

**Київський національний торговельно-економічний університет**

Кафедра товарознавства та митної справи

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

«Споживчі переваги та організація продажу товарів акваріумістики»

Студентки 2 курсу, 7 м групи,  
спеціальності 076«Підприємництво, торгівля та  
біржова діяльність»  
спеціалізації«Товарознавство і комерційна  
логістика»

\_\_\_\_\_

Богданець  
Олександр  
Ігорівни

Науковий керівник

Док-р с-г. наук, професор

\_\_\_\_\_

Осієвська  
Валентина  
Валеріївна

Науковий консультант

канд. екон. наук, доцент

\_\_\_\_\_

Лиса Світлана  
Сергіївна

Гарант освітньої програми

док., техн. наук, професор

\_\_\_\_\_

Сидоренко Олена

Володимирівна

Київ 2019

## АНОТАЦІЯ

### **Богданець О.І. Споживчі переваги та організація продажу товарів акваріумістики**

У випускній кваліфікаційній роботі проаналізовано стан та перспективи ринку акваріумістики в Україні, розглянуто, асортимент товарів акваріумістики та споживчі властивості акваріумів. Було проведено опитування споживачів у вигляді анкет щодо акваріумів. Була проведена оцінка ефективності організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД Україна». Був здійснений план по підвищенню ефективності організації продажів товарів акваріумістики.

*Ключові слова: асортимент, організація продажу, акваріумістика, споживчі властивості, ефективність організації, опитування, споживач, підприємство, анкета.*

## ANNOTATION

### **Bohdanets O.I. Consumer preferences and organization of sale of aquarium products**

The final qualification work analyzes the status and prospects of the aquarium market in Ukraine, examines, the range of aquarium products and the aquarium consumer properties. Consumer surveys were conducted in the form of aquarium surveys. The efficiency of the organization of sale of aquarium goods at the enterprise of EKO-TRADE Ukraine LLC was carried out. A plan to increase the efficiency of sales of aquarium products was implemented.

*Keywords: assortment, sales organization, aquarium, consumer goods properties, organization efficiency, survey, consumer, enterprise, questionnaire.*

## ЗМІСТ

	С.
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА ЯКОСТІ ТОВАРІВ АКВАРІУМІСТИКИ	10
1.1. Стан та перспективи розвитку ринку акваріумістики в Україні	10
1.2. Чинники формування споживчих властивостей товарів акваріумістики	17
1.3. Теоретичні засади визначення споживчих переваг товарів акваріумістики	22
РОЗДІЛ 2. ВИЯВЛЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ЩОДО АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ТОВАРІВ АКВАРІУМІСТИКИ	25
2.1 Організація, об'єкти та методи досліджень	25
2.2. Аналіз асортименту товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»	28
2.3. Виявлення переваг щодо асортименту та якості товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»...	34
РОЗДІЛ 3. Аналіз та організація продажу товарів акваріумістики ТОВ «Еко-Трейд Україна»	40
3.1. Теоретичні основи організації продажу товарів	40
3.2. Аналіз та оцінка ефективності організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна»	43
3.3. Розробка плану підвищення ефективності організації продажу товарів акваріумістики	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	64

## ВСТУП

**Актуальність теми** полягає в тому, що на сьогоднішній день набирають популярності серед споживачів як промислові, так і декоративні акваріуми. Промислові – затребувані гіпермаркетами, супермаркетами, універмагами і спеціалізованими магазинами які розраховані саме для продажу рибної продукції. Промисловий акваріум як товар дає споживачеві можливість у виборі різновиду прісноводної і морської продукції не витрачаючи при цьому свої сили та час на вилов риби. Завдяки нинішнім технологіям споживачеві надається різновид послуг, а саме: очистка риби від луски, видалення органічних частин з риби які не входять до вжитку, а в спеціалізованих магазинах надають послугу у вигляді приготування різновиду рибної продукції. Самими важливими аспектами промислових акваріумів є те, що споживач має можливість у виборі саме того товару який його цікавить, а саме: зовнішній вигляд, розмір, вид продукту, та його стан. Завдяки системі аерації та потужної системи фільтрації, якими оснащений акваріум товар знаходиться у живому стані і залишається живим на довгостроковий час.

Також акваріум є елементом декорування, даний вид акваріумів більш розповсюджується на споживачів, які бажають прикрасити свої будівлі, офісні приміщення або зал ресторану. Існує два різновиди акваріумів морські та прісноводні. Морські акваріуми можна поділити на декілька типів, залежно від мешканців, які його населяють: кораловий риф, рибний, змішаний і тематичний. Прісноводні акваріуми можуть бути різних форм і розмірів, вони більш широко поширені ніж морські та містять прісноводні типи риб і рослин. Технічне обслуговування цих акваріумів набагато легше ніж забезпечення морських. Бувають різні оформлення прісноводних акваріумів, в залежності від того, що обере споживач. Існують такі види прісноводних акваріумів як травник та цихлідник.

**Метою** даної роботи є виявлення споживчих переваг щодо асортименту та якості товарів акваріумістики та оцінка ефективності організації їх продажу.

Для досягнення мети в роботі необхідно вирішити такі *завдання*:

- проаналізувати стан та перспективи розвитку ринку акваріумістики в Україні;
- дослідити чинники формування споживчих властивостей товарів акваріумістики;
- обґрунтувати теоретичні засади визначення споживчих переваг товарів акваріумістики;
- навести організацію, об'єкти та методи досліджень;
- проаналізувати асортимент товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»;
- дослідити теоретичні основи організації продажу товарів;
- провести аналіз та оцінку ефективності організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна»;
- здійснити розробку плану підвищення ефективності організації продажу товарів акваріумістики.

**Об'єктом** даної роботи є товари акваріумістики що реалізуються на ринку України та, зокрема, ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА».

**Предметом** дослідження є асортимент, якість та споживчі переваги товарів акваріумістики.

**Інформаційне забезпечення дослідження.** У ході виконання роботи було використано нормативно-правову документацію, спеціальну літературу з теми дослідження, матеріали управлінської звітності ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА», яка стосується організації формування товарного асортименту та продажу товарів акваріумістики.

**Наукова новизна** дослідження полягає у систематизації підходів щодо організації продажу товарів акваріумістики та напрямків його удосконалення на торговельному підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА».

**Практична цінність роботи.** У ході дослідження пропонується програма

заходів щодо удосконалення товарного асортименту та організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА».

Отримані результати дослідження можуть бути використані керівництвом підприємства ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» у якості практичних рекомендацій для підвищення споживчих переваг, конкурентоспроможності та ефективності організації продажу товарів акваріумістики.

**Апробація роботи.** Результати досліджень представлено на міжнародній науково-практичній студентській конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» 12-13 березня 2019р. в КНТЕУ.

**Публікації.** За результатами досліджень опубліковано статтю «Споживчі переваги товарів акваріумістики» у збірнику статей «Збірник наук. ст. студ. «Інновації в підприємстві і торгівлі» // Відпр. ред. В.А. Осика. – Київ: Київ нац. торг.-економ. ун-т, 2019. – Ч.1. – 448-454 с. (дод.А)

**Структурно випускний кваліфікаційний проект** складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Містить 7 додатків, 23 рисунка, 10 таблиць.

Загальний обсяг роботи становить 64 сторінок

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ТА ЯКОСТІ ТОВАРІВ АКВАРІУМІСТИКИ

#### 1.1. Стан та перспективи розвитку ринку акваріумістики в Україні

З розвитком ринкових відносин в Україні створюються умови для повного задоволення потреб населення товарами високої якості різноманітного асортименту при мінімальних витратах підприємств на їх виробництво. Це безпосередньо стосується формування споживчого ринку товарів акваріумістики, який забезпечується як вітчизняними, так і зарубіжними виробниками.

До товарів акваріумістики відносяться безпосередньо самі акваріуми, елементи їх декору, обладнання для акваріума, а саме: автогодівниці, насоси, компресори, фільтри та інше, гідробіонти, освітлення, а саме: лампи, світильники, таймери та інше, препарати для акваріума, а саме: ліки для води, добрива для рослин, хімія для води, тести для води, наповнювачі для фільтрів [23]. У сфері виробництва акваріумів скло є найважливішим аспектом. Скло є сировиною для виробництва акваріумів. Для виробництва самої скляної конструкції акваріумів використовується силікатне листове скло. Тому у даному питанні сконцентруємо увагу на сегменті ринку виробів з листового скла, до яких також відносяться і акваріуми.

Також варто відмітити, що у офіційних матеріалах Державної служби статистики присутні дані лише стосовно обсягів виробництва, споживання та зовнішньої торгівлі лише для групи побутових виробів зі скла, без деталізації їх на акваріуми та інші товари. Тому будемо використовувати для аналізу офіційні дані статистики, розуміючи той факт, що тенденції в обсягах ринку скляних побутових виробів в цілому поширюються і на акваріуми та супутні до них товари.

Динаміку показників виробництва виробів з листового скла, у т.ч. акваріумів, в Україні наведено на рис. 1.1 [13].

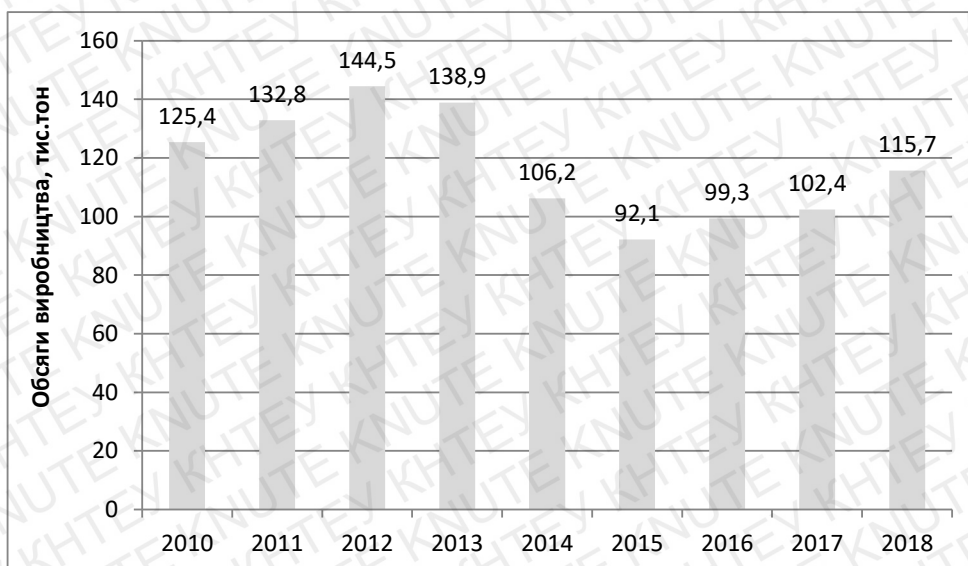


Рис. 1.1. Динаміка обсягів виробництва листового скла в Україні у 2010-2018 рр. [13]

Як свідчать дані рис. 1.1, показники розвитку ринку виробів з листового скла в Україні мали позитивну динаміку у 2010-2013 рр. Обсяги власного виробництва у 2013 році склали 138,9 тис.тонн, що на 11% більше порівняно з 2010-м роком.

Різке скорочення темпів росту ринку виробів з листового скла (у т.ч. товарів акваріумістики) у 2014-2015 рр. зумовлене війною на Сході України та складною економічною ситуацією в країні (рис. 1.2).

У 2013 році намітилося скорочення обсягів промислового виробництва скляних виробів - у цей період падіння виробництва складо 4%. У 2014 році обсяг виробництва скляних виробів скоротився на 24% порівняно з рівнем 2013 р. У 2015 році темп скорочення обсягів виробництва склав -13%. Починаючи з 2016-го року намітилася тенденція до відношення обсягів виробництва та поживлення ділової активності. У 2016 році обсяги виробництва товарів з листового скла становили 99,3 тис.тон, що на 8% вище порівняно з аналогічним показником попереднього року.



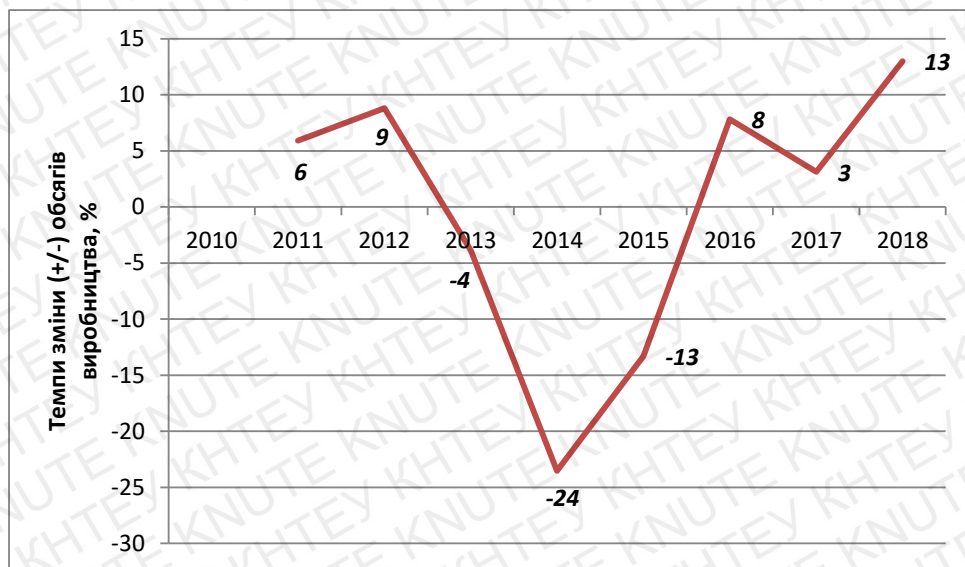


Рис. 1.2. Динаміка темпів зміни виробництва листового скла в Україні у 2010-2018 рр. [13]

У 2017 році обсяги виробництва листового скла становили 102,4 тис.тон, що на 3% вище порівняно з аналогічним показником попереднього року. У 2018 році обсяги виробництва товарів з листового скла (у т.ч. товарів акваріумістики) становили 115,7 тис.тон, що на 13% вище порівняно з аналогічним показником 2017-го року [13].

За даними Українського державного інституту скла, в Україні сьогодні нараховується 12 підприємств, що виробляють скло або ж мають до скловаріння безпосереднє відношення. Однак, майже всі підприємства України в сучасних умовах не спроможні виготовляти спеціальне флоат-скло за показниками якості, що порівняні з зарубіжними виробниками Китаю та інших країн. Наразі в Україні власне виробництво спеціального флоат-скла для акваріумів відсутнє взагалі. Продукція вітчизняних виробників листового скла використовується для виробництва акваріумів, однак вона є низької якості, а акваріуми, що виготовлені з неї, продаються за низькими цінами. В значній мірі потреби ринку акваріумістики покриває імпорт [10].

У 2011 році спостерігався пік спаду ринку, з призупиненням в 2013 році, і подальшим продовженням спаду до 2016 року. Особливо різке зменшення ринку відбулося у 2015 році, який акумулював в собі наслідки анексії Криму, війни на

Сході та різкого економічного спаду. Проте 2016 рік став переломним – ринок листового скла зріс майже на 13%, практично досягнувши показника 2014 року, і ця тенденція продовжується у першому кварталі 2017 року. Взагалі, необхідно відзначити підсилене реагування ринку скла на загальноекономічний стан країни – незначні коливання того ж ВВП в той чи інший бік, зазвичай, викликають кількаразове коливання динаміки об’ємів скла [10].

Значну часту скловиробів на ринку України становить продукція закордонних виробників: Чехія, Словачія, Німеччина, Франція, Італія, Росія тощо, яка є досить конкурентоспроможною переважно завдяки високим естетичним властивостям скляних виробів. У трійці найбільших постачальників скла в Україну – AGC Flat Glass, найбільший в світі виробник листового скла; NSG Group, яка вважається лідером в області інноваційних технологій виробництва флоат-скла; і один з найстаріших транснаціональних концернів Saint-Gobain, який є виробником не лише скла, але й інших високотехнологічних будівельних матеріалів. Присутній на українському ринку і міжнародний концерн Guardian, що славиться своєю інноваційністю та архітектурним склом з магнетронним напиленням під ТМ SunGuard. Також відомий в Україні своїм автомобільним склом концерн Pittsburgh Plate Glass Co [10].

Найбільша частка листового скла (97 %, або 31,3 млн кв. м в 2016 р.) припадає на флоат скло. В 2016 році ринок флоат скла, як і загальний ринок, показав зростання, хоча і з дещо меншою динамікою. Даний вид скла використовується практично у всіх випадках виробництва склопакетів віконних та фасадних систем, а також для подальшої переробки – виробництва безпечного скла, автомобільного скла, різного роду декоративного скла тощо. Як згадувалося вище, вітчизняний виробник флоат скла припинив виробництво власного скла з 2013 року, проте подальша історія показала, що наявність або відсутність вітчизняного виробництва листового скла не здійснює вирішального впливу на величину ринку. Набагато сильніше на величину ринку скла впливає власне економічна ситуація в країні [10].

Динаміку показників імпорту флоат-скла (яке використовується для виготовлення акваріумів) в Україну наведено на рис. 1.3 [33].

