

**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА
ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ**

СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра ТОВАРОЗНАВСТВА

ДИПЛОМНА РОБОТА

ОКР «БАКАЛАВР»

на тему: *«Контроль пилососів за якістю Сумською торгово-промисловою палатою у мережі магазинів «Технополіс», визначення коду за УКТ ЗЕД»*

Виконав: студент 4 курсу

напряом підготовки

6.030510 „Товарознавство і торговельне підприємництво”

Савенко Дмитро Вікторович _____

Керівник Ст.викладач

Лисенко Наталія Павлівна _____

Рецензент к.с-г.н., доцент

Нечипоренко Валентина Володимирівна _____

Суми - 2013

Сумський національний аграрний університет

Інститут **економіки та менеджменту**

Факультет **економіки і підприємництва**

Кафедра **товарознавства**

Освітньо-кваліфікаційний рівень **бакалавр**

Відділення **денне**

Напрямок підготовки **6.030510 «Товарознавство та торговельне підприємництво»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

М.П. Головка

“ ____ ” _____ 2012 року

З А В Д А Н Н Я

НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Савенку Дмитру Вікторовичу

Тема роботи: ***«Контроль пилососів за якістю Сумською торгово-промисловою палатою у мережі магазинів «Технополіс», визначення коду за УКТ ЗЕД»***

керівник роботи ст.викладач ***Лисенко Н.П.***

затверджені наказом вищого навчального закладу

від “15” січня 2013 року №79-н

2. Строк подання студентом роботи 16.02.2013р.

3. Вихідні дані дипломної роботи: законодавчі та нормативні документи, що забезпечують якість та безпеку пилососів, параметри якості зразків пилососів

4.Перелік питань, які потрібно розробити: сучасний стан ринку побутової техніки в Україні, вимоги до якості пилососів, дослідження якості зразків пилососів в магазині «Технополіс» за участю Сумської торгово-промислової палати

5. Консультанти розділів курсової роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	Завдання прийняв
1	Ст.викладач Верещака І.В.		

6.Дата видачі завдання 10.10.2012р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів дипломної роботи	Примітка
	ВСТУП		
1.	РОЗДІЛ I. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ		
1.1	Сучасний стан ринку побутової техніки в Україні		
1.2	Законодавство України щодо забезпечення якості та безпеки товарів народного споживання		
1.3	Роль торгово - промислової палати України у вирішенні завдань щодо доведення до споживача продукції належної якості		
1.4	Споживні властивості пилососів як показник їх якості		
1.5	Вимоги до якості побутових пилососів		
1.6.	Відповідальність підприємств торгівлі за реалізацію недоброякісної продукції		
1.7.	Висновки щодо огляду літератури, обґрунтування обраної теми		
II.	РОЗДІЛ II. ДОСЛІДНИЦЬКО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ЧАСТИНА		
2.1	Мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження		
2.2	Методи дослідження пилососів		
2.3	Оцінка якості пилососів за їх споживними властивостями		
2.3.1	Дослідження якості пилососів за участю Сумської торгово-промислової палати.		
2.3.2	Експериментальні дослідження якості пилососів за 5- бальною шкалою		
2.4	Результати контролю якості побутових пилососів у магазині «Технополіс» м.Суми		
2.5	Визначення коду за УКТ ЗЕД на побутові пилососи		

	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ		
III	ОХОРОНА ПРАЦІ		
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ		

Студент _____ **(Савенко Д.В.)**

Керівник дипломної роботи _____ **(Лисенко Н.П.)**

Зміст

ПЕРЕЛІК КЛЮЧОВИХ СЛІВ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ I. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ	
1.1.Сучасний стан ринку побутової техніки в Україні.....	11
1.2. Законодавство України щодо забезпечення якості та безпеки товарів народного споживання.....	25
1.3. Роль торгово - промислової палати України у вирішенні завдань щодо доведення до споживача продукції належної якості.....	34
1.4. Споживні властивості пилососів як показник їх якості.....	39
1.5. Вимоги до якості побутових пилососів.....	45
1.6. Відповідальність підприємств торгівлі за реалізацію недоброякісної продукції.....	52
Висновки щодо огляду літератури, обґрунтування обраної теми	
РОЗДІЛ II. ДОСЛІДНИЦЬКО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ЧАСТИНА	
2.1 Мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження.....	59
2.2. Методи дослідження пилососів.....	61
2.3. Оцінка якості пилососів за їх споживними властивостями.....	63
2.3.1. Дослідження якості пилососів за участю Сумської торгово-промислової палати.....	63
2.3.2.Експериментальні дослідження якості пилососів за 5- бальною шкалою.....	65
2.4 Визначення коду за УКТ ЗЕД на побутові пилососи.....	70
2.5. Результати контролю якості побутових пилососів у магазині «Технополіс» м.Суми.....	75
РОЗДІЛ 3. ОХОРОНА ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ	

