работы замков, булавок шарнирных соединений.	Шарнирные соединения в изделиях должны обеспечивать подвижность деталей без их перекосов и люфтов. Серьги, а также броши, разъемные браслеты и шейные украшения должны быть, снабжены замками	Детали двигаются, свободно без препятствий, замки есть на всех украшениях	Соответствует
Размер	Цепочки должны изготавливаться согласно размерам и соответствующим им интервалам длин,(450,550, 660,700)	Цепь длиной 450 мм	Соответствует
Масса изделий	Контроль массы изделий должен производиться на весах, имеющих погрешность определения массы не более значений, (До 1,0 Св. 1,0 до 10,0)	Масса изделие 40 грамм указана на ярлыке, на весах 41 грамм.	Соответствует
Качество маркировки и упаковки	Изделия должны быть заклеены территориальной государственной инспекцией пробирного надзора Российской государственной пробирной палаты.	Имеется	Соответствует
Внешний вид	На поверхностях изделий не должно быть трещин, раковин и заусенцев Шлифованные доведенными до блеска;	Цепь шлифованная не имеет трещин заусенца	Соответствует
Качество закрепки	Вставки должны быть закреплены в оправе неподвижно, если иное не предусмотрено художественным решением, при этом возможность выпадения вставок должна быть исключена.	закреплены	Соответствует
Показатели	Характеристика по ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества»	Фактическое состояние	Соответствие ГОСТ 531907-2008
Качество маркировки и упаковки	Изделия должны быть заклеены территориальной государственной инспекцией пробирного надзора.	Имеется	Соответствует

На основании данных таблицы 11 можно сделать вывод, что образец № 1 соответствует по всем показателям ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества» и не имеет отклонений».

Таблица 12

**Сравнительный анализ качества образца № 2 – золотой браслет
«Ex libris»**

Показатели	Характеристика по ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества»	Фактическое состояние	Соответствие ГОСТ 531907-2008
Внешний вид	На поверхностях изделий не должно быть трещин, раковин и заусенцев Шлифованные доведенными до блеска;	Не имеет трещин заусенца, со ставками Фионита	Соответствует
Качество закрепки	Вставки должны быть закреплены в оправе неподвижно, если иное не предусмотрено художественным решением, при этом возможность выпадения вставок должна быть исключена.	Вставок не имеется	Соответствует
Размер	Браслеты для часов должны изготавливаться согласно размерам и соответствующим им интервалам длин, приведенным (130 , 140, 150)	Размер браслета 140 мм	Соответствует

На основании данных таблицы 12 можно сделать следующие выводы о том что при проведении оценки качества органолептических показателей образца № 2 (золотого браслета), было выявлено, что браслет соответствует по всем показателям ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества» не имеет отклонений.

Таблица 13

Сравнительный анализ качества образца № 3 – кольцо золотое «Sweet Dream»

Показатели	Характеристика по ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества»	Фактическое состояние	Соответствие ГОСТ
	Характеристика по		

Продолжение таблицы 13

Показатели	Характеристика по ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества»	Фактическое состояние	Соответствие ГОСТ 531907-2008
Внешний вид	На поверхностях изделий не должно быть трещин, раковин и заусенцев Шлифованные доведенными до блеска;	Кольцо шлифованное не имеет трещин заусенца, со ставками феонита	Соответствует
Качество закрепки	Вставки должны быть закреплены в оправе неподвижно, если иное не предусмотрено художественным решением, при этом возможность выпадения вставок должна быть исключена.	закреплены в оправе неподвижно, выпадение ставок исключено	Соответствует
Размер	Кольца должны изготавливаться согласно разм5рам и соответствующим им интервалам внутренних диаметров, приведенных в(15, 15.5, 16, 16.5,17,17.5)	Кольцо размером 16,5.	Соответствует
Масса изделий	Контроль массы изделий должен производиться на весах, имеющих погрешность определения массы не более значений, (До 1,0 Св. 1,0 до 10,0)	Масса изделие 3,5м грамм указана на ярлыке, на весах 4 грамм.	Соответствует
Качество маркировки и упаковки	Изделия должны быть заклеены территориальной государственной инспекцией пробирного надзора Российской государственной пробирной палаты.	Имеется	Соответствует

На основании данных таблицы 13 можно сделать вывод, что образец № 3 (золотое кольцо) соответствует по всем показателям ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества» не имеет отклонений.