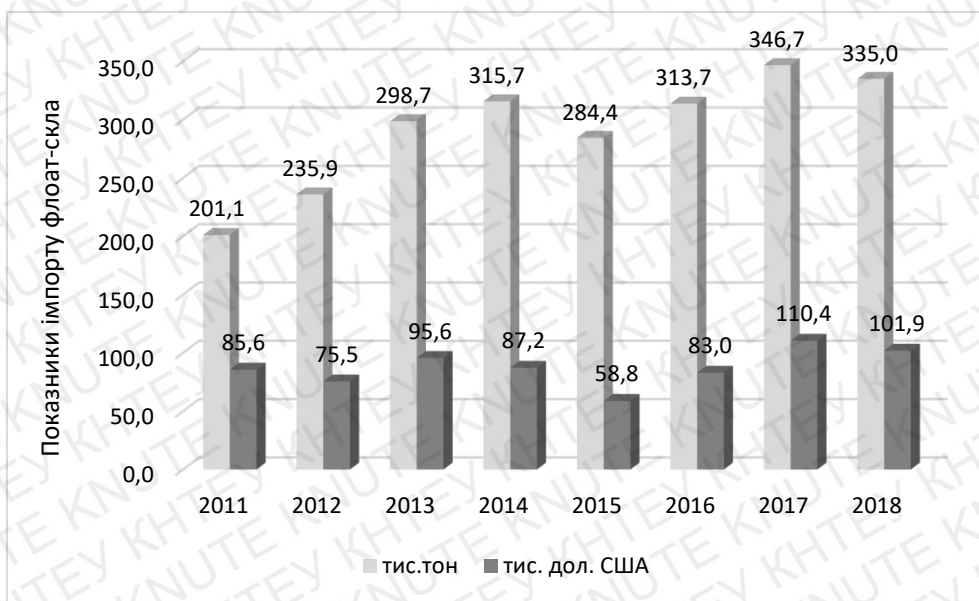


Рис. 1.3. Динаміка показників імпорту флоат-скла (яке використовується для виготовлення акваріумів) в Україну у 2011-2018 рр. [33]

Для оцінки обсягів імпорту флоат-скла було використано інформацію Державної фіскальної служби України відносно обсягу зовнішньої торгівлі по позиції з кодом 7005 «Скло термічно поліроване; скло шліфоване та поліроване». Фактично, майже усі вироби по цій позиції відносяться до категорії флоат-скла.

Як свідчать дані рис. 1.3, відбулось також суттєве зростання імпорту скловиробів у 2013 році порівняно з 2012-м роком на 27% у вартісному та ваговому еквіваленті. Динаміку темпів зміни обсягів імпорту флоат-скла в Україну проілюстровано на рис. 1.4.

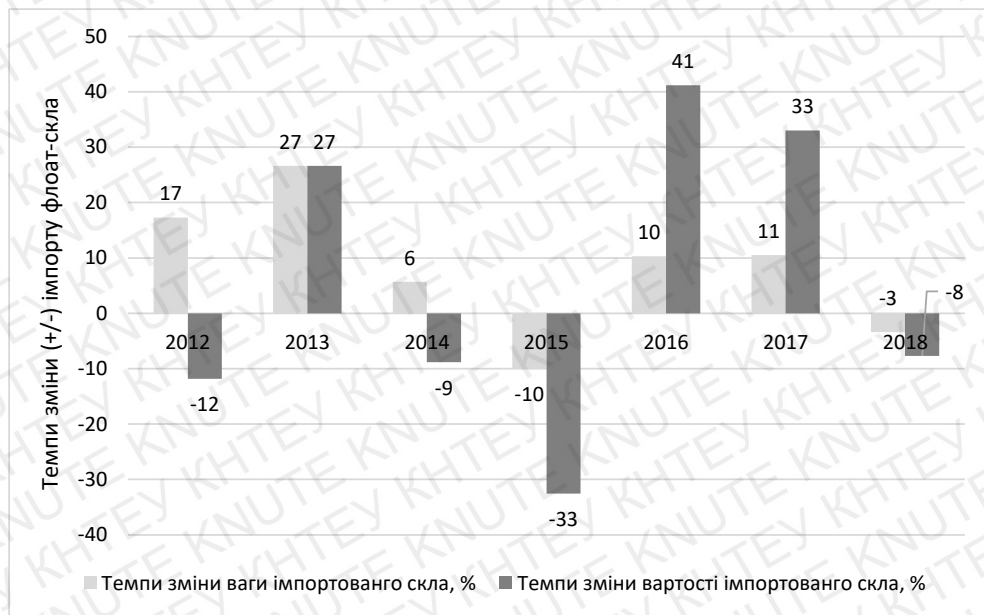


Рис. 1.4. Динаміка темпів зміни імпорту флоат-скла (яке використовується для виготовлення акваріумів) в Україну у 2011-2018 рр. [33]

У 2014 році проти рівня 2013-го року відбулося зростання імпорту флоат-скла у ваговому вираженні на 6%, однак у вартісному вираженні обсяги імпорту скоротилися на 9%. У 2015 році проти рівня 2014-го року відбулося зниження імпорту флоат-скла як у ваговому, так і у вартісному вираженні на 10% та 33% відповідно. Варто додати, що зниження вартості імпортованого флоат-скла перевищує темпи зниження імпорту даного продукту у фізичному вимірі. Зниження обсягу імпорту зумовлене кризою в економіці та падінням попиту. У 2016 році намітилася зворотня тенденція до зростання обсягів імпорту на 10% у ваговому вираженні та на 41% у вартісному вираженні. У 2017 році імпорт флоат-скла зріс на 11% у ваговому вираженні та на 33% у вартісному вираженні.

Показники зовнішньої торгівлі товарами акваріумістики також варто доповнити інформацією стосовно тенденцій експорту-імпорту готових акваріумів (товарна позиція з кодом 7013 за УКТЗЕД) та декоративних виробів з пластмаси для акваріумів (товарна позиція з кодом 3926 за УКТЗЕД). Відповідні дані наведено у Додатку Б.

Як можемо бачити з даних табл. 1.1, у 2014-2015 рр. можна було спостерігати різке скорочення як імпорту, так і експорту акваріумів та декорів до них. Однак, у

2016 році спадна тенденція в імпорті змінилася на протилежну – приріст імпорту по товарних позиціях 7013 та 3926 зріс відповідно на 23,9% та 25,6%. У 2017 році приріст імпорту склав відповідно 25,9% та 34,9%, у 2018 році – 11,0% та 12,8% [33].

Спад матеріального добробуту також не дозволяє значну частку коштів витратити на придбання товарів акваріумістики різноманітного призначення і це в значній мірі впливає на обсяг реалізації наведеної групи виробів, тому в перспективних планах розвитку виробництва скляних виробів, торгівлі необхідно враховувати купівельну спроможність населення.

Проблема технічного переобладнання підприємств скляної промисловості є найважливішою передумовою виробництва високоякісних та конкурентоспроможних виробів з листового флоат-скла, яке в повній мірі може бути використане для конструювання якісних та довговічних акваріумів. Вирішення технічного переоснащення і реконструкції скляних заводів на основі світових досягнень науково-технічного прогресу розпочала Українська державна корпорація "Укрбудматеріали", куди входять підприємства, які виробляють скляні побутові товари [10].

Основними завданнями скляної галузі є [10]:

- Встановлення та розвиток професійних інформаційних зв'язків підприємств, діяльність яких пов'язана зі скляною промисловістю через їх участь у загальних заходах:

- Поліпшення на базі науки та техніки виробничого досвіду необхідного для розвитку вітчизняної скляної промисловості: підвищення професійного рівня фахівців, організація заходів для поліпшення підготовки професійних кадрів для скляної промисловості;

- Впровадження програм - досліджень у плани робіт відповідних профільюючих кафедр, направлених на вивчення та рішення проблем виробництва та технологій скляної промисловості на конкурсній основі:

- Надання допомоги у створенні і реалізації інвестиційних проектів.

Отже, нами було досліджено особливості ринку товарів акваріумістики в Україні, зокрема тенденції у виробництві та імпорті листового флоат-скла, яке використовується для виробництва акваріумів. У 2017 році обсяги виробництва листового скла становили 102,4 тис.тон, що на 3% вище порівняно з аналогічним показником попереднього року. У 2018 році обсяги виробництва товарів з листового скла (у т.ч. товарів акваріумістики) становили 115,7 тис.тон, що на 13% вище порівняно з аналогічним показником 2017-го року. Значну часту скловиробів на ринку України становить продукція закордонних виробників: Чехія, Словачія, Німеччина, Франція, Італія, Росія тощо, яка є досить конкурентоспроможною переважно завдяки високим естетичним властивостям скляних виробів. У трійці найбільших постачальників скла в Україну – AGC Flat Glass, найбільший в світі виробник листового скла; NSG Group, яка вважається лідером в області інноваційних технологій виробництва флоат-скла; і один з найстаріших транснаціональних концернів Saint-Gobain, який є виробником не лише скла, але й інших високотехнологічних будівельних матеріалів. У 2015 році проти рівня 2014-го року відбулося зниження імпорту флоат-скла як у ваговому, та і у вартісному вираженні на 10% та 33% відповідно. Варто додати, що зниження вартості імпортованого флоат-скла перевищує темпи зниження імпорту даного продукту у фізичному вимірі. Зниження обсягу імпорту зумовлене кризою в економіці та падінням попиту. У 2016 році намітилася зворотня тенденція до зростання обсягів імпорту на 10% у ваговому вираженні та на 41% у вартісному вираженні. У 2017 році імпорт флоат-скла зріс на 11% у ваговому вираженні та на 33% у вартісному вираженні.

## **1.2. Чинники формування споживних властивостей товарів акваріумістики**

Товари акваріумістики - це вироби складного асортименту, які об'єднують велику кількість різноманітних товарів, що відрізняються певними ознаками. Акваріум є елементом декорування, даний вид акваріумів більш розповсюджується на споживачів, які бажають прикрасити свої будівлі, офісні

приміщення або зал ресторану. Існує два різновиди акваріумів морські та прісноводні. Морські акваріуми можна поділити на декілька типів, залежно від мешканців, які його населяють: кораловий риф, рибний, змішаний і тематичний [13]. Прісноводні акваріуми можуть бути різних форм і розмірів, вони більш широко поширені ніж морські та містять прісноводні типи риб і рослин [13].

Споживна властивість товару – це сукупність характеристик товару, які визначають сукупність його здатності задовольнити встановлені і передбачені потреби. Споживні властивості товарів акваріумістики включають в собі наявність певних вимог до нормативної та технічної документації, відповідність яким характеризує функціональні та ергономічні характеристики виробу з позитивної сторони.

Формування споживних властивостей відбувається під впливом таких факторів:

- сировина (матеріали) для виробництва;
- технологія виробництва;
- умови транспортування і зберігання (товароруху).

Вимоги до сировини, з якої виготовляються акваріуми, регламентуються нормативним документом [11] - ДСТУ 3053-95. Виробництво скла. Вироби побутового призначення. Терміни та визначення. Вимоги до геометричних параметрів листового скла для виробництва акваріумів наведено у Додатку В.

У виробках із безкольорового скла допускаються незначні кольорові відтінки, які не псують товарний вигляд. Крім того, допускається різниця в інтенсивності забарвлення одного і того ж виробу з кольорового і накладного скла, викликані нерівномірністю товщини стінок, які не псують товарний вигляд виробу. Різні кольорові відтінки декору, одержані при термообробці сульфідцинкового скла, також допустимі у виробках.

Згідно нормативів ДСТУ 3053-95, до якості висувають наступні вимоги [11]:

- за формою, кольором та декоруванням вироби повинні відповідати примірникам-еталонам та їх технічному опису;

- на вироби, які виготовляють на експорт та вироби разового виготовлення, вимоги встановлюють замовники;
- на вироби не дозволяються наступні дефекти:
  1. оброблені сколки;
  2. рідко розташована завилькуватість;
  3. рідко розташована «мошка»;
  4. пухирі у вигляді «серпу» у місцях з'єднання окремих частин виробу та декоративних елементів;
  5. переплавлення краю;
  6. сліди порушення поверхні;
  7. сліди від форм та ножиців;
  8. сліди дистірування та полірування;
  9. недоведені або переведені риси малюнка;
  10. покрученість у виробах механічної виробки;
  11. потовщення з одним виступом по верхній смузії стакану з натрій-кальцій-сілікатного скла.

В скляних виробах не допускаються інші включення розміром понад 1 мм та в кількості, яка наведена в табл. 1.2. Кількість і розміри пухирів не повинні перевищувати значення, указані у ДСТУ ISO 7086-2-2002. У посуді не допускаються локальні накопичення "мошки", прорізані грані, прилиплі шматочки скла, задирки, "припал", матовий наліт на гранях, а також недоведення і переведення ліній малюнка розміром понад 4 мм [12].

В безкольорових виробах з листового скла допускаються слабо виражені голубуваті відтінки, які не псують товарний вигляд. Кількість та розміри інших включень, а також пухирів, не повинні перевищувати значень, які наведені у Додатку Ж діючий стандарт [11].

Маркування виробів наносять на паперову етикетку, яку наклеюють безпосередньо на виріб (застосування силікатного клею не допускається) або в процесі вироблення. Маркування споживацької (групової і (або) індивідуальної)



тари, групової упаковки з паперу і транспортної тари наносять на паперову етикетку або штампом.

Допускається не наносити маркіровку на споживацьку тару, упаковану в транспортну. В маркуванні виробів на паперовій етикетці указують наступні дані: товарний знак і (або) найменування підприємства-виробника; артикул; масову частку оксиду свинцю (тільки для свинцевого кришталю); позначення справжнього стандарту}’.

Етикетку поміщають на кожний виріб. В комплектах етикетці перешкоджають не менше ніж на один виріб листового скла. Допускається не указувати артикул в маркіровці виробів, упаковуваних в індивідуальну тару. Маркування в процесі вироблення повинна містити товарний знак або найменування підприємства-виробника. На вироби, призначені для експорту, наносять маркування відповідно до умов договору або контракту [11].

Важливо розглянути технологічний чинник формування споживних властивостей акваріумів. В сучасних умовах фахівці з акваріумістики та аквадизайну приділяють увагу різним деталям у сфері розробки та оформлення акваріума. Процес виготовлення аквауріма складається з таких етапів:

- підготовка листового скла;
- з’єднання пластинок скла між собою за допомогою клею;
- монтаж кришки акваріума.

На споживні властивості акваріумів впливає той факт, що сьогодні можливим є його виготовлення не тільки зі звичайного флоат-скла. Властивості акваріуму диктують вимоги до технології, що залежить від того, акваріум якого типу має бути виготовлений:

- панорамний;
- кутовий, можливо, з вигнутим склом;
- сферичний або інший за формою;
- класичний прямокутний;

Важливо відмітити, що акваріуми належать до групи крихких товарів, які розбиваються, тому при їх транспортуванні передбачені норми бою, в межах яких

вантажовідправник відповідальності не несе. Ці норми втрат скляних виробів залежать від їх групи виду виробу, виду транспорту, місця розташування складу і відстані перевезення, вони встановлюються диференційовано як на товари вітчизняного виробництва, так і імпортні. Наприклад, для підприємств роздрібною торгівлі, які отримують товари зі складу оптової бази виробника, незалежно від відстані перевезення автотранспортом, для посуду сортового норми втрат будуть 1,5%, для посуду господарського — 2,6%, для посуду кухонного з жаростійкого скла — 1,4% суми вартості партії товару; двома видами транспорту (залізницею і автотранспортом) відповідно — 2,0, 3,3, 1,8% [12].

Зберігають акваріуми в світлих закритих і сухих приміщеннях, які захищають їх від впливу атмосферних опадів. Оптимальними умовами зберігання є такі: температура  $20 \pm 5^\circ\text{C}$ , відносна вологість повітря в приміщенні  $60 \pm 5\%$ . Не дивлячись на високу хімічну стійкість, кришки акваріумів при довгостроковому зберіганні у сирих умовах можуть піддаватись корозії.

Отже, формування споживних властивостей відбувається під впливом таких факторів: сировина (матеріали) для виробництва; технологія виробництва; умови транспортування і зберігання (товароруху). Вимоги до сировини, з якої виготовляються акваріуми, регламентуються нормативним документом - ДСТУ 3053-95. Процес виготовлення аквауріма складається з таких етапів: підготовка листового скла; з'єднання пластинок скла між собою за допомогою клею; монтаж кришки акваріума. На споживні властивості акваріумів впливає той факт, що сьогодні можливим є його виготовлення не тільки зі звичайного флоат-скла. Дотримання вимог нормативної документації до маркування, транспортування і зберігання акваріумів створює умови для забезпечення необхідних споживних властивостей цих виробів для споживача.

### **1.3. Теоретичні засади визначення споживчих переваг товарів акваріумістики**

Оцінка споживчих переваг товарів акваріумістики передбачає можливість використання різних методів дослідження, однак основною спільною рисою усіх підходів є використання результатів опитування споживачів або експертів стосовно якості оцінюваних товарів, їх споживчих властивостей [45].

Обираючи метод дослідження споживчих переваг товарів акваріумістики слід пам'ятати, що ринок цих товарів – новий і досить динамічний. Проведення оцінки споживчих переваг товарів акваріумістики потребує певних знань, що наявні не у всіх. Саме тому, для оцінки споживчих переваг доцільно використовувати комбінований експертний метод, а саме – ранжування групою компетентних експертів.

Споживча оцінка відіграє значну роль у вирішенні завдання забезпечення людей товарами, які відповідають їх запитам, оскільки дійсна якість продукції проявляється лише при вживанні і оцінити її повною мірою може тільки споживач. Споживча оцінка це висловлене певним чином ставлення споживачів до конкретного виробу, його окремих споживчих властивостей, сукупностей виробів, що виникає під впливом об'єктивно-суб'єктивних чинників [45].