Додатки

ПЕРЕЛІК КЛЮЧОВИХ СЛІВ:

Пилососи, побутова техніка. якість, безпека, показники якості, методи дослідження, споживні властивості, балова шкала, показники безпеки, дослідження, захист прав споживачів. торгово-промислова палата

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

НД - нормативний документ

ГОСТ –міждержавний стандарт

ВСТУП

Побутові пилососи в нашому житті мають велике значення, бо заощаджують наш час та значно полегшують прибирання приміщень, покращують санітарно-гігієнічний стан житла. Вони поділяються на:

- побутові електропилососи "сухого" чищення призначені для прибирання приміщень, чищення одягу, килимів і м'яких меблів, а також для інших робіт, пов'язаних з використанням розрядження і руху повітря. Вони займають великий відсоток в продажі пилососів;
- пилососи "мокрого" прибирання мають значні переваги. Вологе прибирання кафельних і кам'яних полів, коврових і ПВХ-покриттів будь-яких пластикових панелей, а також матраців, м'яких меблів, гардин. Деякі моделі дозволяють зміною насадки помити вікна, сантехніку, облицьовані плиткою стіни і навіть прочистити забруднену раковину. Тобто генеральне прибирання по повній програмі;
- парові пилососи - зручні, компактні, легкі у використанні і відзначаються своєю універсальністю, почистять вікна, штучні матеріали, кераміку, хром, мрамор, душові кабінки, ванни, раковини, унітази, арматуру, зливні отвори і дзеркала. Потужний потік пара глибоко очищає та видаляє плями з м'яких меблів, килимів, килимів і коврових покриттів. Обробляючи меблі з дерева і шкіри паром, значно покращуються їх зовнішній вигляд і продовжується строки їх використання. Пароочисники в два рази скорочують час прибирання і дозволяють економити на синтетичних миючих засобах, які застосовують у водних пилососах.

Зараз виготовляються і промислові пилососи, які успішно прибирають: абразивний і промисловий пил, дрібне будівельне сміття, дрібну стружку, окалину, пролиті рідини, бите скло і скляний пил, порошкові полімерні барвники і інші дрібнодисперсні порошки, шерсть тварин та інше. Таким чином, пилососи з кожним днем все більше допомагають людям, полегшуючи їхню працю і створюючи сприятливий мікроклімат в оселі.

Метою дипломної роботи є поглиблення і розширення знань про розвиток асортименту пирососів, зокрема факторів, які формують споживні властивості цих виробів та дослідження якості побутових пирососів за участю представників Сумської торгово-промислової палати та самостійного експериментального дослідження.

Для досягнення цієї мети поставлені такі задачі:

1. дослідити споживні властивості пирососів;
2. визначити показники якості виробів;
3. аналіз якості окремих зразків пирососів магазину "Технополіс" м. Суми за участю експертів Сумської торгово-промислової палати;
4. експериментальне дослідження якості пирососів з використанням сучасних методів за 5- бальною шкалою

Дипломна робота складається з таких основних розділів: вступ, огляд літературних джерел, експериментально-дослідницька частина, охорона праці на підприємстві, висновки та пропозиції

Інформаційно-методологічна база включає: нормативно-технологічну документацію, навчальну літературу, інтернет джерела, рекламно-розповсюджувальну інформацію.

РОЗДІЛ I. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1.1.Сучасний стан ринку побутової техніки в Україні

За останні декілька років ринок побутової техніки в Україні виріс, щонайменше, в п'ять разів. Сама ж техніка стала дешевшою і більш доступнішою для звичайного пересічного українця. І навіть наявність японського телевізора з таким же японським відеомагнітофоном, чи то, як стало зараз модно, DVD програвачем, вже давно не викликає заздрість у наших сусідів, як це було років десять, чи може п'ятнадцять назад.