Покупательский спрос – отражение потребностей потребителей в том или ином товаре, работе, услуге, сопоставимости желания и возможности приобрести данный товар, работу, услугу. Это довольно сложное явление, которое складывается из различных элементов с определенными

социальными, экономическими, демографическими и региональными особенностями. Это позволяет дифференцировать спрос на определенные характеристики, что облегчает их регулирование.

В магазине «Санлайт» спрос на товары определяют с помощью: анализа товарооборота; анализа товарных запасов; анализа товарооборачиваемости; анализа реализованного и нереализованного спроса населения.

Таким образом по данному анализу можно сделать вывод, что предприятию необходимо расширить ассортимент изделий из золота, так как покупатели охотно приобретают новые виды изделий.

Результаты ранжирования потребительских свойств отобранных образцов представлены в таблице 14-16.

Таблица 14

Результаты ранжирования потребительских свойств образца № 1 – цепь из золота «Итальянка»

Показатели потребительских свойств	Баллы экспертов							Сумма баллов	Отклонение среднее арифм.	Квадратное отклонение среднее арифм.	Коэф. весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
Социальные	7	6	6	6	7	5	6	43	-8,8	77,44	0,14
Функциональные	8	6	5	6	6	4	7	42	-9,8	96,04	0,13
Эргономические	8	8	7	9	8	7	7	54	2,2	4,84	0,17
Эстетические	9	9	9	9	9	9	9	63	11,2	125,44	0,20
Надежность	8	8	8	8	8	8	8	56	4,2	17,64	0,18
Экономические	8	7	7	8	8	7	8	53	1,2	1,44	0,17
Итого								311	0,2	322,84	0,99

На основании таблицы 14 можно сделать следующие выводы:

Эксперты распределили показатели следующим образом:

1 место – эстетические – 63 балла;

2 место – надежность – 56 баллов.

3 место – эргономические – 54 балла.

Наименьшие рейтинговые баллы получили следующие показатели:
функциональные – 42 балла; социальные – 43 балла.

По коэффициентам весомости наибольшие значения получили:

– эстетические показатели (0,20);

– показатель надежности (0,18);

– экономические (0,17);

– эргономические (0,17).

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что образец №1 удовлетворяет всем потребительским свойствам.

Таблица 15

**Результаты ранжирования потребительских свойств образца № 2 –
золотой браслет «Ex libris»**

Показатели потребительских свойств	Баллы экспертов							Сумма баллов	Отклонение среднее арифм.	Квадратное отклонение среднее арифм.	Коэф. весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
Социальные	7	7	6	7	8	6	6	47	-6	36	0,14
Функциональные	8	7	8	7	7	7	8	52	-1	1	0,16
Эргономические	7	8	5	6	7	7	6	46	-7	49	0,14
Эстетические	8	9	8	8	8	9	8	58	5	25	0,18
Надежность	8	8	8	9	8	9	8	58	5	25	0,18
Экономические	8	7	8	9	8	9	8	57	4	16	0,18
Итого								318	0	152	0,98

На основании таблицы 15 можно сделать следующие выводы:

Эксперты распределили показатели следующим образом:

1 место – эстетические – 58 балла;

2 место – надежность – 58 баллов.

3 место – экономические – 57 баллов.

Наименьшие рейтинговые баллы получили следующие показатели: эргономические – 46 баллов; социальные – 47 баллов.

По коэффициентам весомости наибольшие значения получили: эстетические, надежность, экономические (0,18).

Таким образом, образец № 2 подходит по всем показателям и является наиболее распространенным и востребованным среди потребителей, т. к. имеет наиболее высокие показатели среди всех образцов ювелирных изделий.