Споживча оцінка дає можливість :

- визначити ступінь відповідності асортименту та якості товарів вимогам різних груп споживачів;
- з'ясувати причини невідповідності якості конкретних виробів або їх окремих споживчих властивостей вимогам споживачів;
- визначити значущість властивостей товару для споживачів;
- розробити пропозиції та рекомендації щодо підвищення якості оцінюваних товарів або зняття їх з виробництва;
- зробити попередній висновок про можливість масового виробництва нових товарів (або моделей).

Споживчі переваги – це прагнення, бажання споживачів придбати виріб з певними споживними властивостями. Один з найважливіших етапів виявлення споживчих переваг - визначення і вибір методів його здійснення. Основні методи дослідження, що спрямовані на виявлення споживчих переваг це - спостереження, опитування та документальний [47]. Виявлення споживчої оцінки в ході виконання дипломної роботи було здійснено методом опитування.

Опитування – метод збору інформації безпосередньо від споживача [45]. В основі методу опитування - сукупність питань, що пропонується респонденту, відповіді якого і створюють необхідну інформацію. Є два основні методи опитування: інтерв'ю і анкетний.

Опитування споживачів здійснюється анкетним методом. Анкетне опитування - один з важливих методів з'ясування споживчих переваг. Є різні види анкетного опитування поштовий, групове анкетування, індивідуальне анкетування [45]. Дослідження споживчої оцінки асортименту та якості товарів акваріумістики варто проводити методом індивідуального анкетного опитування.

Суть індивідуального анкетування в тому, що респондент заповнює анкету в присутності опитувача, який стежить за правильністю заповнення анкети або особисто заповнює її зі слів опитуваного.

Переваги методу індивідуального анкетування в тому, що:

- сторонні, які можуть заважати проведенню опитування відсутні;
- заповнення анкети проводиться за порядком постановки запитань;
- надає можливість опитувачу роз'яснити респонденту незрозуміле для нього запитання [24].

Виділяють три типи анкет – структурована, напівструктурована, неструктурована. Опитування споживачів доцільно проводити за допомогою структурованої анкети. В ній жорстко закріплено порядок проходження питань та їх формулювання. Застосовується такий тип анкети здебільшого в тому разі, коли предметна сфера добре пророблена, тобто є певні гіпотези, певні часові обмеження проведення опитування, точність формулювання інтерв'юером питання [24].

Споживча оцінка це – вибір споживача до конкретного товару ,його споживних властивостей, сукупності виборів, що встановлюється під впливом об’єктивно-суб’єктивним чинників.

Оцінка споживачів дуже важлива частина ринку, фірми повинні знати та враховувати потреби споживачів задля задоволення їх потреб. Від задоволеності споживачів залежить прибуток та успіх магазинів, що реалізують певний вид продукції.

## РОЗДІЛ 2

### ВИЯВЛЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ЩОДО АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ТОВАРІВ АКВАРІУМІСТИКИ

#### 2.1. Організація, об'єкти та методи досліджень

Проведення дослідження передбачає визначення об'єктів, методів та алгоритму організації самого дослідження. Дослідження виконувалося на базі лабораторії кафедри товарознавства та митної справи КНТЕУ.

Структурну схему організації дослідження наведено на рис. 2.1.

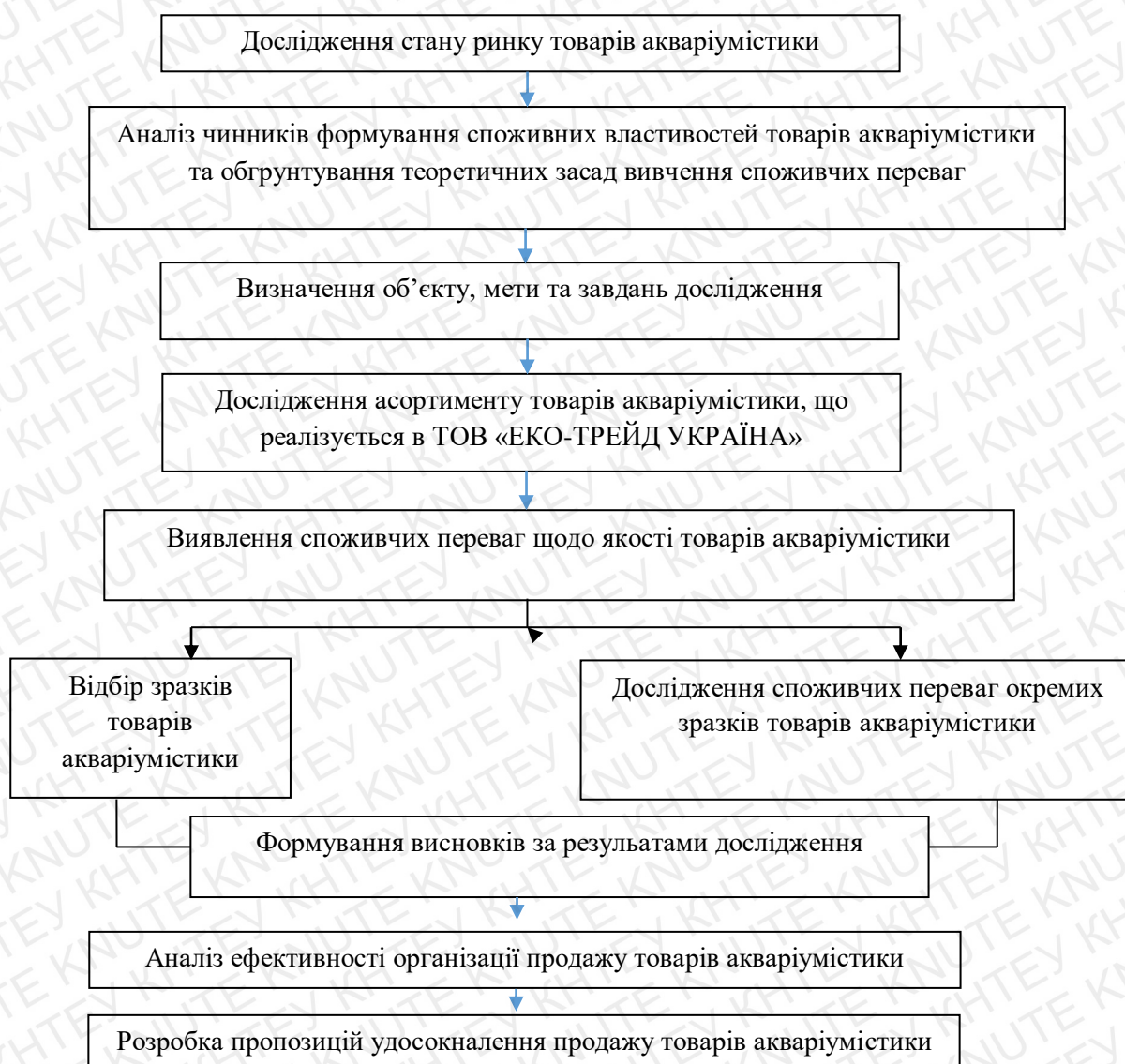


Рис. 2.1. Схема організації дослідження

Мета дослідження – оцінка асортименту та споживчих переваг товарів акваріумістики.

Об'єктом дослідження є товари акваріумістики в асортименті, який представлений на ТОВ «Еко-Трейд Україна».

Для дослідження було відібрано 5 зразків акваріумних наборів (надалі акваріумів) різних постачальників:

-Зразок 1 – Акваріумний набір ЕКО 30 літрів, прямокутний (Україна, виробник: ТОВ «Посейдон»);

-Зразок 2 – Акваріумний набір Shrimp Set Smart, прямокутний (Польща, виробник: S.r.o «AquaEl»);

-Зразок 3 – Акваріумний набір SunSun HRG 300 Black, прямокутний (Китай, виробник: Ltd «SUNSUN»);

-Зразок 4 – Акваріумний набір Resun DM-800, прямокутний (Китай, виробник: Ltd «Xuagong Production»);

-Зразок 5 – Акваріумний набір Природа Скалярія 54 л, прямокутний (Україна, виробник: ТОВ «Імпекс»).

Зразки акваріумів відібрано на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна». Усі відібрані зразки представлені в складі товарного асортименту, який періодично оновлюється.

Для проведення споживчої оцінки товарів акваріумістики, що реалізуються на ТОВ «Еко-Трейд Україна», було використано метод анкетного опитування – індивідуальне анкетування. Суть індивідуального анкетування в тому, що респондент заповнює анкету в присутності опитувача, який стежить за правильністю заповнення анкети або особисто заповнює її зі слів опитуваного.

Переваги методу індивідуального анкетування в тому, що:

- сторонні, які можуть заважати проведенню опитування відсутні;
- заповнення анкети проводиться за порядком постановки запитань;
- надає можливість опитувачу роз'яснити респонденту незрозуміле для нього запитання [45].

Опитування споживачів у ТОВ «Еко-Трейд Україна» проводилось за допомогою структурованої анкети. В ній жорстко закріплено порядок проходження питань та їх формулювання. Застосовується такий тип анкети здебільшого в тому разі, коли предметна сфера добре пророблена, тобто є певні гіпотези, певні часові обмеження проведення опитування, точність формулювання інтерв'юером питання [45].

Зразок анкети наведено у Додатку А.

До найважливіших оціночних критеріїв ефективності асортименту товарів акваріумістики належать показники повноти та стійкості асортименту, що визначається за допомогою однойменних коефіцієнтів. Повнота і стійкість асортименту товарів акваріумістики визначається за допомогою коефіцієнтів повноти і стійкості (стабільності) асортименту.

Коефіцієнти повноти асортименту розраховують шляхом відношення фактичної кількості різновидів товарів, які є у продажу, до кількості різновидів товарів, передбачених асортиментним переліком за формулою (2.1):

$$K_{п} = R_{ф}/R_{н} \quad (2.1)$$

Де,  $K_{п}$  – коефіцієнт повноти асортименту товарів акваріумістики на конкретну дату;  $R_{ф}$  – фактична різновидність товарів у момент перевірки;  $R_{н}$  – кількість різновидів товарів, передбачена асортиментним переліком в межах окремих різновидів товарів акваріумістики.

На повноту асортименту товарів впливає багато факторів, причому, нерідко випадкових (наприклад, затримка постачальниками відвантаження товарів, порушення графіку завезення, тощо). Для нівелювання впливу випадкових факторів і більш правильної оцінки товарного асортименту його повноту доцільно визначити за окремі періоди по даним декількох перевірок асортименту магазину. Показник, який при цьому буде отриманий, носить назву коефіцієнта стійкості асортименту. Він розраховується за наступною формулою (2.2):

$$K_{ст} = 1 - (В_{п}/(п*a)) \quad (2.2)$$



Де,  $K_{ст}$  – коефіцієнт стійкості асортименту в певному періоді;  $V_{п}$  - кількість різновидів товарів, які відсутні у продажу в момент перевірок (із передбачених асортиментним переліком товарів);  $a$  - кількість різновидів товарів, передбачених розробленим асортиментним переліком;  $n$  - кількість перевірок.

При розрахунку коефіцієнта стійкості із асортиментного переліку слід виключити товари сезонного попиту, які в період перевірки не реалізуються.

Коефіцієнти повноти і стійкості асортименту можна розрахувати як по всьому товарному асортименту, так і по асортименту товарів окремих товарних груп або споживчих комплексів.

Числове значення цих показників знаходиться в межах від 0 до 1. При цьому чим ближче ці показники до одиниці, тим повніший і стійкіший асортимент магазину.

Визначення і використання в процесі аналізу товарного асортименту показників, що характеризують його повноту і стійкість, дозволяють не тільки оцінити, але і співставити асортимент одного магазину з іншим, який обслуговує один і той же цільовий ринок.

## **2.2. Аналіз асортименту товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»**

Під структурою товарного асортименту розуміють відносну частку їх груп, підгруп, видів, різновидів у загальному обсязі товарообігу. Керівництво підприємства ТОВ «Еко-Трейд Україна» уважно слідкує за тенденціями розвитку ринку товарів акваріумістики та вивчає попит споживачів на свої товари, що допомагає у формуванні зваженого асортименту.

Акваріуми відносять до товарів складного асортименту, що пов'язано з широким комплексом вимог споживачів до нього, залежно від особливостей використання даного виду товару, його дизайну та функціональних потреб (розмірів, форми).

На підприємстві «Еко-Трейд Україна», як і у будь-якому іншому магазині, що займається реалізацією товарів акваріумістики, існує торговельний асортимент даного виду товару (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Асортимент товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»**

Група товарів	Функціональне призначення товару	Країни виробники
Акваріуми	Геометрична посудина з листового скла – основа акваріуму	Китай, Україна, Польща
Кришки до акваріумів	Акcesуари для акваріумів, які виконують роль захисту риб, створення умов для їх проживання в акваріумі	Китай, Україна
Світильники до акваріумів		
Калорифери для акваріумів		
Декор для акваріумів	Додаткові товари, які використовуються для забезпечення дизайну акваріуму	Китай, Україна, Польща
Інше		

Під час роботи над цим питанням нами було проведено аналіз асортименту товарів акваріумістики у магазині, співставляючи його за різними ознаками. У магазині «Еко-Трейд Україна» пропонується широкий асортимент товарів акваріумістики. Основними постачальниками продукції є виробники Польщі, Китаю та України.

Питома вага у вартісних обсягах постачальників у 2019 році для магазину відображена на рис. 2.2:

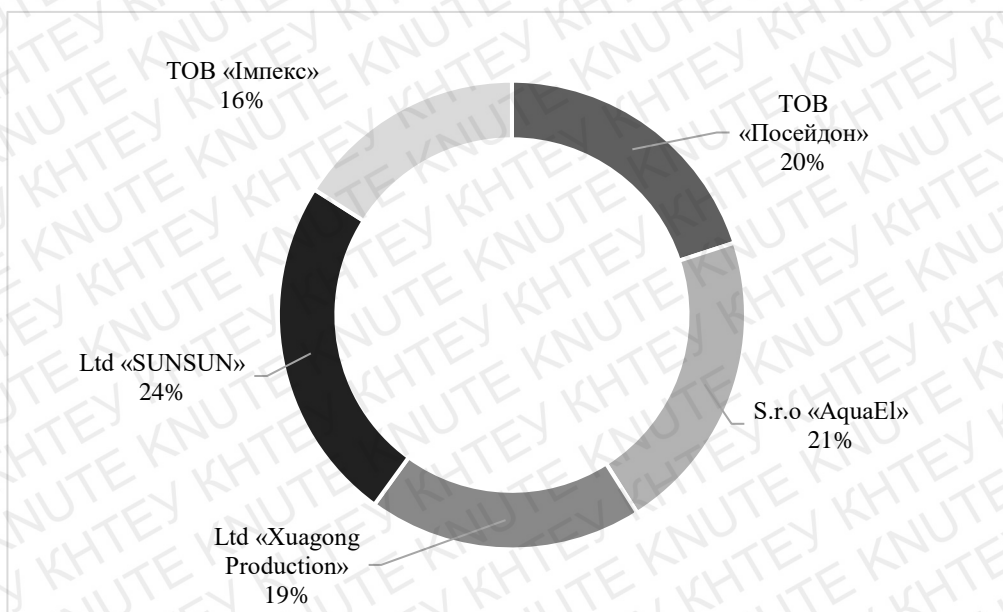


Рис. 2.2. Структура товарного асортименту товарів акваріумістики магазину у розрізі постачальників у 2019 році, (% в обсягах поставок)

Як бачимо з рис. 2.2, у структурі товарного асортименту домінує частка товарів, що постачаються на підприємство компанією Ltd «SUNSUN». Вона є ексклюзивним імпортером в Україну акваріумних комплектів з Китаю під брендами SUNSUN та RESUN. Також ця компанія є генеральним дилером цих товарів на території СНД та Східної Європи.

Розглянемо структуру товарного асортименту товарів акваріумістики за країнами-виробниками (рис.2.3).

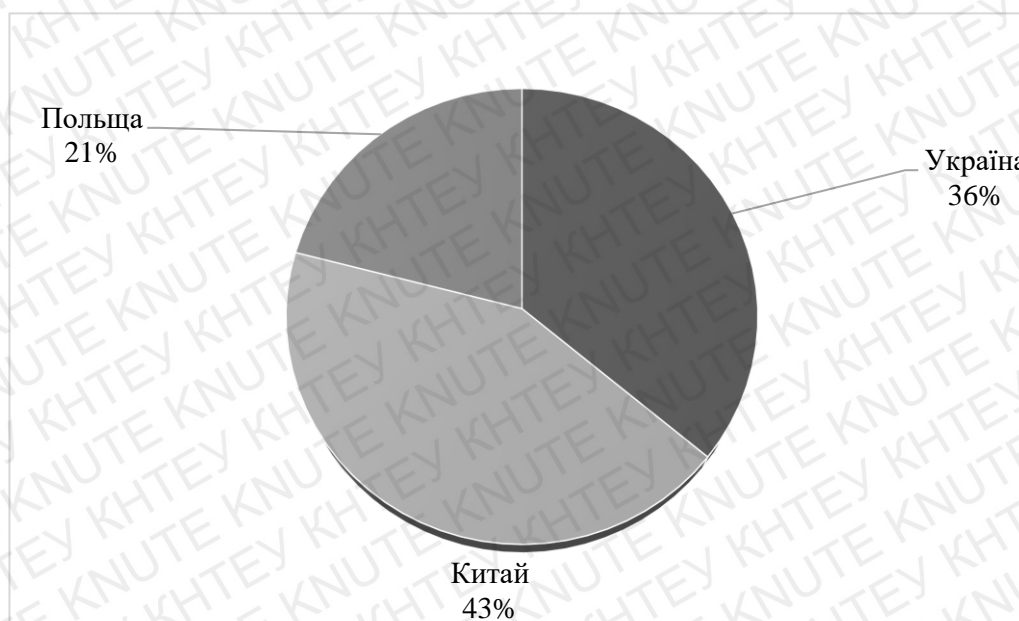


Рис. 2.3. Структура товарного асортименту товарів акваріумістики магазину у розрізі країн-виробників у 2019 році, (% в обсягах продажу)

В цілому у структурі товарного асортименту переважають товари з Китаю, частка яких складає 43%. Важливо також відмітити, що з Китаю переважно імпортуються посудини з листового скла та підсвітки для акваріумів. Компанія Ltd «SUNSUN» також є великим постачальником декорів для акваріумів на підприємство.