Підтримка і розвиток власного, вітчизняного виробництва високо конкурентних імпортозамінюючих інноваційних складних виробів побутової техніки тривалого користування: холодильників, морозильників, автоматичних пральних машин, пиłosосів, кондиціонерів, газових та електричних плит, водонагрівачів і таке інше – повинна стати головною задачею державної підтримки вітчизняного виробника побутової техніки.

Актуальність теми полягає у відсутності державного фінансування на розробку та розвиток виробництва сучасної конкурентоспроможної побутової техніки, через спроможність національних товаровиробників складної побутової техніки використовувати власні засоби для створення нових виробів побутової техніки, їх освоєння та спроможність залучати інвестиції для реалізації власних проектів сумісно з ведучими іноземними компаніями.

Розвиток економіки, забезпечення її сталого росту в сучасних умовах підвищення світової конкуренції, створення нових робочих місць, підвищення матеріального забезпечення й рівня життя населення - це стратегічні завдання України.

Одним з важливих складових елементів державної економічної політики України є підтримка і розвиток власного, вітчизняного виробництва високо конкурентних імпортозамінюючих складних виробів побутової техніки тривалого користування: холодильників, морозильників, автоматичних

пральних машин, пирососів, кондиціонерів, газових та електричних плит, водонагрівачів і таке інше.

Сучасний споживчий ринок побутової техніки в Україні характеризується великою розмаїтістю моделей в основному імпоротної техніки. Конкуренцію імпортним виробам на ринку складають тільки українські холодильні прилади і, частково, кухонні плити.

Аналіз українського ринку основних видів побутової техніки за 2003-2004 рр. показує домінування імпоротної продукції.

Протягом останніх декількох років (2008-2012 рр.) український ринок побутової техніки стабільно росте при значному збільшенні частки імпорту.

В секторі холодильних приладів із загальної кількості країн-імпортерів лідерами у даний час є Литва, Росія, Білорусь, Корея. Стабільну частку ринку займають Німеччина, Туреччина, Словенія, Угорщина і ряд інших країн.

Росте імпорт китайської техніки спрощених конструкцій і, відповідно, порівняно низькими цінами.

Частка вітчизняної холодильної техніки в загальному обсязі ринку постійно зростає й у 2012 році склала 32,6%.

Сектор автоматичних пральних машин на ринку практично на 100% зайнятий імпоротною технікою. Частка вітчизняних машин у 2010 році склала 0,37%, у 2012 р. – 6,88%. Виробництво цих машин здійснюється на ряді підприємств України з імпортних машинокомплектів. Власного виробництва автоматичних пральних машин з повним технологічним циклом виготовлення в Україні в даний час немає.

Сектор ринку кухонних плит представлений як імпортними, так і вітчизняними моделями газових, електричних і комбінованих – газоелектричних плит.

Традиційними лідерами – імпортерами є: Білорусь, Туреччина, Польща, Італія, Німеччина, Словенія, Росія. Частка вітчизняних кухонних плит у 2012р. склала 37,1%.

Ринок побутових кондиціонерів представлений практично на 100% імпортними моделями.

За останні 5-7 років накопичувальні електричні водонагрівачі одержали широке поширення на українському ринку. Попит і продаж водонагрівачів постійно ростуть. Цей факт обумовлюється проблемою забезпечення гарячою водою не тільки міських жителів, але й у більшій мірі сільських жителів, де відсутнє гаряче водопостачання. Більшість водонагрівачів на ринку – імпортна продукція. [5, с. 47-48]

З метою забезпечення сталого розвитку виробництва складної побутової техніки в Україні програма підтримки передбачає:

- реалізацію стратегії створення нових і розвиток існуючих українських виробництв складних виробів побутової (домашньої) техніки шляхом інноваційного типу розвитку;
- високі темпи переходу до освоєння нових моделей техніки, ефективне використання нових матеріалів, комплектуючих виробів, устаткування і технологій;
- випуск конкурентоспроможної імпортозамінюючої продукції, що відповідає вимогам споживчого ринку;
- впровадження ресурсозберігаючих та екологічно чистих технологій
- збільшення обсягів випуску продукції;
- збільшення зайнятості населення шляхом створення нових робочих місць;
- підвищення матеріального рівня забезпеченості трудящих;
- забезпечення національних інтересів держави.

В даний час виготовлення складних виробів побутової (домашньої) техніки в Україні, за винятком холодильників, морозильників та газових плит, перебуває у незадовільному стані.