Таблица 16

**Результаты ранжирования потребительских свойств образца № 3 –
кольцо золотое «Sweet Dream»**

Показатели потребительских свойств	Баллы экспертов							Сумма баллов	Отклонение среднее арифм.	Квадратное отклонение среднее арифм.	Коэф. весомости
	1	2	3	4	5	6	7				
Социальные	6	6	7	6	6	5	5	41	-6,8	46,24	0,14
Функциональные	7	7	6	7	6	7	6	46	-1,8	3,24	0,16
Эргономические	6	6	7	7	5	6	7	44	-3,8	14,44	0,15
Эстетические	7	8	7	8	8	8	7	53	5,2	27,04	0,18
Надежность	7	7	6	7	6	7	7	47	-0,8	0,64	0,16
Экономические	8	8	8	8	8	8	8	56	8,2	67,24	0,19
Итого								287	0,2	158,84	0,98

На основании таблицы 16 можно сделать вывод, что образец № 2 подходит по всем показателям.

На основании таблицы 16 можно сделать следующие выводы:

Эксперты распределили показатели следующим образом:

1 место – экономические – 56 баллов;

2 место – эстетические – 53 балла.

По коэффициентам весомости наибольшие значения получили: – экономические и эстетические показатели 0,19 и 0,18 соответственно.

На основании приведенных в таблицах 14-16 данных можно вычислить средний балл, уровень качества и комплексный показатель (таблице 17-19).

Таблица 17

Определение комплексного показателя образца № 1 – цепь из золота «Итальянка»

Показатели потребительских свойств	Оценки экспертов							Средний балл	Уровень качества	Комплексный показатель
	1	2	3	4	5	6	7			
Социальные	7	6	6	6	7	5	6	6,14	0,8596	7,4772
Функциональные	8	6	5	6	6	4	7	6	0,78	
Эргономические	8	8	7	9	8	7	7	7,71	1,3107	
Эстетические	9	9	9	9	9	9	9	9	1,8	
Надежность	8	8	8	8	8	8	8	8	1,44	
Экономические	8	7	7	8	8	7	8	7,57	1,2869	

Исходя из данных таблицы 17, можно сделать вывод, что образец 1 имеет достаточно высокий комплексный показатель, уровень качества, средний балл, а так же оценку экспертов. Это означает, что образец является качественным товаром и его можно продавать в магазинах. Так же следует заметить, что образец 1 имеет самый высокий балл по эргономическим показателям.

Таблица 18

Определение комплексного показателя образца № 2 – золотой браслет «Ex libris»

Показатели потребительских свойств	Оценки экспертов							Средний балл	Уровень качества	Комплексный показатель
	1	2	3	4	5	6	7			
Социальные	7	7	6	7	8	6	6	6,71	0,9394	7,4924
Функциональные	8	7	8	7	7	7	8	7,42	1,1872	
Эргономические	7	8	5	6	7	7	6	6,57	0,9198	
Эстетические	8	9	8	8	8	9	8	8,28	1,4904	
Надежность	8	8	8	9	8	9	8	8,28	1,4904	
Экономические	8	7	8	9	8	9	8	8,14	1,4652	

Исходя из данных таблицы 18, можно сделать вывод, что образец 2 имеет достаточно высокий комплексный показатель, высокий средний балл показателей, достаточно высокий уровень качества. Это означает, что

золотой браслет «Ex libris» является качественным товаром и его можно продавать в магазинах. Так же следует заметить, что образец 2 имеет самый высокий балл по эстетическим показателям.

Таблица 19

**Определение комплексного показателя образца № 3 - кольцо
золотое «Sweet Dream»**

Показатели потребительских свойств	Оценки экспертов							Средний балл	Уровень качества	Комплексный показатель
	1	2	3	4	5	6	7			
Социальные	6	6	7	6	6	5	5	5,85	0,819	6,7684
Функциональные	7	7	6	7	6	7	6	6,57	1,0512	
Эргономические	6	6	7	7	5	6	7	6,28	0,942	
Эстетические	7	8	7	8	8	8	7	7,57	1,3626	
Надежность	7	7	6	7	6	7	7	6,71	1,0736	
Экономические	8	8	8	8	8	8	8	8	1,52	

Исходя из данных таблицы 19, можно сделать вывод, что образец 3 имеет достаточно высокий комплексный показатель, средний балл, достаточно высокий уровень качества. Это означает, что кольцо золотое «Sweet Dream» является качественным товаром и его можно продавать в магазинах. Данный образец будет хорошо продаваться и будет, востребован среди потребителей, т.к. имеет высокие эстетические и эргономические показатели.