Далі нами було проведено аналіз обсягів та структури асортименту товарів у розрізі товарних груп, що реалізуються у магазині «Еко-Трейд Україна». Спочатку визначимо обсяги та структуру реалізації товарів в розрізі окремих товарних груп (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Динаміка обсягів та структури реалізації товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна»**

Видові товарні групи	1 кв. 2018		1 кв.2019		Відхилення	
	Обсяг реалізації, тис. грн	Питома вага, %	Обсяг реалізації, тис. грн	Питома вага, %	тис. грн	%
Акваріуми	3 577	23,2	3 746	21,8	170	-1,4
Кришки до акваріумів	2 991	19,4	3 523	20,5	532	1,1
Світильники до акваріумів	3 947	25,6	4 520	26,3	573	0,7
Калорифери для акваріумів	1 650	10,7	2 131	12,4	481	1,7
Декор для акваріумів	2 683	17,4	2 595	15,1	-88	-2,3
Інші товари акваріумістики	570	3,7	670	3,9	100	0,2
Разом	15 417	100	17 185	100	1 768	-

Як свідчать дані звітності підприємства, протягом 1 кв. 2018-2019 рр. обсяги реалізації товарів акваріумістики у магазині зросли на 1768 тис. грн. У 1 кв. 2018 року в структурі реалізації найбільшу питому вагу займали акваріуми – на них припадало 25,6 % від загального обсягу реалізації. У 1 кв. 2019 року

обсяги реалізації акваріумів зросли на 573 тис. грн., їх питома вага в структурі продажу зросла на 0,7 % до 26,3 %, що було зумовлено зниженням обсягів реалізації інших товарних позицій.

Структуру товарного асортименту магазину у розрізі товарних груп демонструє рис. 2.4. Як свідчать проведені розрахунки, найбільшу питому вагу в структурі товарного асортименту товарів акваріумістики займають такі позиції як акваріуми – 21,8%, кришки до акваріумів – 20,5% та світильники до акваріумів – 26,3%.

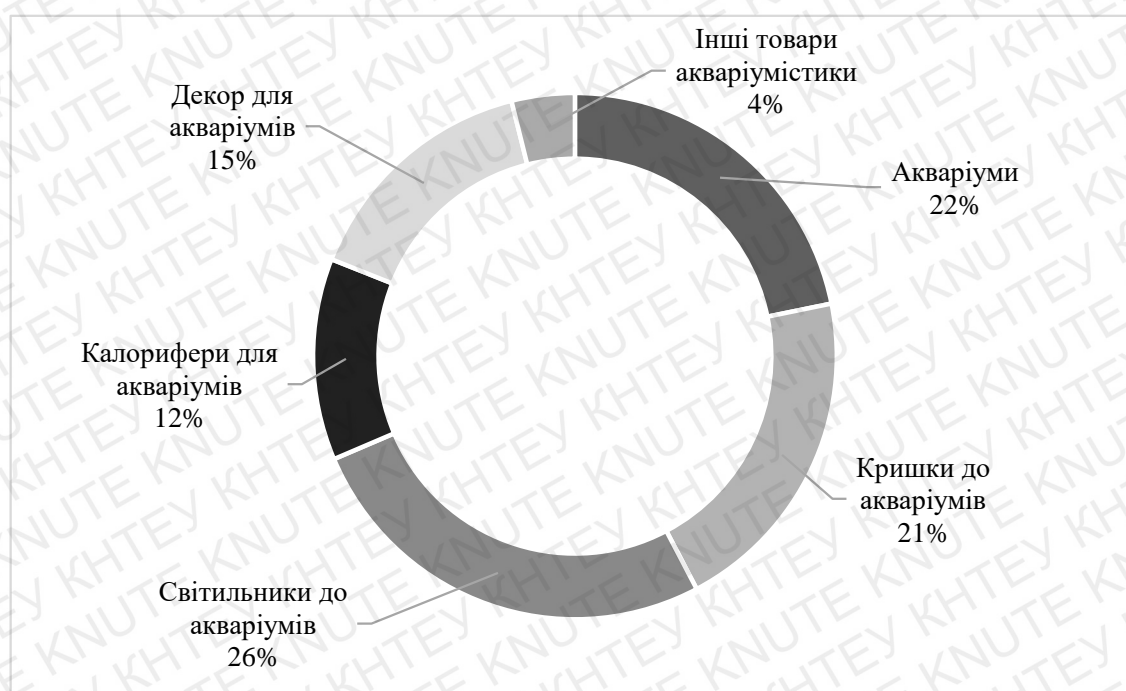


Рис. 2.4. Структура асортименту товарів акваріумістики у розрізі товарних груп на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна» у 1 кв. 2019 р. (% у обсягах продажу)

Варто також проаналізувати ширину та глибину асортименту магазину протягом 1 кв. 2018-2019 років. Для цього ми розглянемо динаміку широти (табл. 2.5) та глибини (табл. 2.3) коефіцієнту асортименту за заданими роками.

Таблиця 2.3

**Динаміка коефіцієнту широти асортименту для товарів  
акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна» у 1 кв. 2018-2019  
рр.**

Групи товарів	1 кв. 2018			1 кв. 2019		
	Кількість найменувань	Кількість видів за виробниками	Кількість різновидів у межах одного виробника	Кількість найменувань	Кількість видів за виробниками	Кількість різновидів у межах одного виробника
Акваріуми	12	3	7	11	3	6
Кришки до акваріумів	5	2	4	4	2	4
Світильники до акваріумів	6	2	2	5	2	2
Калорифери для акваріумів	3	4	3	4	2	2
Декор для акваріумів	4	2	2	3	2	2
Інші товари акваріумістики	10	3	4	8	2	5
Всього по магазину для всіх товарних груп	282	3	2	214	3	2
Коефіцієнти						
	Формула	Значення	Формула	Значення		
Коефіцієнт широти асортименту (сер.зн.)		0,14		0,16		
в т.ч.	$\Sigma A/\Sigma$	В т.ч. в межах групи	$\Sigma \Gamma/\Sigma$	В т.ч. в межах групи		
Акваріуми		0,30		0,31		
Кришки до акваріумів		0,13		0,11		
Світильники до акваріумів		0,15		0,14		
Калорифери для акваріумів		0,08		0,12		
Декор для акваріумів		0,10		0,09		
Інші товари акваріумістики		0,24		0,23		
Загальна кількість		1,00		1,00		

У 1 кв. 2019 р. коефіцієнт широти асортименту становив показник 0,16, зокрема для акваріумів – 0,31 (в межах групи), для кришок до акваріумів – 0,11, для світильників – 0,14, калориферів – 0,11, інших товарів – 0,23. Таким чином, найбільш представлені товари в межах групи «акваріуми».

Отже, у даному питанні нами було проаналізовано особливості формування товарного асортименту товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна». У структурі товарного асортименту товарів акваріумістики домінує частка товарів, що постачаються на підприємство компанією Ltd «SUNSUN». Вона є ексклюзивним імпортером в Україну акваріумних комплектів з Китаю під брендами SUNSUN та RESUN. Також ця компанія є генеральним дилером цих товарів на території СНД та Східної Європи. У структурі товарного асортименту переважають товари з Китаю, частка яких складає 43%. Важливо також відмітити, що з Китаю переважно імпортуються посудини з листового скла та підсвітки для акваріумів. Компанія Ltd «SUNSUN» також є великим постачальником декорів для акваріумів на підприємство. Найбільшу питому вагу в структурі товарного асортименту товарів акваріумістики займають такі позиції як акваріуми – 21,8%, кришки до акваріумів – 20,5% та світильники до акваріумів – 26,3%. Було проведено оцінювання показника асортименту для товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна» у 1 кв. 2018-2019 рр. У 1 кв. 2019 р. коефіцієнт широти асортименту становив показник 0,16, зокрема для акваріумів – 0,31 (в межах групи), для кришок до акваріумів – 0,11, для світильників – 0,14, калориферів – 0,11, інших товарів – 0,23. Таким чином, найбільш представлені товари в межах групи «акваріуми».

### **2.3. Виявлення переваг споживачів щодо асортименту та якості товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»**

З метою визначення переваг споживачів щодо якості декоративних акваріумів було проведено опитування у вигляді анкетування. Розроблена анкета має вступ, де міститься інформація щодо мети опитування; мотивації до

заповнення анкет; основну частину, де містяться питання, які стосуються акваріумів та їх актуальності; заключну частину, в якій вказуються характеристики респондента (вік, стать, вид заняття) (Додаток Г).

Аналіз результатів анкетування (рис. 2.5) дозволив встановити, що більша частина населення за те, щоб акваріуми доповнювали їх приміщення як елемент декорування (75%), інша частина населення вважає, що акваріум буде складним у обслуговуванні і буде забирати багато часу (25%).



Рис. 2.5. Розподіл респондентів «за» та «проти» у відсотковому співвідношенні, %

Декоративним акваріумам найбільш надають перевагу населення віком від 25-40 років, що складає (51%), інші вікові категорії населення купують акваріуми декоративного типу більш менш з однаковою частотою (рис.2.6)

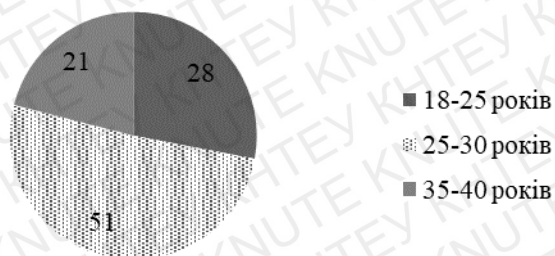


Рис. 2.6. Розподіл респондентів за віковою ознакою у відсотковому співвідношенні, %

Основною причиною купівлі декоративних акваріумів залишається їх привабливість та заспокоюючий ефект (40% покупців акваріумів обрали цю



причину). Частіше стали купувати акваріуми через те, що акваріум являє собою гарний подарунок для дітей (27%), набір основних функцій (для розведення риби та рослин) (13%), за популярністю товару (10%). Реклама стала причиною покупки лише для 3% покупців, 7% керувалися рекомендаціями друзів та знайомих при купівлі акваріумів (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Основні причини купівлі акваріумів у відсотковому співвідношенні, %

Більша частина споживачів надають перевагу прісноводним акваріумам (85%) ніж морським (15%) (рис. 2.8).



Рис. 2.8. Вибір споживача щодо виду декоративного акваріуму у відсотковому визначенні, %

За даними анкетування споживачі надають рівнозначний вибір щодо типів прісноводних акваріумів, а саме за травник (50%), цихлідник (50%) (рис. 2.9).

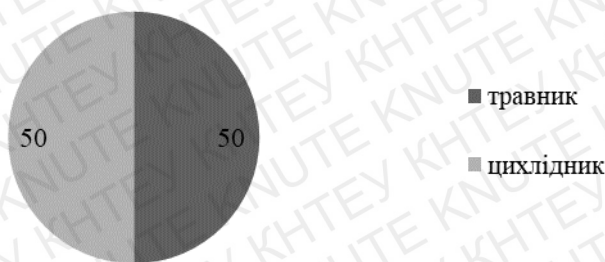


Рис. 2.9. Вибір споживача щодо типу прісноводного акваріума у відсотковому визначенні, %

Найчастіше декоративні акваріуми купують на ринках (50%), в спеціалізованих магазинах (30%), та роблять індивідуальні замовлення на фірмах які займаються виготовленням акваріумів (20%) (рис. 2.10).

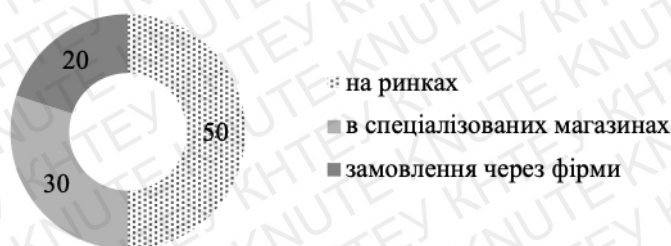


Рис. 2.10. Переваги споживачів щодо місць купівлі акваріумів у відсотковому визначенні, %

По опитуванню населення можна побачити, що більшість респондентів могли б придбати акваріум в діапазоні від 1500 до 5000 грн (62%). 23% опитаних відповіли, що могли б купити акваріум від 6000 до 11000 грн, і лише 15% опитуваних можуть придбати даний товар, який коштує від 10000-15000 грн (рис. 2.11).

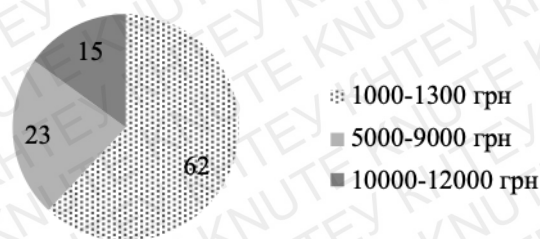


Рис. 2.11. Переваги споживачів щодо вартості акваріумів у відсотковому визначенні, %

Конкурентними особливостями для споживача даної категорії товару є в першу чергу надійність самого акваріуму, а саме цілісність самої скляної конструкції (29%), зручність у користуванні (догляд за мешканцями акваріуму) (24%), якість виробника (19%), ціна (15%), інші особливості (13%) (рис. 2.12).



Рис. 2.12. Ранжування конкурентних особливостей акваріумів серед опитаних споживачів у відсотковому співвідношенні, %

За результатами проведених досліджень можна зробити висновок, що найконкурентнішими особливостями промислових та декоративних акваріумів для покупців є надійність та якість даного товару (44%), естетичні властивості (27%), варіації у використанні (16%) та ціна (13%).

Асортимент акваріумів на ринку України досить широкий і різноманітний, в основі, якість, набір функцій, від яких в кінцевому результаті залежить ціна товару. Так, споживачі надають перевагу акваріумам декоративного типу, ціна яких коливається в межах 5000-10000 грн.

Також не менш важливими характеристиками акваріумів є якість та надійність скляного виробу, його форми та розміри, вид скла із якого виготовляється акваріум, зручність у його обслуговуванні, та обладнання яке приєднується до акваріуму задля його правильного функціонування. Враховуючи ці фактори, це основні функціональні властивості акваріумів, споживач враховує їх та звертає на них увагу в першу чергу.

Отже, можна зробити висновок, що виробництво акваріумів належним чином вдосконалюється і прогресує на ринку України. Даний вид товару потребується фірмами промислового типу, які займаються продажем непродовольчих товарів та харчових продуктів, це гіпермаркети, супермаркети, універмаги. Що стосується асортименту акваріумів, то він більш стислий і може задовольнити споживачів у двох варіантах промислового типу (купівлі свіжої продукції у магазинах) та декоративного типу (декорування акваріумом жилого приміщення). Результати проведеної оцінки якості даного виду товару показують, що на ринку України досить якісні акваріуми різних розмірів та форм, які несуть різні призначення для споживачів, і різні набори функціональних властивостей та різних цінових категорій.

### РОЗДІЛ 3

## АНАЛІЗ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ АКВАРІУМІСТИКИ ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»

### 3.1. Теоретичні основи організації продажу товарів

Теоретичні підходи до трактування змісту продажу товарів передбачає розгляд його як системи у взаємозв'язку всіх елементів, поданні її як цілісного явища. Функціональний аспект організації продажу товарів передбачає поділ його (системи продажу товарів) на шість основних складових (рис. 3.1):



Рис. 3.1. Функціональні блоки організації продажу товарів підприємством торгівлі

\*складено автором на основі [10]

Під функціями продажу товарів розуміється система відповідних обов'язкових дій у ході обміну, які вони повинні здійснювати для досягнення своїх комерційних цілей. Ці функції об'єктивні, вони обумовлені різними обставинами життєдіяльності фірм. Серцевиною кожної функції є обмінні відносини. Так, фінансова пов'язана із взаємовідносинами даного підприємства з представниками ринку капіталів, матеріально-технічна - ринку засобів виробництва, закупка товарів - ринку продавців, найм робочої сили - ринку праці, продаж продукції, надання додаткових послуг - з покупцями. Усі функції

організації продажу товарів пов'язані з купівлею капіталу, матеріально-технічних засобів, праці, інформації, товарів. Інші є обов'язковими діями в процесі обміну - продаж (збут) продукції і послуг забезпечує відшкодування витрат, які супроводжують виконання кожної функції, й отримання необхідного прибутку [10].

Згідно процесного підходу [25], організація продажу розглядається у трьох головних напрямках, кожен з яких включає певний набір послідовних і пов'язаних між собою етапів, основні з яких наведено на рис. 3.2.