Виробництво такої продукції, як автоматичні пральні машини, пілососи, кондиціонери, водонагрівачі, посудомийні машини здійснюється у невеликих кількостях на окремих підприємствах методом складання з

машинокомплектів, що поставляються виробниками Європи та Азії, чи взагалі відсутні.

Український споживчий ринок складної побутової техніки насичений, в основному, імпортною продукцією. Особливо це стосується автоматичних пральних машин, кондиціонерів, пілососів, посудомийних машин, що займають майже 100 відсотків українського споживчого ринку.

Практично повна іноземна монополія на ринку, за винятком побутових холодильників, морозильників та кухонних газових плит, явище далі неприйнятне, з огляду на високий промисловий та інтелектуальний потенціал України, стратегічні завдання держави по сталому розвитку економіки в умовах підвищення світової конкуренції, створенню нових робочих місць, підвищенню матеріального добробуту населення України. [1]

В 1998 році досить активно заявила про себе турецька компанія Веко. Цим виробником представлені кухонні електроприлади, холодильники, плити, обігрівачі, пілососи ; пральні та посудомийні машини. Цінова ніша холодильників досить "глибока": від 500 грн. до 6 тис. доларів.

Великий ряд холодильників, плит та пральних машин представляє Merloni. За словами керівництва, компанія і в кризовий час вважає український ринок побутової техніки досить перспективним і далеким від насичення. Вкладаючи у рекламу значні кошти (за обсягами Merloni - на третьому місці після LG та Samsung), компанія забезпечує стабільне зростання обсягів продажів уже протягом трьох років роботи в Україні.

Найбільшого в Україні виробника холодильників - заводу "Норд" - зазначають, що в планах "Норду" - активніше просуватися на зарубіжні ринки, на які вже й тепер припадає до 70% продукції. За словами фахівців, якщо "Норд" контролює до 50% вітчизняного ринку холодильників і досить вдало стримує натиск іноземної продукції, то в інших сегментах великої побутової техніки, скажімо, кухонних плит, посудомийних та пральних машин, українські виробники не є серйозними конкурентами зарубіжним. На думку експертів, саме в цих сегментах ринку конкуренція посилюватиметься

з приходом нових зарубіжних виробників. Хоча, як свідчить практика, ринок ще здатен розширювати свої межі під нового учасника гри. Такого, як, наприклад, чеська фірма Moga - один із помітних східноєвропейських виробників кухонних плит та обігрівачів. Moga вперше провела потужну рекламну кампанію, налагодила широку збутову мережу, й обсяги продажів зросли у кілька разів.

Перші кроки в Україні успішно зробила словенська компанія Gorenje. Вона, зокрема, пропонує міні-кухні площею 1 кв. м (що складаються з холодильника, морозильної камери, електроконфорки та мийки), а також пральні машини зі 100-літровим баком води (призначена для тих, хто має проблеми з водопостачанням).

Те, що ринок малої побутової техніки останнім часом розвивається досить динамічно, засвідчують і постійні виставки по найбільших містах України.

На сьогодні ефективність малоформатних магазинів, що працюють на ринку побутової техніки й електроніки, неухильно знижується. Вони поступаються місцем великим мережним магазинам. А поборотися є за що. За кілька останніх років середньорічні темпи розвитку галузі вже перевищили 20%. А до 2010 року ринок побутової техніки й електроніки, за оцінками експертів, може зрости втричі—вшестеро. [5]

Ринок пирососів України представлений широкою розмаїтістю моделей. На ринку переважають пирососи імпортного виробництва – близько 85% всього обсягу. У структурі ринку лідирують Південна Корея і Китай. Перші апарати для всмоктування пилу з'явилися ще на початку двадцятого століття, але активно почали використовуватися в побуті з 50-х років минулого сторіччя. Сьогодні побутові пирососи представлені в неймовірних варіаціях і виконаннях. Найпопулярніші і звичні споживачу - класичні агрегати з пиловим мішком, який після збирання витрушують. Такі моделі прості в експлуатації, компактні й тихі. Деякі моделі пропонують на вибір використання як постійного тканинного мішка, так і змінних паперових, які