На все отобранные образцы ювелирных изделий в магазине «Санлайт» имеется сертификат соответствия, что свидетельствует о том, в реализации присутствует только качественная продукция.

Таким образом, проведенный анализ качества реализуемых ювелирных изделий из золота в магазине «Санлайт», позволил сделать следующие выводы.

Экспертиза качества изделий из керамики проводилась с использованием образцов товаров, находящихся в реализации магазина ООО «Санлайт»:

- образец 1 – цепь из золота;
- образец 2 – кольцо из золота;

– образец 3 – золотой браслет.

Все образцы по органолептическим показателям соответствуют требованиям стандарта, ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества» и могут быть допущены к реализации.

По результатам ранжирования потребительских свойств образцов ювелирных изделий был сделан вывод, что наибольшую ценность для данной группы составляет образец № 2.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведен анализ состояния и перспектив развития современного рынка ювелирных изделий.

В период пика кризиса в 2015 г. спрос на ювелирные изделия из золота в России откатился на 14 лет назад – рынок (в валютном эквиваленте) сократился на 43% по сравнению с 2014 г. В 2016г. продолжилось падение спроса – продажи упали еще на 11% по отношению к 2015г.

На данный момент на рынке ювелирных украшений в России выделяется топ-7 игроков, которые суммарно занимают 32% рынка.

Рынок ювелирных изделий имеет широкие перспективы роста и развития, которые обусловлены не только наличием у России богатой сырьевой базы, а и сложившимся вековым традициям ювелирного мастерства, которые пользуются спросом за рубежом.

Представлена классификация и характеристика ассортимента ювелирных изделий в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС.

В соответствии с ОКПД 2 ювелирные изделия отражены в группе 96 «Изделия культурно-бытового, хозяйственного, учебного назначения, театрально-зрелищных предприятий, вспомогательные для легкой промышленности» выделена подгруппа 964000 «Изделия ювелирные, галантерея ювелирная и металлическая, изделия ритуально-обрядовые, награды, монеты».

В ТН ВЭД выделен раздел XIV «Природный или культивированный жемчуг, драгоценные или полудрагоценные камни, драгоценные металлы, плакированные драгоценные металлы и продукты, полученные из них; ювелирные изделия; монеты».

В раздел входит одна единственная группа 71, название которой полностью повторяет название раздела. в которых предметы из янтарного,

кораллового, перламутрового, сепиолитового, струйного и некоторых других ювелирных материалов классифицируются в товарной позиции 9601.

Анализ ассортимента ювелирных изделий проводился на примере общества с ограниченной ответственностью «Санлайт».

Анализ показателей ассортимента ювелирных изделий, реализуемых в магазине, позволил сделать следующие выводы.

В магазине «Санлайт», степень представленности товаров достаточно высока, и показатель широты ассортимента ювелирных изделий из золота близок к оптимальному значению (1) и составил 0,9. Для увеличения анализируемого показателя необходимо увеличить поставки недостающих товаров, в первую очередь, брелоки, кулоны.

Показатель полноты ассортимента составил 1,11. Это означает, что в магазине «Санлайт» имеется на 11% ювелирных изделий из золота больше, предусмотренного ассортиментным перечнем.

Касаемо ювелирных изделий из серебра.

Степень представительства товаров довольно высока, а показатель ширины ювелирного диапазона изделий из серебра близок к оптимальному значению (1) и составляет 0,99.

Показатель полноты ассортимента составил 1,01, что свидетельствует о том, в магазине «Санлайт» содержится на 0,01% больше изделий из серебра, чем указано в списке ассортимента.

Касаемо смешанных ювелирных изделий.

Показатель ширины смешанных ювелирных изделий выше нормативного значения и составляет 1,13.

Показатель полноты ассортимента составил 0,88, что свидетельствует о том, в магазине «Санлайт» содержится на 0,12 % меньше смешанных ювелирных изделий, чем указано в списке ассортимента.

Товары, находящиеся в продаже магазина пользуются устойчивым спросом, т.к. общий показатель устойчивости ассортимента по предприятию 0,91.

Общий показатель обновления ассортимента составил 52 %. Он показывает, что в магазине «Санлайт» ассортимент ювелирных изделий постоянно обновляется.