<i>I блок Виробництво - оптова торгівля</i>		<i>II блок Оптова торгівля - роздрібна торгівля</i>		<i>III блок Роздрібна торгівля - сфера споживання</i>	
1.	Визначення потреб у товарах і послугах	7.	Розробка асортиментної політики і формування асортименту на оптових підприємствах	12.	Формування асортименту в роздрібній торгівлі
2.	Пошук і вибір конкурентоспроможних постачальників	8.	Оперативне маневрування запасами і ресурсами	13.	Використання ефективних методів роздрібного продажу товарів
3.	Організація системи зв'язків і формування товарних ресурсів	9.	Вибір каналів і форм оптового продажу товарів	14.	Надання комплексу торговельних послуг покупцям
4.	Вибір ефективних форм і організація оптових закупівель товарів	10.	Організація товаро-постачання роздрібною мережі	15.	Комбінування торговельної і неторговельної діяльності
5.	Оптимізація товаропротування	11.	Організація системи послуг і надання їх оптовим покупцям		
6.	Облік і контроль за надходженням товарів				
16.	Виконання комерційно-посередницьких операцій				
17.	Проведення рекламних заходів				
18.	Здійснення допоміжних операцій				

Рис. 3.2. Етапи здійснення продажу товарів відповідно до процесного підходу  
\*складено автором на основі [25]

Процеси організації продажу товарів слугують поштовхом для появи великої кількості нових форматів в торгівлі, які прагнуть потіснити вже наявні підприємства і посісти своє місце в економіці, завоювати свою частку на ринку.

Встояти в цій боротьбі без створення системи ефективного управління неможливо. Дослідження теоретичних основ управління проажем товарів, що базуються на законах і категоріях ринкової економіки, та їх практичне використання дають змогу комерційним працівникам регулювати господарські взаємовідносини між постачальниками і покупцями товарів, передбачити і знижувати комерційні ризики, націлювати виробників на випуск товарів з урахуванням купівельного попиту [47].

Організація продажу товарів передбачає визначення ряду процесів, що пов'язані зі зміною форм вартості, тобто з купівлею і збутом товарів. До основних комерційних процесів віднесенося такі (рис. 3.3):

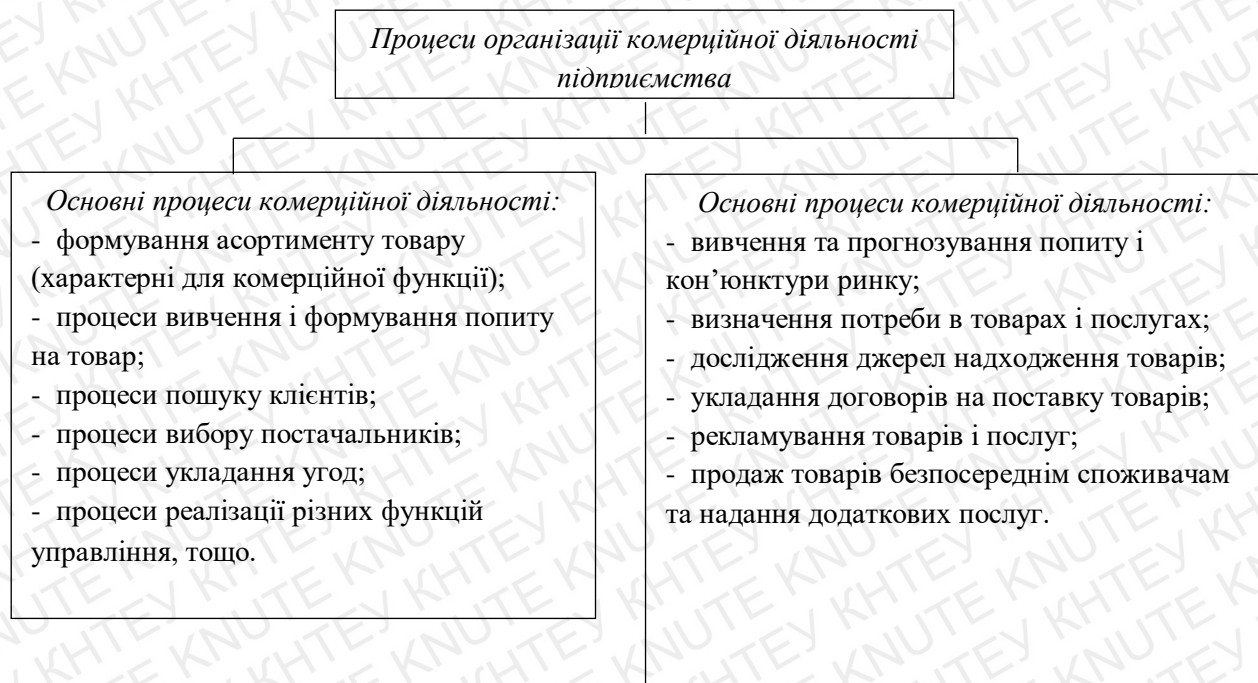


Рис. 3.3. Процеси організації продажу товарів підприємства

\*складено автором на основі [47]

У практичній діяльності підприємств необхідні використання методів комплексного дослідження ринку, аналіз комерційної інформації, оцінка ефективності господарських зв'язків. Оцінка ефективності кожної комерційної угоди і продажу товарів підприємства загалом дає змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення [11]. Індивідуалізація споживчого попиту обумовлює необхідність створення в сфері обігу якісно нових організаційних форм, в основі

формування яких лежать розробка й управління стратегіями розвитку продажу товарів підприємств з використанням елементів сучасного менеджменту, маркетингу та розподільчої логістики [47]. У зв'язку з цим питання підвищення ефективності управління комерційною діяльністю підприємств мають важливе прикладне значення.

Отже, під організацією продажу товарів на підприємстві можна розуміти процес здійснення господарських операцій у сфері просування, збуту, доведення до покупця товарів (послуг), враховуючи операції післяпродажного обслуговування та надання додаткових сервісів. Управління процесами продажу товарів ставить своїми безпосередніми завданнями внесення певної впорядкованості в комерційні та технологічні процеси, організацію спільних дій працівників, які беруть участь в цих процесах, досягнення узгодженості й координації дій. Допоміжні процеси уможливають залучення чинників виробництва (персоналу, основних та обігових засобів, нематеріальних активів) для забезпечення своєї виробничої діяльності та отримання прибутку.

### **3.2. Аналіз та оцінка ефективності організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна»**

Для оцінки ефективності організації продажу товарів ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» необхідно використати методи статистичного динамічного аналізу. Важливо відмітити окремі тенденції у зміні обсягів товаробороту в розрізі асортиментної структури за видами товарів акваріумістики. Асортимент товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» представлений переважно товарними групами як вітчизняних, так і іноземних виробників. Для більш детального аналізу проаналізуємо асортимент в розрізі основних укрупнених товарних груп (табл. 3.1). Як бачимо з таблиці 3.1, в цілому обсяг доходу по приладам та обладнанню у 2017 році проти 2016 року збільшився на 6851 тис.грн. або на 16,3%.



Таблиця 3.1

**Динаміка обсягів продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» в розрізі основних товарних груп за 2016-2018 рр.**

Товарна група	Роки			Абсолютний приріст		Темп приросту, %	
	2016	2017	2018	2016-2017	2017-2018	2016-2017	2017-2018
Товари акваріумістики, в т.ч.:	40801	41825	45593	1024	3769	2,5	9,0
Акваріуми прямокутні	10287	11160	12798	872	1638	8,5	14,7
Акваріуми заокруглі	4446	4489	4767	43	278	1,0	6,2
Кришки до акваріумів	2615	2573	2686	-42	113	-1,6	4,4
Світильники до акваріумів лампові	1337	1302	1329	-35	27	-2,6	2,1
Світильники до акваріумів світлодіодні	727	721	735	-5	13	-0,7	1,9
Інфрачервона підсвітка	7004	7282	7961	279	678	4,0	9,3
Калорифери для акваріумів	6481	6685	7268	205	583	3,2	8,7
Декор для акваріумів	3865	3892	4102	27	211	0,7	5,4
Водорості	727	801	962	75	161	10,3	20,0
Риби живі	1279	847	864	-432	17	-33,8	2,0
Підсіпка для акваріумів	407	486	496	79	10	19,5	2,1
Інші	1598	1584	1626	-14	42	-0,9	2,6
Додаткові послуги, в т.ч.:	1221	7048	5530	5827	-1518	477,4	-21,5
Разом по усім товарним групам	42022	48872	51123	6851	2251	16,3	4,6

\*за даними Додатку Д

Особливо значення зростання обсягів доходу відбулося по наступним асортиментним товарним групам: реалізація групи «Акваріуми прямокутні» та «Інфрачервона підсвітка». У 2018 році проти 2017 року обсяг чистого доходу збільшився на 2251 тис.грн або на 4,6%.

Варто також відмітити, що зростання обсягу доходів від реалізації товарів акваріумістики у 2017 році склало 1024 тис.грн або 2,5% по відношенню до попереднього року. Зростання обсягу доходів від реалізації товарів акваріумістики у 2018 році склало 3769 тис.грн або 9,0% по відношенню до

попереднього року. Наступним етапом аналізу доходів ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» є дослідження їх структури. Для цього розрахуємо показники питомої ваги кожної товарної групи в загальних обсягах реалізації у 2016-2018 рр (табл. 3.2 та рис. 3.4).

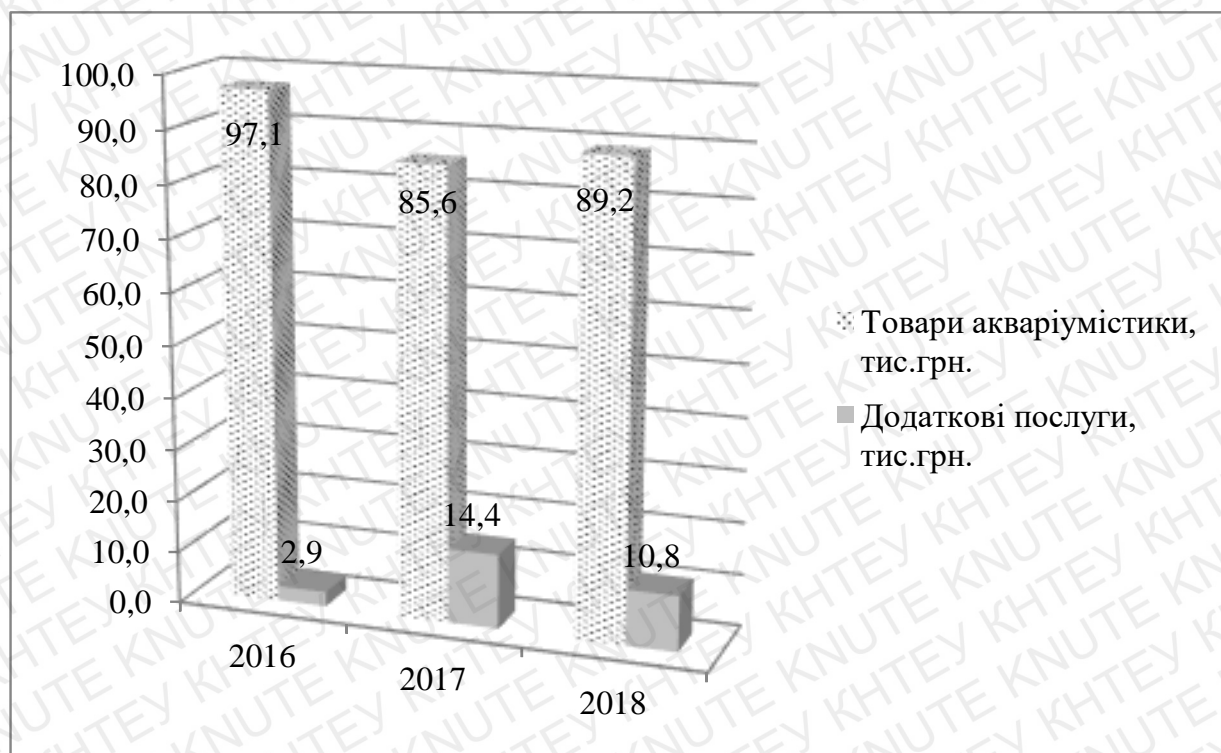


Рис. 3.4. Узагальнена структура продажів ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» в розрізі товарів акваріумістики та додаткових послуг у 2016-2018 рр., %

Як свідчать дані рис. 3.2, в цілому у структурі обороту підприємства переважає продажу товарів, яка у 2016 році складала 84,4%, у 2017 році – 85,6%, у 2018 році – 89,2%. Відповідно, з кожним роком питома вага додаткових послуг мала тенденцію до зниження.

Деталізовану структуру асортименту у розрізі товарів акваріумістики наведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Динаміка структури продажу товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» в розрізі основних товарних груп за 2016-2018 рр.**

Товарна група (укрупнена)	Питома вага товарних груп у загальних обсягах реалізації, %			Абсолютне відхилення по структурі, %	
	2016	2017	2018	2016-2017	2017-2018
Товари акваріумістики, в т.ч.:	100,0	100,0	100,0	-	-
Акваріуми прямокутні	25,2	26,7	28,1	1,5	1,4
Акваріуми заокруглі	10,9	10,7	10,5	-0,2	-0,3
Кришки до акваріумів	6,4	6,2	5,9	-0,2	-0,3
Світильники до акваріумів лампові	3,3	3,1	2,9	-0,1	-0,2
Світильники до акваріумів світлодіодні	1,8	1,7	1,6	-0,1	-0,1
Інфрачервона підсвітка	17,2	17,4	17,5	0,2	0,1
Калорифери для акваріумів	15,9	16,0	15,9	0,1	0,0
Декор для акваріумів	9,5	9,3	9,0	-0,2	-0,3
Водорості	1,8	1,9	2,1	0,1	0,2
Риби живі	3,1	2,0	1,9	-1,1	-0,1
Підсіпка для акваріумів	1,0	1,2	1,1	0,2	-0,1
Інші	4,0	3,8	3,6	-0,2	-0,2

\*за даними Додатку Д

Як свідчать дані табл. 3.2 у 2018 році в питомій вазі товарного асортименту в рамках товарів акваріумістики найбільшу частку займали такі товарні групи як «Акваріуми прямокутні» - 28,1%, «Калорифери для акваріумів» - 15,9%, «Інфрачервона підсвітка» - 17,5%, «Акваріуми заокруглі» - 10,5%.

На решту товарних груп припадало 20-30% від загального обсягу реалізації товарів акваріумістики у 2018 рр. Варто відмітити, що в рамках товарного портфелю не відбувається різкої зміни структури товарного асортименту, що

свідчить про певну сталість структури споживчого попиту на окремі товарні підгрупи.

Оцінка ефективності організації продажу підприємства передбачає визначення показників рентабельності, а також рівня виконання плану по доходах. Тому для оцінки ефективності організації процесів реалізації товарів на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» ми розрахуємо наступні показники:

- показник рівня виконання плану доходів за обсягами;
- показник рівня виконання плану по структурі;
- показники рентабельності.

Для аналізу ефективності комерційної діяльності проаналізуємо виконання плану доходів по обсягам (табл. 3.3)

Таблиця 3.3

**Динаміка рівня виконання плану доходів по обсягам, 2016-2018 рр. \***

Найменування товарних підгруп	2016, тис.грн		2017, тис.грн		2018, тис.грн		Рівень виконання плану по обсягу, факт / план (%)		
	план	факт	план	факт	план	факт	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
«Акваріуми прямокутні»	8152	10287	10608	11160	14778	12798	126,2	105,2	86,6
«Акваріуми заокруглі»	3122	4446	3504	4489	4960	4767	142,4	128,1	96,1
«Інфрачервона підсвітка»	1880	2615	1812	2573	3134	2686	139,1	142	85,7
«Світильники до акваріумів лампові»	901	1337	861	1302	1597	1329	148,3	151,2	83,2
«Світильники до акваріумів світлодіодні»	721	727	703	721	900	735	100,8	102,6	81,6
«Калорифери для акваріумів»	13042	7004	13313	7282	9840	7961	53,7	54,7	80,9

продовження табл. 3.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
«Кришки до акваріумів»	6160	6481	8055	6685	8103	7268	105,2	83	89,7
«Декор для акваріумів»	2878	3865	2896	3892	3521	4102	134,3	134,4	116,5
«Водорості»	565	727	434	801	1133	962	128,7	184,4	84,9
«Риби живі»	1541	1279	1001	847	1053	864	83	84,6	82
«Підсипка для акваріумів»	643	407	716	486	616	496	63,3	67,9	80,6
«Інші витратні матеріали»	5310	1598	5178	1584	2005	1626	30,1	30,6	81,1
«Додаткові послуги»	786	1221	4455	7048	6760	5530	155,3	158,2	81,8
Всього	38063	42022	45044	48872	53870	51123	110,4	108,5	94,9

\*на основі додатку Е

Як свідчать дані табл. 3.3 в цілому у 2016 році загальний обсяг доходів досліджуваного підприємства був запланований на рівні 38063 тис.грн, а фактично виручка від реалізації товарів та послуг склала 42022 тис.грн. Рівень виконання плану доходів у 2016 році складав 110,4%.

У 2017 році загальний обсяг доходів досліджуваного підприємства був запланований на рівні 45044 тис.грн, а фактично виручка від реалізації товарів та послуг 48872 тис.грн. Рівень виконання плану доходів у 2017 році складав 108,5%.

У 2018 році загальний обсяг доходів досліджуваного підприємства був запланований на рівні 48872 тис.грн. Рівень виконання плану доходів у 2018 році складав 94,9%.

Основними чинниками виконання планів доходів у 2016-2018 рр. по обсягам були інфляційні чинники (зростання цін у звітному періоді на вищому рівні, порівняно з прогнозованим темпом інфляції) та чинник зміни фізичних обсягів доходів (зміна кількості та структури реалізованих товарів). Недовиконання плану доходів у 2018 році пояснюється як зменшенням кількості реалізованих товарів акваріумістики, так і зростанням питомої ваги реалізації більш дешевих товарів.