після наповнення просто викидаються. Інший тип - пирососи циклонного типу, об'ягати пил за рахунок відцентрової сили на дні пластикового контейнеру. Ці апарати виглядають більш ефектно, ніж звичайні. Є у них і слабкі сторони, як правило, у циклонних моделей менше ступінь уловлювання пилу в контейнер, що вимагає більш часті заміни фільтрів. Потрібно відзначити, що практично всі сучасні агрегати оснащені якісними фільтрами, а моделі середньої і вищої категорій додатково оснащені НЕРА-фільтрами, уловлюють самі мікроскопічні частинки пилу. Ще один вид ефективного уловлювання пилу - водяна фільтрація. Пиросос з аквафільтром використовує для уловлювання пилу ємність з водою, через яку за спеціальною схемою проходить потік повітря з пилом. Пирососи з аквафільтром можуть бути як звичайними, для сухого прибирання, так і миючими. Популярні в нашій країні бренди, що представляють миючі моделі - це Thomas і Karcher, вироблені в Німеччині. Миючі пирососи призначені для сухого та вологого прибирання, миття вікон, стоків, кахлів та м'яких меблів. Вони більше і складніше в експлуатації, ніж звичайні моделі. Робот пиросос - компактний пристрій, самостійно проводить прибирання. Як правило, такі апарати не замінюють повнорозмірного апарату, але дозволяють проводити легке прибирання, тим самим, підтримуючи чистоту в будинку між генеральними прибираннями. Купити пиросос можна в одному з понад 100 магазинів, що пропонують ці пристрої в нашому каталозі. Популярні також портативні пристрої або автомобільні пирососи, які здатні працювати від акумулятора або автомобільного прикурювача. Такі апарати мають невисоку потужність і просту систему фільтрації, але відмінно підійдуть для експрес-прибирання салону автомобіля.

Товари для середнього класу в даний момент представлені торгівельними марками "Тефаль", "Мулінекс", "Ровента", "Бош", "Сіменс", "Браун" та іншими. Товари, що розраховані на менш заможного покупця, представлені торгівельними марками "Уніт" (Австрія), "Меліса" (Швеція), "Северин" (Німеччина).

Пилососи, призначені для вакуумного (сухого) очищення поверхонь класифікуються так:

1) за призначенням: а) пилососи загального призначення; б) пилососи спеціального призначення (для чищення паласів, одягу, автомобілів, тварин);

2) за способом експлуатації: а) ПП - пилососи підлогові (масою від 6 кг); б) ПР - пилососи ручні (масою до 3 кг) (крім звичайного виконання, залежно від конструктивних особливостей та способу експлуатації бувають: штангові (Ш), ранцеві (Р), щітки (Щ), автомобільні (А)); в) підвісні і комбіновані;

3) за організацією потоку повітря: а) прямоточні (П) (з горизонтально розміщеним агрегатом); б) вихрові (В) (з вертикально розміщеним агрегатом);

4) за споживчою потужністю: а) 600 Вт; б) 400 Вт; в) 280 Вт та ін.

5) за оформленням: а) у вигляді циліндру; б) сфери; в) котла; г) котушки; д) ранця;

б) за комфортністю: а) звичайної; б) підвищеної;

7) за марками і моделями.

Аналіз ринку пилососів України за 2005-2011 рр. свідчить про тенденцію до скорочення імпорту даного виду продукції на територію України в натуральних одиницях виміру, яка переважала до 2009 р. Приріст даного показника мав місце в 2010 р. по відношенню до 2011 р. і склав 14%. У 2007 р. в порівнянні з 2006 р. імпорт пилососів скоротився на 21%, в 2008 р. по відношенню до 2007 р. – на 1,5%, а в 2009 р. порівняно з 2008 р. темп зниження імпорту пилососів досяг 50%. Проте в 2010 р. спостерігається істотний приріст показника, темп якого досяг 68%. (Рис. 1)