Таким образом, работа по управлению ассортиментом и разработке ассортиментного перечня в магазине «Санлайт» ведется на должном уровне.

Подводя итог, можно сказать, что ООО "СанЛайт" требует эффективной политики ассортимента, но требует некоторых улучшений. Для организации продажи ювелирных изделий, в том числе международной торговли, а также для улучшения контроля их качества и соблюдения заявленной цены, важна их правильная классификация, которая позволяет автоматизировать обработку информации о продукте во всех сферах деятельности.

Экспертиза качества изделий из керамики проводилась с использованием образцов товаров, находящихся в реализации магазина ООО «Санлайт»:

- образец 1 – цепь из золота;
- образец 2 – кольцо из золота;
- образец 3 – золотой брошлет.

Все образцы по органолептическим показателям соответствуют требованиям стандарта, ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества» и могут быть допущены к реализации.

По результатам ранжирования потребительских свойств образцов ювелирных изделий был сделан вывод, что наибольшую ценность для данной группы составляет образец № 2.

На все отобранные образцы ювелирных изделий в магазине «Санлайт» имеется сертификат соответствия, что свидетельствует о том, в реализации присутствует только качественная продукция.

Таким образом, в курсовой работе наиболее изучены такие аспекты, как состояние ассортимента, основные классификаторы, анализ ассортимента музыкальных товаров, а также контроль качества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ 531907-2008 «Изделия ювелирных товаров. Методы контроля качества».
2. Айлова Г.Н, Васильева М.П., Петренко И.А., Рыженко Г.Н. Товароведение и экспертиза металлохозяйственных и ювелирных товаров. – М.: Норма, 2015. – 304 с.
3. Дронова Н.Д. Ювелирные изделия: Справочник-энциклопедия. – М.: Экономика, 2014. – 72 с.
4. Замедлина Е.А. Товароведение и экспертиза товаров: учебное пособие для сред. спец. учеб. заведений. – М.: РИОР, 2015. – 156 с.
5. Карнилов Н.И., Солодова Ю.П. Ювелирные камни. – М.: Недра, 2014. – 282 с.
6. Котомина Р.И. Основные направления развития стандартизации и сертификации в Российской Федерации: учебное пособие. – Иваново: ИГТА, 2014. – 231 с.
7. Крылова Г.Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 187 с.
8. Логинов В.Д. Ювелирные товары и часы. – М.: Экономика, 2015. – 181 с.
9. Моисеинко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров часть 2. Ювелирные товары. – Ростов н/Д.: Феникс, 2015. – 320 с.
10. Орловский Э.И. Товароведение ювелирных товаров и часов. – М.: Экономика, 2015. – 176 с.
11. Петренко Е.А. Товароведение и экспертиза товаров: учебное пособие для сред. спец. учеб. заведений. – М.: РИОР, 2014. – 266 с.
12. Плешев А.М. Классификация и ассортимент ювелирных изделий. Кооперативная торговля ювелирных изделий. – М.: 2015. – 454 с.
13. Простаков С.В. Ювелирное дело. – Ростов н/Д.: Феникс, 2013. – 189 с.

14. Романова Л.Ф. Современное ювелирное искусство. – М.: Норма, 2014. – 218 с.
15. Статистические методы управления качеством. Статистический анализ состояния технологических процессов / сост. Н.В. Евсеева, Н.В. – Иваново: ИГТА, 2014. – 369 с.
16. Товароведение непродовольственных товаров / под ред. В.Е. Сыцко, М.Н. Миклушева. – Минск: Высшая школа, 2013. – 389 с.
17. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: учебное пособие. – 3-е изд., перераб и доп. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 560 с.
18. Шаталова И.В., Скурлов В.В. Ассортимент отечественной ювелирной промышленности. – М.: 2014. – 415 с.
19. Шепелев А.Ф., Гутурова И.А., Шмелев А.В. Товароведение и экспертиза ювелирных товаров и часов. – Ростов н/Д.: Издательский центр «МапТ», 2015. – 192 с.
20. Ювелирный рынок: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.businessman.rut> (дата обращения 05.10.2018).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Образец № 1 - цепь из золота «Итальянка»



Образец № 2 - золотой браслет «Ex libris»



Образец № 3 – Кольцо «Sweet Dream»