Оскільки, як бачимо, структура реалізації товарів є важливим чинником, що впливає на виконання плану доходів досліджуваного підприємства, то проаналізуємо особливості виконання плану по структурі за 2016-2018 рр (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

**Динаміка рівня виконання плану доходів по структурі, 2016-2018 рр. (%)\***

Найменування товарних підгруп	2016		2017		2018		Рівень виконання плану по структурі, факт / план		
	план	факт	план	факт	план	факт	2016	2017	2018
«Акваріуми прямокутні»	6,4	7,3	7,2	7,0	7,2	6,5	91,4	97,0	114,2
«Акваріуми заокруглі»	11,5	14,8	12,8	15,1	15,0	15,2	129,0	118,1	101,3
«Інфрачервона підсвітка»	5,1	6,4	4,7	6,1	6,3	5,6	126,0	130,9	90,3
«Світильники до акваріумів лампові»	2,8	3,8	2,5	3,5	3,6	3,2	134,3	139,4	87,6
«Світильники до акваріумів світлодіодні»	2,1	1,9	1,9	1,8	1,8	1,6	91,3	94,6	86,0
«Кришки до акваріумів»	2,2	1,1	1,9	1,0	1,0	0,9	48,6	50,4	85,2
«Калорифери для акваріумів»	10,6	10,1	12,9	9,9	10,0	9,4	95,3	76,5	94,5
«Декор для акваріумів»	19,4	23,6	21,5	26,6	25,1	30,8	27,6	23,9	19,7
«Риби живі»	3,1	2,3	2,7	2,1	2,2	1,9	75,2	78,0	86,3
«Підсіпка для акваріумів»	1,2	0,7	1,0	0,6	0,7	0,6	57,3	62,6	84,9
«Інші витратні матеріали»	4,7	1,3	4,1	1,2	1,2	1,0	27,2	28,2	85,4
«Додаткові послуги»	1,5	2,1	1,3	1,9	2,0	1,7	140,7	145,8	86,1
Всього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-	-	-

\*на основі Додатку Е

Недовиконання плану по структурі має прямим результатом зниження рівня прибутку підприємства. Тому для оцінки ефективності комерційної діяльності підприємства проаналізуємо ефективність операційної діяльності, яка

визначається рівнем валового прибутку, який співвідноситься з рівнем собівартості.

Для обчислення ефективності організації продажу необхідно співставити між собою показники операційного прибутку та операційних витрат підприємства. У табл. 3.5 наведено аналіз показників рентабельності та ефективності продажу товарів досліджуваного підприємства.

Таблиця 3.5

**Динаміка показників ефективності комерційної діяльності ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА», 2016-2018 рр.**

Показники	Од. виміру	Роки			Абсолютний приріст		Темп приросту, %	
		2016	2017	2018	2016-2017	2017-2018	2016-2017	2017-2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Чистий дохід	тис.грн	42022	48872	51123	6851	2251	16,3	4,6
Собівартість реалізації	тис.грн	31107	37468	38825	6361	1356	20,4	3,6
Валовий прибуток	тис.грн	10915	11404	12299	490	894	4,5	7,8
Витрати обігу	тис.грн	6695	7098	7253	403	155	6,0	2,2
Чистий прибуток (збиток)	тис.грн	2331	3487	4056	1156	569	49,6	16,3
Основні засоби	тис.грн	13154	13800	14580	647	780	4,9	5,6
Чисельність працівників	осіб	19	27	29	8	2	42,1	7,4
Рівень валового прибутку до собівартості	%	35,1	30,4	31,7	-5	1	-	-
Рентабельність реалізації	%	5,5	7,1	7,9	2	1	-	-
Рентабельність витрат обігу	%	34,8	49,1	55,9	14	7	-	-
Продуктивність праці	тис.грн	2212	1810	1763	-402	-47	-18,2	-2,6

\*на основі Додатку Ж

Як свідчить аналіз табл. 3.4, в цілому у 2017 році порівняно з 2016-м роком спостерігалася неоднорідна динаміка показників ефективності продажу товарів акваріумістики. Так, рівень валового прибутку по відношенню до собівартості реалізації у даному періоді скоротився на 5%, рентабельність реалізації зросла на 2%, рентабельність витрат обігу (адміністративних та збутових) зросла на 14%, скоротився показник продуктивності праці на 402 тис.грн, що було зумовлено зростанням чисельності персоналу.

У 2018 році порівняно з 2017-м роком рівень валового прибутку по відношенню до собівартості реалізації збільшився на 1%, рентабельність реалізації зросла на 1%, рентабельність витрат обігу (адміністративних та збутових) зросла на 7%, скоротився показник продуктивності праці на 47 тис.грн, що було зумовлено зростанням чисельності персоналу.

Основними причинами зниження показників ефективності у 2017 році є зниження обсягу іншого операційного доходу, а відповідно, і зниження операційного прибутку. У 2018 році зростання показників ефективності було обумовлене збільшення обсягу доходу та операційного прибутку.

Отже, аналіз ефективності організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» було здійснено на основі використання діагностики показників результативності продажу в розрізі основних товарних груп. Зростання обсягу доходів від реалізації товарів акваріумістики у 2017 році склало 1024 тис.грн або 2,5% по відношенню до попереднього року. Зростання обсягу доходів від реалізації товарів акваріумістики у 2018 році склало 3769 тис.грн або 9,0% по відношенню до попереднього року. У 2018 році загальний обсяг доходів досліджуваного підприємства був завпланований на рівні 48872 тис.грн. Рівень виконання плану доходів у 2018 році складав 94,9%. Недовиконання плану по структурі має прямим результатом зниження рівня прибутку підприємства. Тому для оцінки ефективності комерційної діяльності підприємства проаналізуємо ефективність операційної діяльності, яка визначається рівнем валового прибутку, який співвідноситься з рівнем собівартості. У 2018 році порівняно з 2017-м роком рівень валового прибутку по відношенню до собівартості реалізації збільшився на 1%, рентабельність реалізації зросла на 1%, рентабельність витрат обігу (адміністративних та збутових) зросла на 7%, скоротився показник продуктивності праці на 47 тис.грн, що було зумовлено зростанням чисельності персоналу.



### 3.3. Розробка плану підвищення ефективності організації продажу товарів акваріумістики

Реалізація заходів щодо підвищення ефективності організації продажу товарів акваріумістики підприємства ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» та можливість контролю результатів їх впровадження передбачає формування відповідної програми. Основними формування програми заходів щодо удосконалення організації продажу товарів акваріумістики досліджуваного підприємства ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» є наступні (рис. 3.5).

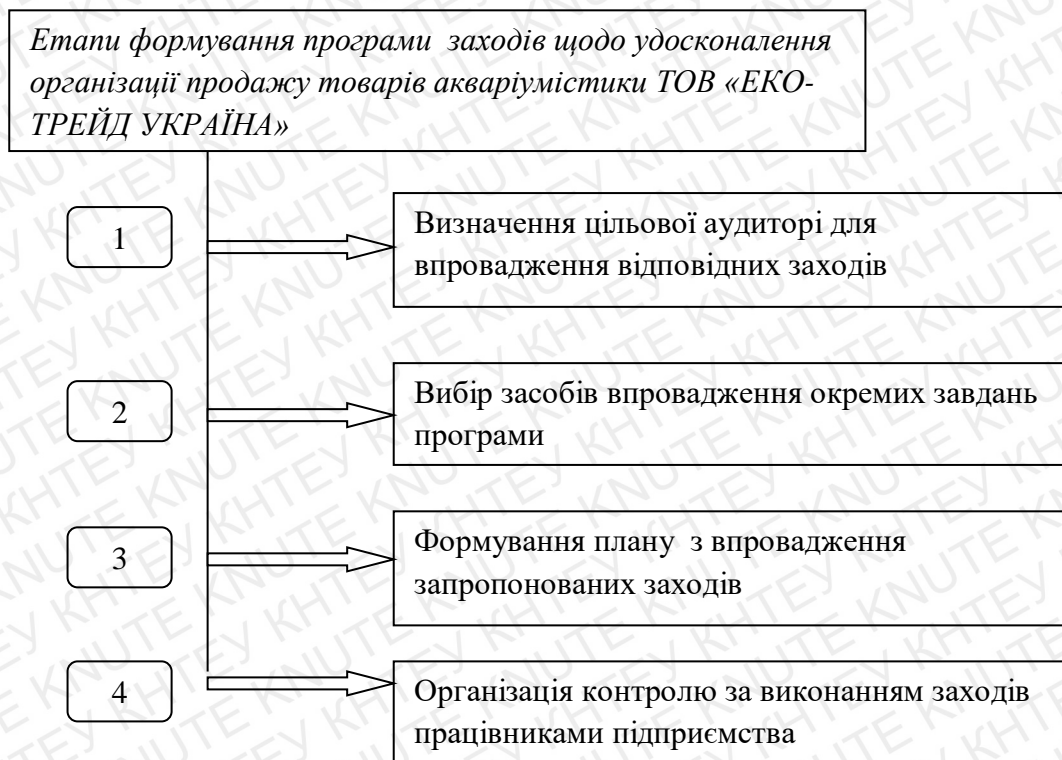


Рис. 3.5. Етапи формування програми заходів щодо удосконалення організації продажу товарів акваріумістики досліджуваного підприємства ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»

\*розроблено автором

Розглянемо кожен етап більш детально.

1. **Визначення цільової аудиторії заходів щодо удосконалення організації продажу товарів акваріумістики**

Перший етап нам передбачає визначення цільової аудиторії, на яку буде спрямовано вплив запропонованих заходів. Стандартною цільовою аудиторією є кінцеві споживачі – користувачі товарів акваріумістики. Наведена група

користувачів може також користуватися послугами з очистки та ремонту акваріумів.

## 2. Вибір засобів впровадження окремих завдань програми заходів

Даний етап передбачає визначення відповідного ресурсного забезпечення для реалізації окресленої програми. У табл. 3.6 наведено розподіл функціональних обов'язків окремих працівників підприємства для впровадження запропонованої програми заходів з удосконалення організації продажу товарів акваріумістики.

Таблиця 3.6

### Розподіл функціональних обов'язків окремих працівників підприємства для впровадження запропонованої програми заходів з удосконалення організації продажу товарів акваріумістики

Категорія посади	Критерії використання персоналу комерційного відділу для досягнення цілей програми	
	Основні функціональні обов'язки	Періодичність виконання завдань
Комерційний директор	Контроль за впровадженням програми, визначення причин відставання від графіку, мотивація працівників відділу	Постійно під час впровадження програми
Менеджер з продажу	Активне просування товарів акваріумістики	На етапі підготовки програми просування
Спеціаліст-аналітик	Дослідження ринку товарів акваріумістики	
SEO-менеджер	Організація просування сайту ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД Україна» в Інтернет	Постійно, після запуску автоматизованого комплексу просування в Інтернет
PR-менеджер	Розробка системи повідомлень і пуш-нотифікацій для клієнтів, які користуються послугами інтернет-магазину ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД Україна»	

## 3. Формування плану з впровадження запропонованих заходів

Також потрібно основні способи підвищення ефективності організації продажу товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» в мережі Інтернет за рахунок способів, які наведено на рис. 3.6.

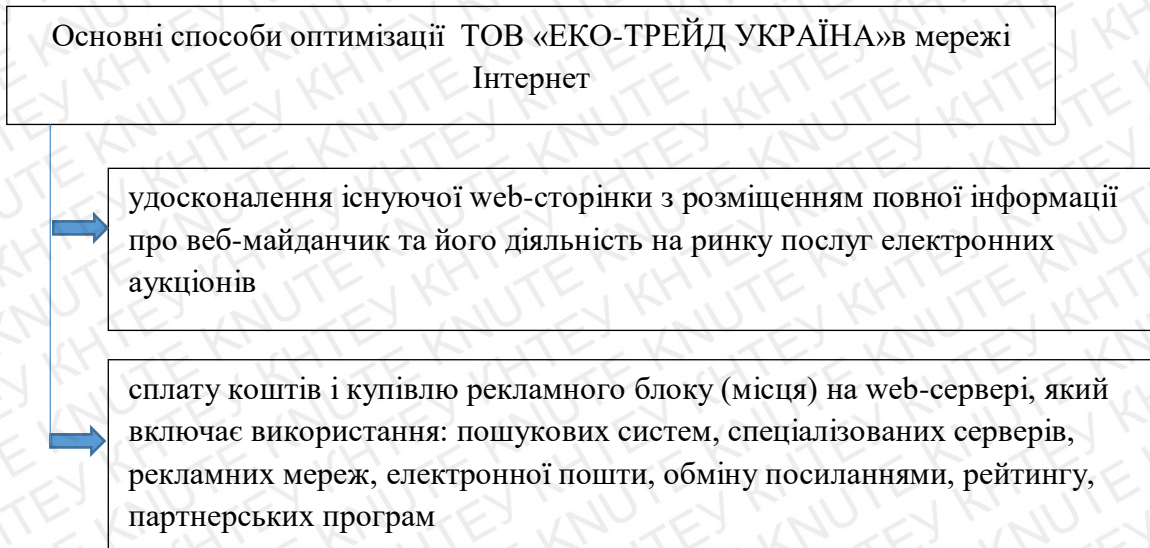


Рис. 3.6. Основні способи підвищення ефективності організації продажу товарів акваріумістики «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» в мережі Інтернет

Останнім часом у мережі активно використовуються блоги - персональні сайти, які складаються переважно з особистих записів власника блога і коментарів користувачів до них. Можливість залишати коментарі робить блоги достатньо відвідуваними. Користувачі з довірою ставляться до інформації, поданої у блозі. Тому сьогодні, враховуючи саме довіру користувачів, а також їх значну кількість, фахівці з маркетингу прагнуть освоїти блогосферу і мати можливість розміщувати свою рекламу в блогах.

Сьогодні широко використовують приховану рекламу в блогах і відкрите розміщення різних рекламних матеріалів, які надає рекламодавець. Витрати підприємства на приховану рекламу значно перевищують відкрите розміщення реклами. Стосовно відкритої рекламної кампанії слід зазначити, що її здійснюють через розміщення банерів і контекстної реклами (принцип розміщення реклами, коли реклама орієнтується на зміст інтернет-сторінки вручну або автоматично, може бути у вигляді банера чи текстової об'яви). Реклама в блогосфері має величезний потенціал для її розвитку, оскільки цей вид реклами загалом є достатньо молодим.

Відмітимо, що план оновлення інформації базується на частоті генерування рекламного контенту. Відповідальним за цей процес доцільно призначити маркетингового директора «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА». Рекламний контент

повинен наповнюватися з періодичністю на рідше 2 рази на місяць. Акція з просування сайту «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» в Інтернет може бути ще й інструментом дослідження попиту. Західні маркетологи давно зауважили, що найбільша популярність різноманітних акцій та конкурсів спостерігається в країнах, що розвиваються, за відсутності середнього класу.

Надалі можемо сформулювати графік завдань щодо впровадження окремих заходів програми удосконалення організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

**Програма впровадження заходів програми удосконалення організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» на 2020 рік**

Назва заходу	Ресурси для виконання	Графік реалізації завдань на 2020 рік			Разом, дн.
		Січень	Лютий	Березень	
1	2	3	4	5	6
<i>1) Оптимізація бізнес-процесів в комерційному відділі</i>					
1.1. Визначення проекту змін до орг.структури та штатного розкладу	Керівник відділу кадрів, керівник підприємства	3	-	-	3
1.2. Формування нових посадових інструкцій	Комерційний директор, керівник відділу кадрів	-	5	-	5
1.3. Пошук нових співробітників	Комерційний директор	-	5	-	5
<i>2) Доопрацювання та просування сайту підприємства для зростання обсягів продажу онлайн</i>					
2.1. Створення завдання та опис вимог до доробки сайту	Керівник відділу маркетингу, комерційний директор, SEO-менеджер	-	2	-	2

продовження табл. 3.7

1	2	3	4	5	6
2.2. Внесення змін до бекенду сайту для можливості підключення CRM-системи	Компанія, яка розробляла сайт – ТОВ «СВМ»	-	3	-	3
2.3. Доопрацювання особистого кабінету клієнта	Компанія, яка розробляла сайт – ТОВ «СВМ»	-	5	7	12

Як свідчать дані табл. 3.7, для здійснення заходів щодо удосконалення організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» передбачає загальний бюджет часу у 30 календарних днів.

Отже, основними напрямками удосконалення організації продажу товарів акваріумістики ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» є такі: 1) удосконалення бізнес-процесів на рівні комерційного відділу (включає визначення проекту змін до орг.структури та штатного розкладу, формування нових посадових інструкцій, пошук нових співробітників; 2) доопрацювання та просування сайту підприємства для зростання обсягів продажу онлайн (включає створення завдання та опис вимог до доробки сайту; внесення змін до бекенду сайту для можливості підключення CRM-системи; доопрацювання особистого кабінету клієнта. Для здійснення заходів щодо удосконалення організації продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» передбачає загальний бюджет часу у 30 календарних днів.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, за результатами проведеного дослідження можемо сформулювати такі висновки

1. В результаті аналізу стану ринку товарів акваріумістики в Україні, зокрема тенденцій у виробництві та імпорті листового флоат-скла, яке використовується для виробництва акваріумів. Встановлено, що у 2018 році обсяги виробництва товарів з листового скла (у т.ч. товарів акваріумістики) становили 115,7 тис.тон, що на 13% вище порівняно з аналогічним показником 2017-го року. У трійці найбільших постачальників скла в Україну – AGC Flat Glass, найбільший в світі виробник листового скла; NSG Group, яка вважається лідером в області інноваційних технологій виробництва флоат-скла; і один з найстаріших транснаціональних концернів Saint-Gobain, який є виробником не лише скла, але й інших високотехнологічних будівельних матеріалів. Формування споживних властивостей відбувається під впливом таких факторів: сировина (матеріали) для виробництва; технологія виробництва; умови транспортування і зберігання (товароруху). Процес виготовлення аквауріма складається з таких етапів: підготовка листового скла; з'єднання пластинок скла між собою за допомогою силікону; монтаж кришки акваріума. На споживні властивості акваріумів впливає той факт, що сьогодні можливим є його виготовлення не тільки зі звичайного флоат-скла. Дотримання вимог нормативної документації до маркування, транспортування і зберігання акварумів створює умови для забезпечення необхідних споживних властивостей цих виробів для споживача.