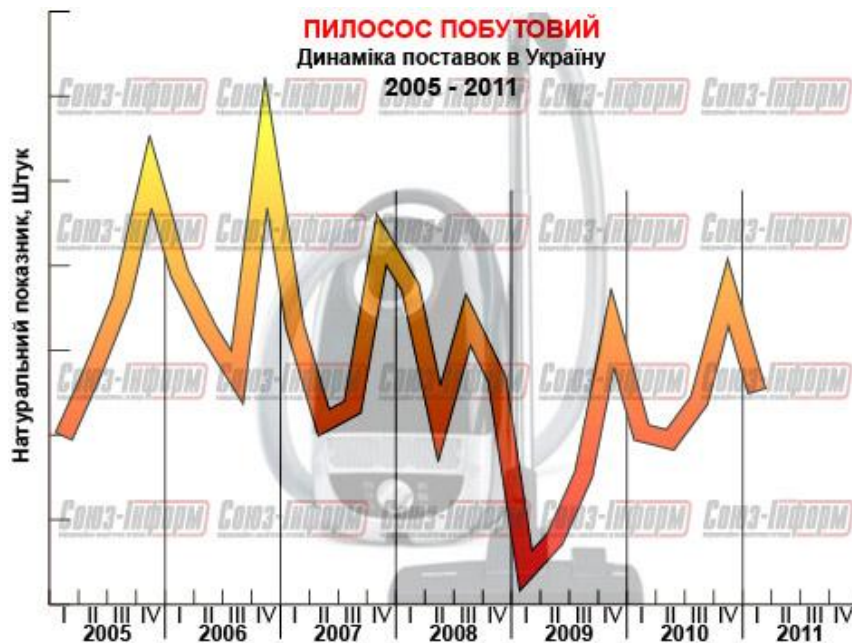


Рис. 1 Динаміка поставок пилососів в Україну

Динаміка експорту пилососів за межі України у натуральних одиницях виміру характеризувалася значним приростом. У 2006 р. по відношенню до 2005 р. експорт пилососів збільшився майже в 4 рази, в 2007 р. в порівнянні з 2006 р. динаміка даного показника характеризувалася 5-ти кратним приростом. У 2008 р. відносно 2007 р. експорт пилососів зріс на 34%, в 2009 р. по відношенню до 2008 р. темп приросту даного показника досягло практично 4-разового збільшення, а в 2010 р. відносно 2009 р. експорт пилососів збільшився в 2,5 рази.

Виробництво пилососів на території України в натуральних одиницях виміру скорочувалася протягом усього досліджуваного періоду. У 2006 р. по відношенню до 2005 р. темп зниження виробництва пилососів склав 76%, в 2007 р. в порівнянні з 2006 р. досяг 87%, в 2008 р. відносно 2007 р. трохисповільнився і склав 58%, а в 2009 і 2010 рр. на території України пилососи не вироблялися. (Рис. 2)



Рис. 2. Динаміка виробництва пилососів

Споживання пилососів на території України в 2011 р. по відношенню до 2010 р. скоротилося на 70%. У той же час в 2010 р. відносно 2009 р. споживання пилососів зросло на 67%. (Рис.3)



Рис. 3 Динаміка споживання пилососів в Україні

У 1 кварталі 2011 року по відношенню до 4 кварталу 2010 року імпорт пилососів на територію України скоротився на 32%. У той же час у

порівнянні з 1 кварталом 2010 року спостерігається приріст імпорту цього виду продукції темп якого склав 24%.

Експорт пилососів в 1 кварталі 2011 року по відношенню до 4 кварталу 2010 року скоротився практично на 93%. Разом з тим у порівнянні з аналогічним періодом 2010 року спостерігається збільшення експорту цього виду продукції в 3,5 рази.

Виробництво пилососів на території України не здійснюється.

Таблиця 1.1

Показники реалізації пилососів в Україні

Показник	Темп приросту, %	
	1 квартал 2011 / 4 квартал 2010	1 квартал 2011 / 1 квартал 2010
Імпорт	-32	24
Експорт	-93	256
Виробництво	-	-

Основними постачальниками пилососів в Україні є Китай і Південна Корея. Комерційні структури для населення України також закуповують пилососи в провідних фірмах Німеччини, Японії, США, Італії, Франції та інших.

Підприємства України виробляють побутові пилососи з високими споживчими властивостями такі як "Ракета" виробництва Дніпровського агрегатного заводу, "Вітязь" Харківського заводу "Електроважмаш", та "Міні" ПР-02 Київської фірми "Рем-Маркетинг". Ринок пилососів також поповнюється за рахунок надходження товарів із Росії "Буран-5", "Циклон", "Вихрь", "Спутнік".

Аналіз стану виробництва в Україні показує:

- позитивну динаміку за період 1970-1990 років - високі темпи зростання виробництва, випуск пирососів збільшився в понад 3 рази;
- негативну динаміку за період 1990-2007 років - високі темпи зниження виробництва, обсяг випуску пирососів зменшився в понад 10 разів.