2. Щодо особливостей формування товарного асортименту товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна», то у його структурі товарного асортименту товарів акваріумістики домінує частка товарів, що постачаються на підприємство компанією Ltd «SUNSUN». Ця компанія є генеральним дилером цих товарів на території СНД та Східної Європи. У структурі товарного асортименту переважають товари з Китаю, частка яких складає 43%. Важливо також відмітити, що з Китаю переважно імпортуються посудини з листового скла та підсвітки для акваріумів. Найбільшу питому вагу

в структурі товарного асортименту товарів акваріумістики займають такі позиції: кришки до акваріумів – 20,5% та світильники до акваріумів – 26,3%. Було проведено оцінювання показника асортименту для товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ «Еко-Трейд Україна» у 1 кв. 2018-2019 рр. У 1 кв. 2019 р. коефіцієнт широти асортименту становив показник 0,16, зокрема для кришок до акваріумів – 0,11, для світильників – 0,14, калориферів – 0,11, інших товарів – 0,23. Таким чином, найбільш представлені товари в межах групи «акваріуми».

3. Можна зробити висновок, що виробництво акваріумів належним чином вдосконалюється і прогресує на ринку України. Даний вид товару потребується фірмами промислового типу, які займаються продажем непродовольчих товарів, це гіпермаркети, супермаркети, універмаги.

Що стосується асортименту акваріумів, то він більш стислий і може задовольнити споживачів у двох варіантах промислового типу (купівлі свіжої продукції у магазинах) та декоративного типу (декорування акваріумом жилого приміщення). Результати проведеної оцінки якості даного виду товару показують, що на ринку України досить якісні акваріуми різних розмірів та форм, які несуть різні призначення для споживачів, і різні набори функціональних властивостей та різних цінових категорій.

З огляду на вищевикладені висновки *пропонуємо*:

1) знайти нових постачальників з новими та більш удосконаленими товарами для акваріумістики тим самими покращити та розширити товарний асортимент ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА»,

2) удосконалення бізнес-процесів на рівні комерційного відділу (включає визначення проекту змін до орг.структури та штатного розкладу, формування нових посадових інструкцій, пошук нових співробітників).

3) доопрацювання та просування сайту підприємства для зростання обсягів продажу онлайн (включає створення завдання та опис вимог до доробки сайту.)

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев Н.С., Ганцов Щ.К., Кутянин Г.И. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров. - М.: Экономика, 1988. - 295 с.
2. Балабанова Л. В. Товарна політика в системі менеджменту підприємства: монографія / Л.В. Балабанова, О. А. Брадіна. - Донецьк : Дон ДУЕТ, 2011. - 230 с.
3. Бутенко Н.В. Маркетинг: Підручник. –К.: Атіка, 2008. – 300с.
4. Ващук О.Г. Напрямки вдосконалення асортиментної політики торговельного підприємства // Маркетинг, 2012. - №2. – с. 36-39.
5. Виробництво основних видів промислової продукції / Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Власова А.В. Основи товарознавства непродовольчих товарів : Навчальний посібник/ А. В. Власова . - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 208 с.
7. Вільна енциклопедія Вікіпедія, стаття «Акваріуми» – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%83%D0%BC>
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – Київ: Лібра, 2002.- 712 с.
9. Гой І.В. Логістика у системі стратегічного управління підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2012. - №4, Т.1. - с.102-105.
10. Дослідження ринку листового скла в Україні – Режим доступу : <http://wt.com.ua/biblioteka/stati/621-doslidzhennya-rinku-listovogo-skla-v-ukrajini.html>
11. ДСТУ 3053-95. Виробництво скла. Вироби побутового призначення. Терміни та визначення. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.leonorm.com/Default.php?Page=stlist&ObjId=36&CatId=1>



12. ДСТУ ISO 7086-2:2002. Посуд скляний порожнистий в контактi з їжею. Видiлення свинцю та кадмiю. Частина 2. Допустимi межi [Електронний ресурс] – режим доступу: [http://document.ua/posud-skljanii-porozhnistii-v-kontakti-z-yizheyu\\_-vidilennja-std10238.html](http://document.ua/posud-skljanii-porozhnistii-v-kontakti-z-yizheyu_-vidilennja-std10238.html)
13. Єрємiна Л.О Процес управлiння закупiвельною дiяльнiстю торговельних пiдприємств у сучасних умовах господарювання / Єрємiна Л.О.// Приднiпровський науковий вiсник. Серiя «Економiка» – 2010. – № 107/174. – С.30 – 34.
14. Зрезарцев М.П., Зрезарцев В.М., Паранiч В.П. Товарознавство сировини та матерiалiв.: Навч. посiбник. - К.: Центр учбової лiтератури, 2008. - 404 с.
15. Зрезарцев М.П. Товарознавство непродовольчих товарiв: навч. посiб. [для студ. Вищ навч. зал.]/ М.П. Зрезарцев, В.М. Зрезарцев, В.П. Парани – К; Центр учбової лiтератури, 2009. – 328с.
16. Козак I.М. Управлiння виробничо-комерцiйною дiяльнiстю пiдприємств на засадi логiстики // Проблеми науки. - 2013. - №5. - с.27-34.
17. Коноваленко В. М. Закупiвельна дiяльнiсть пiдприємства в логiстичнiй системi товароруху // Вiсник КНТЕУ. - 2012. - №4. - С. 584-592.
18. Крикавський Є.В. Логiстика для економiстiв: Пiдручник. - Львiв: Вид-во Нац. ун-ту «Львiвська полiтехнiка», 2011. - 448 с.
19. Комерцiйна дiяльнiсть: Пiдручник /За ред. проф. В.В. Апропiя. - Вид. 2-ге, перероб. i доп. - К.: Знання, 2009. – с. 432
20. Мороз О. В. Системнi фактори ефективностi логiстичної концепцiї постачання на пiдприємствах: монографiя / О. В. Мороз, О. В. Музика; Вiнницький нацiональний технiчний ун-т. – Вiнниця: УНІВЕРСУМ-Вiнниця, 2013. – 165 с.
21. Логiстика: навч. посiбник /О.І. Гуроров, О.І. Лебединська, Н.В. Прозорова / Харк. нац. аграр. ун-т. – Харкiв: Мiськдрук. 2011. –322с.
22. Шаповал М. I. Менеджмент якостi: пiдручник / М. I. Шаповал. - К.: "Знання", КОО, 2003. - 475 с.

23. Межжерін С. В., Велика українська енциклопедія, стаття «Акваріум» – Режим доступу: [https://vue.gov.ua /%D0%90%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%83%D0%BC](https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%83%D0%BC)
24. Мережко Н. В. Управління якістю / Н. В. Мережко, В. В. Осієвська, Н. С. Ясинська. - К. : Київ. Нац.торг.-екон. ун-т, 2010. - 216 с.
25. Міщук І.П. Логістика торговельного підприємства: зміст, напрямки, проблеми // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". - 2010. - №14 (594). - с.461-467.
26. Неуров І.В. Види закупівельних ситуацій на підприємствах / І.В. Неуров // Логістика. – Л. : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2013. – 520 с.
27. Непродовольчі товари : Підручник / В. І. Михайлов, Т. Г. Глушкова, О.І. Зельніченко. – [б. м.] Книга, 2005. – 556 с. + [Електрон. зміст]. – (Товарознавство) . – На укр. яз. – ISBN 966-8314-14-X : 60.48
28. Неруш Ю.М. Коммерческая логистика: учебник / Ю.М. Неруш. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 270 с.
29. Організація торгівлі / Апопій В.В. [Електронний ресурс] – режим доступу: [http://pidruchniki.ws/12601206/marketing/organizatsiya\\_torgivli\\_-\\_aroriu\\_vv](http://pidruchniki.ws/12601206/marketing/organizatsiya_torgivli_-_aroriu_vv)
30. Основні принципи організації в торгівлі [Електронний ресурс] – режим доступу
31. Основы логистики: учеб. пособие / Под ред. Л.Б. Миротина и В.И. Сергеева. - М.: ИНФРА-М, 2009. – 200 с.
32. Організація й технологія торгівлі: Підручник / З. М. Виноградова, Про. У. Пигунова, З. П.Гурская та інших.; Під загальною редакцією З. М.Виноградовой. –Мн.:Виш. шк., 2012. – 460 с.
33. Показники експорту та імпорту товарів / Офіційний сайт Державної фіскальної служби України URL: <http://www.sfs.gov.ua>
34. Про загальну безпечність нехарчової продукції: Закон України № 2736-VI від 02.12.2010 [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2736-17>

35. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: Мінекономіки (з 2005 р.); Наказ, Правила від 19.04.2007 № 104 [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>
36. Про захист прав споживачів: Закон України № 1024-ХІІ від 12.05.91. [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
37. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
38. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України від 19.10.2000 р. № 2063-ІІІ // Відом. Верхов. Ради України. – 2000. – № 51–52. – Ст. 447.
39. Правила продажу непродовольчих товарів (Указ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 27.05.1996 р. № 294)
40. Собчишин В. М. Закупівельна діяльність й логістичне управління закупівлями: сутність, функції та відмінності / В. М. Собчишин // Ефективна економіка [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2308>
41. Сайт підприємства ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://eco-trade.com.ua/o-kompanii/>
42. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг / Салухіна [Електронний ресурс] – режим доступу: Н.Г. [http://pidruchniki.ws/16010717/tovarovnavstvo/standartizatsiya ta sertifikatsiya tovariv i poslug - saluhina ng](http://pidruchniki.ws/16010717/tovarovnavstvo/standartizatsiya%20ta%20sertifikatsiya%20tovariv%20i%20poslug%20-%20saluhina%20ng)
43. Таньков К.М. Виробнича логістика: навч. посібник / К.М. Таньков, О.М.Трилід, Р.О.Колодязева. – Харків: Інжек, 2004, – 352 с.
44. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник / Под общ. Ред. проф. Л.А. Брашка и проф. Т.П. Данько. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2010. – 560 с.

45. Управління асортиментом - новий ресурс підвищення рентабельності підприємства / Пігулечко О.Я. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://intkonf.org/pigulechko-o-ya-upravlinnya-asortimentom-noviy-resurs-pidvischennya-rentabelnosti-poligrafichnogo-pidpriemstva/>
46. Управління асортиментом і якістю товарів на сучасному підприємстві [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.refine.org.ua/pageid-1515-1.html>
47. Фактори, що впливають на процес управління асортиментом торговельного підприємства / Степанюк Н.С. [Електронний ресурс] – режим доступу: [http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Vchnu\\_Ekon/2011\\_3\\_1/121-123.pdf](http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/soc_gum/Vchnu_Ekon/2011_3_1/121-123.pdf)
48. Фролова Л. В. Логістичне управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти: [монографія] / Л. В. Фролова; Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2012. – 262 с.
49. Формування попиту на скляні вироби за 2017-1018 рр. : [Електронний ресурс] – режим доступу
50. TRADE MAP. Статистика торгівлі для розвитку міжнародного бізнесу: [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

## СПОЖИВЧІ ПЕРЕВАГИ ТОВАРІВ АКВАРІУМІСТИКИ

БОГДАНЕЦЬ О., 6 курс ФТМ КНТЕУ,

спеціальність «Товарознавство та комерційна логістика»

*У даній статті розглядаються споживчі переваги промислових та декоративних акваріумів, ефективність здійснення продажу даного товару підприємством. Використано соціологічний метод дослідження-опитування споживачів за допомогою анкетування, в результаті чого будуть виявлені споживчі переваги промислових та декоративних акваріумів.*

*This article examines the consumer preferences of industrial and decorative aquariums, and the effectiveness of the sale of this product by the enterprise. The sociological method of researching-polling of consumers using questionnaires is used, as a result of which the consumer preferences of industrial and decorative aquariums will be revealed.*

**Актуальність.** На сьогоднішній день набирають популярності серед споживачів як промислові, так і декоративні акваріуми. Промислові – затребувані гіпермаркетами, супермаркетами, універмагами і спеціалізованими магазинами які розраховані саме для продажу рибної продукції. Промисловий акваріум як товар дає споживачеві можливість у виборі різновиду прісноводної і морської продукції не витрачаючи при цьому свої сили та час на вилов риби. Завдяки нинішнім технологіям споживачеві надається різновид послуг, а саме: очистка риби від луски, видалення органічних частин з риби які не входять до вжитку, а в спеціалізованих магазинах надають послугу у вигляді приготування різновиду рибної продукції. Самими важливими аспектами промислових акваріумів є те, що споживач має можливість у виборі саме того товару який його цікавить, а саме: зовнішній вигляд, розмір, вид продукту, та його стан. Завдяки системі аерації та потужної системи фільтрації, якими оснащений акваріум товар знаходиться у живому стані і залишається живим на довгостроковий час.

Також акваріум є елементом декорування, даний вид акваріумів більш розповсюджується на споживачів, які бажають прикрасити свої будівлі, офісні приміщення або зал ресторану. Існує два різновиди акваріумів морські та прісноводні. Морські акваріуми можна поділити на декілька типів, залежно від мешканців, які його населяють: кораловий риф, рибний, змішаний і тематичний [4].

Прісноводні акваріуми можуть бути різних форм і розмірів, вони більш широко поширені ніж морські та містять прісноводні типи риб і рослин [3].

Технічне обслуговування цих акваріумів набагато легше ніж забезпечення морських. Бувають різні оформлення прісноводних акваріумів, в залежності від того, що обере споживач. Існують такі види прісноводних акваріумів як травник та цихлідник.

**Метою** даної роботи є виявлення споживчих переваг щодо асортименту та якості товарів акваріумістики та оцінка ефективності організації їх продажу.

**Об'єктом** даної роботи є товари акваріумістики що реалізуються на ринку України та, зокрема, ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА».

**Предметом** дослідження є асортимент, якість та споживчі переваги товарів акваріумістики.

До товарів акваріумістики відносяться безпосередньо самі акваріуми, елементи їх декору, обладнання для акваріума, а саме: автогодівниці, насоси, компресори, фільтри та інше, гідробіонти, освітлення, а саме: лампи, світильники, таймери та інше, препарати для акваріума, а саме: ліки для води, добрива для рослин, хімія для води, тести для води, наповнювачі для фільтрів [3].

У сфері виробництва акваріумів скло є найважливішим аспектом. Скло є сировиною для виробництва акваріумів. Для виробництва самої скляної конструкції акваріумів використовується силікатне листове скло.

Ринок листового скла є необхідним у сфері акваріумістики, оскільки завдяки такому виду скла існує можливість виготовлення акваріумів промислового та декоративного типів, які надають можливість споживачу задовольнити власні потреби щодо вживання свіжої продукції, та декорування житлових приміщень.

Наразі в Україні власне склоробне виробництво відсутнє взагалі, єдиний вітчизняний виробник флоат скла – Лисичанський завод «Пролетарій» – не випускає власного скла з початку 2013 року, тому потреби ринку покриває імпорт. У трійці найбільших постачальників скла в Україну – *AGC Flat Glass*, найбільший в світі виробник листового скла; *NSG Group*, яка вважається лідером в області інноваційних технологій виробництва флоат-скла; і один з найстаріших транснаціональних концернів *Saint-Gobain*, який є виробником не лише скла, але й інших високотехнологічних будівельних матеріалів. Присутній на українському ринку і міжнародний концерн *Guardian*, що славиться своєю інноваційністю та архітектурним склом з магнетронним напilenням під ТМ *SunGuard*. Також відомий в Україні своїм автомобільним склом концерн *Pittsburgh Plate Glass Co.*

У 2011 році спостерігався пік спаду ринку, з призупиненням в 2013 році, і подальшим продовженням спаду до 2016 року. Особливо різке зменшення ринку відбулося у 2015 році, який акумулював в собі наслідки анексії Криму, війни на Сході та різкого економічного спаду. Проте 2016 рік став переломним – ринок листового скла зріс майже на 13%, практично досягнувши показника 2014 року, і ця тенденція продовжується у першому кварталі 2017 року. Взагалі, необхідно відзначити підсилене реагування ринку скла на загальноекономічний стан країни – незначні коливання того ж ВВП в той чи інший бік, зазвичай, викликають кількарразове коливання динаміки об'ємів скла [2].

Основу ринку листового скла складає імпорт скла різних видів, переважно, флоат скла, яке в подальшому частково переробляється (на захисне скло, дзеркальне скло, декоративне скло).