Різде зниження обсягів виробництва в основному пояснюється низьким рівнем купівельної спроможності населення, невисокою конкурентоспроможністю вітчизняної побутової техніки порівняно з аналогічною імпоротною продукцією.

Слід зазначити що з 2000 року виробництво пирососів почало збільшуватись, що позначилось і на структурі реалізації, бо споживчий ринок поповнився українськими товарами.

Основними виробниками побутових пирососів в Україні є Дніпропетровський агрегатний завод (модель "Ракета", біля 70% вітчизняного обсягу виробництва), а також заводи побутової техніки Києва, Запоріжжя, Донецька, Харкова. [18]

Важливим показником стану виробництва пирососів є їх випуск в розрахунку на 1000 осіб

Таблиця 1.2

Випуск пирососів в розрахунку на 1000 осіб

Кількість штук на 1000 осіб/ Роки									
1986	1990	1995	1997	1998	1999	2000	2008	2010	2011
5,5	20,9	5,5	2,6	2,3	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5

Аналіз даних виробництва на 1000 осіб показує різке зниження виробництва в 1999 році, порівняно з 1990 у понад 9 разів, або на 99 %, та не значне підвищення в 2008 році, порівняно з 2000 роком. У 2011 ситуація залишається практично на тому ж рівні. Відносно цього показника Україна значно поступається закордонним країнам - виробникам побутової техніки. Імпортом електропобутової техніки в Україні займаються понад 150 великих і середніх фірм. Проте з урахуванням усіх малих фірм-імпортерів, які не

проводять масштабних рекламних компаній і не беруть участі у виставках, загальна кількість імпортерів побутової електротехніки збільшиться як мінімум втричі. Тобто майже 500 фірм в Україні ввозять побутову техніку. Доля імпортованих товарів весь час росте (таблиця 1.3), звичайно, Український ринок дуже привабливий для зарубіжних компаній, через малі об'єми власного виробництва ні і привабливість рентабельності збитку. Так в нас продаються товари германських (ROWENTA, THOMAS), італійських (DELONGHI), голандських (PHILIPS), польських (ZELMER), великобританських (VAX), російських (Vitek), корейських (LG) фірм.[10, 11]

Нині на ринку техніки представлено понад 300 найменувань пилососів. Частка вітчизняних моделей складає близько 10% представленого на ринку модельного ряду. Товари для середнього класу в даний момент представлені торгівельними марками "Тефаль", "Мулінекс", "Ровента", "Бош", "Сіменс", "Браун" та іншими. Товари, що розраховані на менш заможного покупця, представлені торгівельними марками "Уніт" (Австрія), "Меліса" (Швеція), "Северин" (Німеччина).

Річний ріст продажів малої побутової техніки по оцінкам продавців складає 25%. Основний прибуток як і раніше забезпечують пилососи. Тенденція ринку на цей час розширення модельного ряду, в цьому році майже закінчено на ринку миючих пилососів з водяним фільтром.

За минулі декілька років "середньостатистичні" ціни на них знизилися в 1,5-2 рази і зараз складають від 200 доларів до 80 доларів відповідно. Високим попитом користуються також пилососи з тканинним мішком (покупець не хоче додатково витратитися на одноразові мішки), але так-як на нашому ринку ще не достатньо продається таких моделей то продається велика кількість пилососів з одноразовим мішком [8,9].

Загальний обсяг ринку побутової техніки в 2007 році в Україні становив \$2,5 млрд і майже половина цього обсягу - "осіла" в столиці України. Щоправда, в 2008 році ситуація дещо змінилася, особливо що стосується доступності кредитування фізичних осіб, але експерти поки не схильні

вважати, що обсяг продажів, як і розвиток ринку ВПТ і електроніки, набагато знизяться. Уповільнення в цьому плані на 5-10 % - не така велика біда, якщо врахувати стрибок на 70 %! Причому, вважають аналітики, вступ України у СОТ теж внесе свій внесок до зниження темпів зростання мереж.

Серед великих мереж електроніки, присутніх у всіх регіонах країни, є тільки один представник російського бізнесу - це ТОВ "Ельдорадо-Холдинг". У 2007 році річний оборот компанії наблизився до \$6 млрд, причому в Україні він становив понад \$850 млн. Але це не заважає їй займати перше місце в рейтингу мереж побутової техніки в Україні і Києві.