Найбільша частка листового скла (97 %, або 31,3 млн кв. м в 2016 р.) припадає на флоат скло. В 2016 році ринок флоат скла, як і загальний ринок, показав зростання, хоча і з дещо меншою динамікою. Даний вид скла використовується практично у всіх випадках виробництва склопакетів віконних та фасадних систем, а також для подальшої переробки – виробництва безпечного скла, автомобільного скла, різного роду декоративного скла тощо. Як згадувалося вище, вітчизняний виробник флоат скла припинив виробництво власного скла з 2013 року, проте подальша історія показала, що наявність або відсутність вітчизняного виробництва листового скла не здійснює вирішального впливу на величину ринку. Набагато сильніше на величину ринку скла впливає власне економічна ситуація в країні [1].

За 2017 рік перший квартал поточного року показав продовження тенденцій попереднього року, включаючи загальне зростання ринку скла в цілому (+22% ринку флоат скла до рівня попереднього року), і зростання імпорту скла з покриттям зокрема (+54% до рівня попереднього року). Як передбачається, зростання ринку листового скла за підсумками року складе близько 10 %; на заводі може стати лише різке погіршення економічно-політичної ситуації. Прогнозовано частка енергозберігаючого скла також продовжить зростання, і для цього є всі передумови, як економічні так і технологічні [2].

За оцінками експертів, у нас в країні відчувається явний дефіцит скла. Основний імпорт листового скла – це високоякісне скло марки M0 [1]. У 2017-2018 рр. основними імпортерами листового скла в Україну були білоруські виробники, також поставки йдуть з Європи, а останнім часом і з Китаю. Імпортується високоякісне скло відомих світових фірм: *Asahi*, *Glavelbel*, *Guardian*, *Pilkington*, *Saint-Gobain*, *PPG*, *Sisecam*, а також їхніх дочірніх фірм у Польщі, Німеччині, Австрії, Франції, Швеції, Фінляндії. Експерти вважають, що для повного заміщення імпортного листового скла в Україні майбутнім вітчизняним виробникам необхідно буде покрити дефіцит мінімум 35 млн кв. м на рік [2].

Споживча оцінка це – вибір споживача до конкретного товару ,його споживних властивостей, сукупності виборів, що встановлюється під впливом об'єктивно-суб'єктивним чинників.

Оцінка споживачів дуже важлива частина ринку, фірми повинні знати та враховувати потреби споживачів задля задоволення їх потреб. Від задоволеності споживачів залежить прибуток та успіх магазинів, що реалізують певний вид продукції.

З метою визначення переваг споживачів щодо якості декоративних акваріумів було проведено опитування у вигляді анкетування.

Розроблена анкета має вступ, де міститься інформація щодо мети опитування; мотивації до заповнення анкет; основну частину, де містяться питання, які стосуються акваріумів та їх актуальності; заключну частину, в якій вказуються характеристики респондента (вік, стать, вид заняття).

Тип питань - з вибірковою відповіддю (дві і більше варіантів відповіді). Розмір анкети складає 11 питань, час самого опитування максимально на 11 хвилин:

1. Чи маєте Ви декоративний акваріум у своєму помешканні?
2. Вам подобається акваріум як елемент декору?
3. Хотіли б Ви мати в своїй квартирі акваріум?
4. Як Ви вважаєте акваріум у квартирі це гарно чи погано?
5. Які фактори впливають на Ваш вибір декоративних акваріумів?
6. Який акваріум Ви б хотіли придбати для себе?
7. Якщо у Вас є акваріум, де Ви його придбали?
8. За яку ціну Ви б придбали декоративний акваріум?
9. Який тип прісноводного акваріума Вам найбільше подобається?
10. Вкажіть будь-ласка, деякі дані про себе
11. Які основні причини купівлі акваріума були у Вас?

Аналіз результатів анкетування (рис. 1) дозволив встановити, що більша частина населення за те, щоб акваріуми доповнювали їх приміщення як елемент декорування (75%), інша частина населення вважає, що акваріум буде складним у обслуговуванні і буде забирати багато часу (25%).



Рис. 1. Розподіл респондентів "За" та "Проти" у відсотковому співвідношенні

Декоративним акваріумам найбільш надають перевагу населення віком від 25-40 років, що складає (51%), інші вікові категорії населення купують акваріуми декоративного типу більш менш з однаковою частотою (рис. 2).



Рис. 2. Розділ респондентів за віковою ознакою у відсотковому співвідношенні

Основною причиною купівлі декоративних акваріумів залишається їх привабливість та заспокоюючий ефект (40% покупців акваріумів обрали цю причину). Частіше стали купувати акваріуми через те, що акваріум являє собою гарний подарунок для дітей (27%), набір основних функцій (для розведення риби та рослин) (13%), за популярністю товару (10%). Реклама стала причиною покупки лише для 3% покупців, 7% керувалися рекомендаціями друзів та знайомих при купівлі акваріумів (рис. 3).

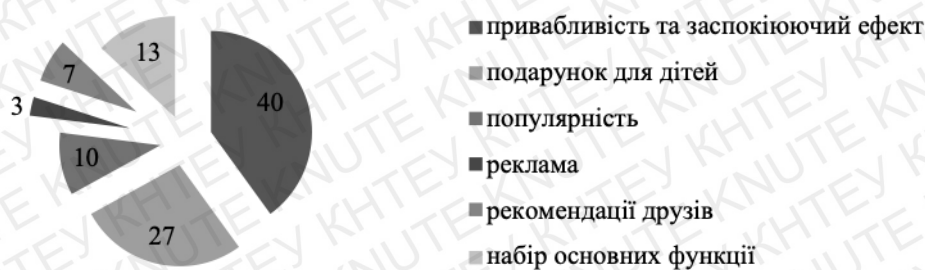


Рис. 3. Основні причини купівлі акваріумів у відсотковому визначенні

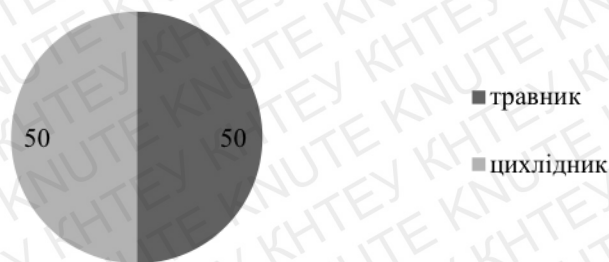
Більша частина споживачів надають перевагу прісноводним акваріумам (85%) ніж морським (15%) (рис. 4).



Рис. 4. Вибір споживача щодо виду декоративного акваріума у відсотковому визначенні

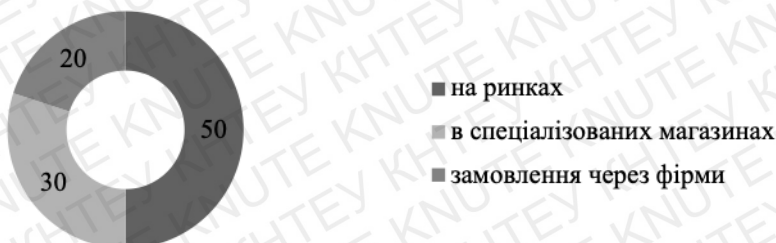
За даними анкетування споживачі надають рівнозначний вибір щодо типів прісноводних акваріумів, а саме за травник (50%), цихлідник (50%) (рис. 5).





*Рис. 5. Вибір споживача щодо типу прісноводного акваріума у відсотковому визначенні*

Найчастіше декоративні акваріуми купують на ринках (50%), в спеціалізованих магазинах (30%), та роблять індивідуальні замовлення на фірмах які займаються виготовленням акваріумів (20%) (рис. 6).



*Рис. 6. Переваги споживачів щодо місць купівлі акваріумів у відсотковому співвідношенні*

По опитуванню населення можна побачити, що більшість респондентів могли б придбати акваріум в діапазоні від 1500 до 5000 грн (62%). 23% опитаних відповіли, що могли б купити акваріум від 6000 до 11000 грн, і лише 15% опитуваних можуть придбати даний товар, який коштує від 10000-15000 грн (рис. 7).



*Рис. 7. Переваги споживачів щодо вартості акваріумів у відсотковому співвідношенні*

Конкурентними особливостями для споживача даної категорії товару є в першу чергу надійність самого акваріуму, а саме цілісність самої скляної конструкції (29%), зручність у користуванні (догляд за мешканцями акваріуму) (24%), якість виробника (19%), ціна (15%), інші особливості (13%) (рис. 8).



*Рис. 8. Ранжування конкурентних особливостей акваріумів серед опитаних споживачів у відсотковому співвідношенні*

За результатами проведених досліджень можна зробити висновок, що найконкурентнішими особливостями промислових та декоративних акваріумів для покупців є надійність та якість даного товару (44%), естетичні властивості (27%), варіації у використанні (16%) та ціна (13%).

Асортимент акваріумів на ринку України досить широкий і різноманітний, в основі, якість, набір функцій, від яких в кінцевому результаті залежить ціна товару. Так, споживачі надають перевагу акваріумам декоративного типу, ціна яких коливається в межах 5000-10000 грн.

Також не менш важливими характеристиками акваріумів є якість та надійність скляного виробу, його форми та розміри, вид скла із якого виготовляється акваріум, зручність у його обслуговуванні, та обладнання яке приєднується до акваріуму задля його правильного функціонування. Враховуючи ці фактори, це основні функціональні властивості акваріумів, споживач враховує їх та звертає на них увагу в першу чергу.

Отже, можна зробити висновок, що виробництво акваріумів належним чином вдосконалюється і прогресує на ринку України. Даний вид товару потребується фірмами промислового типу, які займаються продажем непродовольчих товарів та харчових продуктів, це гіпермаркети, супермаркети, універмаги. Що стосується асортименту акваріумів, то він більш стислий і може задовольнити споживачів у двох варіантах промислового типу (купівлі свіжої продукції у магазинах) та декоративного типу (декорування акваріумом жилого приміщення). Результати проведеної оцінки якості даного виду товару показують, що на ринку України досить якісні акваріуми різних розмірів та форм, які несуть різні призначення для споживачів, і різні набори функціональних властивостей та різних цінових категорій.

#### Список використаних джерел

1. Дослідження ринку листового скла в Україні – Режим доступу : <http://wt.com.ua/biblioteka/stati/621-doslidzhennya-rinku-listovogo-skla-v-ukrajini.html>
2. Державна фіскальна служби України: офіційний сайт – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/fl1/>
3. Вільна енциклопедія Вікіпедія, стаття «Акваріуми» – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%83%D0%BC>
4. Межжерін С. В., Велика українська енциклопедія, стаття «Акваріум» – Режим доступу : <https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%83%D0%BC>

Робота виконана під науковим керівництвом канд. техн. наук, доцента  
ОСІЄВСЬКОЇ В.В

## ДОДАТОК Б

Динаміка обсягів експорту-імпорту акваріумів та пластмасових декорацій до них у 2011-2018 рр. [19]

Роки	Товарна позиція 7013				Товарна позиція 3926			
	млн.дол. США		Темп приросту, (+/-) %		млн.дол. США		Темп приросту, (+/-) %	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
2011	3,4	56,9	-	-	27,4	205,2	-	-
2012	2,7	61,7	-19,0	8,5	30,9	198,1	12,8	-3,5
2013	2,8	59,8	1,4	-3,1	37,8	205,5	22,3	3,8
2014	2,7	43,0	-3,6	-28,1	34,3	169,5	-9,4	-17,5
2015	2,2	28,4	-17,5	-33,9	22,6	130,1	-34,0	-23,3
2016	2,1	35,2	-3,8	23,9	19,5	163,4	-13,9	25,6
2017	1,9	44,4	-9,0	25,9	26,0	220,4	33,5	34,9
2018	4,9	49,2	151,8	11,0	30,4	248,7	16,9	12,8

## ДОДАТОК В

**Динаміка показників комерційної діяльності ТОВ «ЕКО-ТРЕЙД  
УКРАЇНА», 2016-2018 рр.**

Показники	Од. виміру	Роки		
		2016	2017	2018
1	2	3	4	5
Чистий дохід	тис.грн	42022	48872	51123
Собівартість реалізації	тис.грн	31107	37468	38825
Валовий прибуток	тис.грн	10915	11404	12299
Витрати обігу	тис.грн	6695	7098	7253
Чистий прибуток (збиток)	тис.грн	2331	3487	4056
Основні засоби	тис.грн	13154	13800	14580
Чисельність працівників	осіб	19	27	29

\*за даними комерційного директора

## ДОДАТОК Г

### Шановні покупці!

Компанія ТОВ «ЕКО-ТРЕЙДУКРАИНА» звертається до Вас за допомогою в проведенні дослідження з метою виявлення споживчих переваг щодо декоративних акваріумів для максимального задоволення Ваших потреб.

#### Анкета

1. Чи маєте Ви декоративний акваріум у своєму помешканні?

а) так

б) ні

2. Вам подобається акваріум як елемент декору?

а) так

б) ні

3. Хотіли б Ви мати в своїй квартирі акваріум?

а) так

б) ні

в) не знаю

4. Як Ви вважаєте акваріум у квартирі це гарно чи погано?

а) так це гарний елемент декору у квартирі

б) ні акваріум буде забирати багато часу за доглядом

в) так акваріум гарний подарунок дітям

г) ні акваріум не повинен знаходитись у квартирі

5. Які фактори впливають на Ваш вибір декоративних акваріумів?

- а) Якість
- б) Ціна
- в) надійність
- г) зручність
- д) Інші особливості (наприклад вид декорування акваріуму, назвіть)

6. Який акваріум Ви б хотіли придбати для себе?

- а) морський акваріум
- б) прісноводний акваріум

7. Якщо у Вас є акваріум, де Ви його придбали ?

- а) на ринку
- б) в спеціалізованих магазинах
- в) замовлення через фірму

8. За яку ціну Ви б придбали декоративний акваріум?

- а) 1000-1300 гривень
- б) 5000-9000 гривень
- в) 10000-12000 гривень

9. Який тип прісноводного акваріума Вам найбільше подобається?

- а) травники
- б) цихлідники

10. Вкажіть будь-ласка, деякі дані про себе:

Ваш вік:

- 1. 18-25 років
- 2. 25-30 років

3. 35-40 років

Ваш рівень

11. Які основні причини купівлі акваріума були у Вас?

- а) привабливість та заспокоюючий ефект
- б) подарунок для дітей
- г) популярність
- д) реклама
- е) реклама
- ж) рекомендація друзів
- з) набір основних функцій ( розведення декоративної риби, або розведення декоративних рослин)

## ДОДАТОК Д

**Динаміка обсягів продажу товарів акваріумістики на підприємстві ТОВ  
«ЕКО-ТРЕЙД УКРАЇНА» в розрізі основних товарних груп за 2016-2018 рр.**

Товарна група	Роки		
	2016	2017	2018
Прилади та обладнання, в т.ч.:	40801	41825	45593
Акваріуми прямокутні	10287	11160	12798
Акваріуми заокруглі	4446	4489	4767
Кришки до акваріумів	2615	2573	2686
Світильники до акваріумів лампові	1337	1302	1329
Світильники до акваріумів світлодіодні	727	721	735
Інфрачервона підсвітка	7004	7282	7961
Калорифери для акваріумів	6481	6685	7268
Декор для акваріумів	3865	3892	4102
Водорості	727	801	962
Риби живі	1279	847	864
Підсипка для акваріумів	407	486	496
Інші	1598	1584	1626
Додаткові послуги, в т.ч.:	1221	7048	5530
Разом по усім товарним групам	42022	48872	51123

\*за даними комерційного відділу підприємства



## ДОДАТОК Е

## Динаміка плану-факту обсягів продажу товарів акваріумістики

Найменування товарних підгруп	2016, тис.грн		2017, тис.грн		2018, тис.грн	
	план	факт	план	факт	план	факт
«Акваріуми прямокутні»	8152	10287	10608	11160	14778	12798
«Акваріуми заокруглі»	3122	4446	3504	4489	4960	4767
«Інфрачервона підсвітка»	1880	2615	1812	2573	3134	2686
«Світильники до акваріумів лампові»	901	1337	861	1302	1597	1329
«Світильники до акваріумів світлодіодні»	721	727	703	721	900	735
«Калорифери для акваріумів»	13042	7004	13313	7282	9840	7961
«Кришки до акваріумів»	6160	6481	8055	6685	8103	7268
«Декор для акваріумів»	2878	3865	2896	3892	3521	4102
« Водорості»	565	727	434	801	1133	962
«Риби живі»	1541	1279	1001	847	1053	864
«Підсипка для акваріумів»	643	407	716	486	616	496
«Інші витратні матеріали»	5310	1598	5178	1584	2005	1626
«Додаткові послуги»	786	1221	4455	7048	6760	5530
Всього	38063	42022	45044	48872	53870	51123

## ДОДАТОК Ж

**Вимоги до геометричних параметрів листового скла для виробництва акваріумів згідно ДСТУ 3053-95 [7]**

Група виробу	Висота, мм	Діаметр чи довжина, мм	Повна місткість, см <sup>3</sup>
Дрібні	До 100 включно	До 100 включно	До 100 включно
Середні	Більше 100 до 250 включно	Більше 100 до 150 включно	Більше 100 до 500 включно
Крупні	Більше 250 до 350 включно	Більше 150 до 250 включно	Більше 500 до 1500 включно
Особливо крупні	Більше 350	Більше 250	Більше 1500

## ДОДАТОК Ж

**Кількість інших включень в скляні вироби (за ДСТУ 3053-95, ДСТУ ISO 7086-2-2002 [7, 8])**

Вид виробу	Кількість інших включень, які допускаються для групування виробів, шт.			
	Дрібні	Середні	Крупні	Особливо крупні
Вироби багатостадійної механізованої виробки, видувні і пресовані, склянки механізованої виробки	1	2	-	-
Інші вироби	1	2	3	4