За "Ельдорадо" слідує ще один гігант ринку побутової техніки й електроніки в Україні - компанія "Фокстрот". "Фокстрот. Техніка для дому" - це найбільша компанія з продажу побутової техніки і персональної електроніки на Україні (близько 20 % ринку). Заснована в 1994 році. Об'єднує 222 магазини "Фокстрот", РохМагі, "Техношара" і "Кіностудія" загальною площею понад 200 тис. кв. м в 93 обласних і районних центрах України і Молдови. У 2012 році виручка становила \$765 млн.

Наступний гігант ринку побутової техніки в Україні - компанія "Мегамаркет". Компанія була створена в 2001 році і входить до групи компаній UICOTEC. У 2006 році компанія відкрила величезний центр на місці заводу "Більшовик". Мережу гіпермаркетів "Мегамаркет" об'єднує 5 торгово-розважальних комплексів, чотири з них - безпосередньо в Києві і один в передмісті, в Броварах. У групу компаній входять також мережа гіпермаркетів "Мегамаркет" і мережа кінотеатрів "Батерфляй". Річний оборот компанії в 2012 році, на думку експертів, перевищив \$650 млн.

Четверта за потужністю мережа магазинів побутової техніки це "Домотехніка". Найімовірнішим покупцем "Домотехніки" може стати вже згадувана група компаній "Фокстрот". Можливо, покупцем "Домотехніки" стане один із співзасновників "Фокстроту".

Серед великих компаній по продажу побутової техніки особливе місце займає компанія МКС. Кількість спеціалізованих магазинів МКС становить

38 підприємств. Це торговельне підприємство займається реалізацією не тільки побутової техніки (холодильники, морозильники електроплити, пральні машини, кондиціонери, витяжки, пілососи тощо), але й технікою для офісів (комп'ютери, принтери, ксерокси, сканери тощо). Виробництво, продажі товарів і послуг, а також прибутковість ключових бізнесів МКС демонструють упевнене зростання. Основні показники випереджають ринкову динаміку, що свідчить про ефективну роботу. Загальний оборот компанії склав 437,17 млн грн. на кінець 2012 року.

Результати моніторингу продажу товарів тривалого вжитку, який здійснює компанія GfK Ukraine в рамках роздрібної панелі електротоварів у 45 містах України з населенням понад 100 тисяч мешканців, свідчать, що 2012 року ринок ВПТ характеризувався такими тенденціями:

- загалом ринок великої побутової техніки виріс на 8,6 % у фізичному вимірі та на 17,3 % у вартісному. Проте порівняно до показників 2011 року темпи зростання сповільнилися.
- зростання відбувалося за рахунок збільшення попиту на холодильники та кухонні плити, тоді як обсяг продажу пральних машин порівняно до 2006 року скоротився.
- більшим попитом користувалися дорожчі моделі ВПТ. Одночасно українці стали купувати техніку більш рівномірно протягом року, тоді як 2011 року основні продажі припали на грудень.

Протягом 2012 року у 45 містах України з населенням понад 100 тисяч мешканців було продано 4185 тисяч одиниць ВПТ на загальну суму 1596 млн доларів, що порівняно до 2011 року більше на 8,6 % у фізичному вимірі та на 17,3 % у вартісному. Одночасно 2012 рік приніс сповільнення темпів зростання цього ринку: за результатами 2011 року продажі ВПТ збільшилися на 32 % у фізичному вимірі та 25 % у вартісному.

Проаналізувавши дані можна сказати, що малі об'єми власного виробництва в Україні і привабливість рентабельності збитку підвищують інтереси зарубіжних виробників до вітчизняного ринку. Стратегія

просування товару і цінова політика компаній будуть різними в залежності від позиції яку вже вдалося завоювати на ринку. Активно стануть розвиватись всі цінові сегменти: дорогих пілососів - за рахунок імпорту, недорогих цінових категорій - за рахунок вітчизняних та виробників країн СНГ.[8]

1.2. Законодавство України щодо забезпечення якості та безпеки товарів народного споживання

На споживчому ринку головними діючими особами виступають споживачі, які купують товари для особистого споживання й некомерційного використання та суб'єкти господарювання, які здійснюють господарсько-торговельну діяльність у формі роздрібної торгівлі.

Роздрібна торгівля покликана захищати інтереси споживачів, бо вона є посередником між виробниками (постачальниками) і споживачами, висувати до виробників вимоги щодо якості продукції, її безпеки для здоров'я споживача, товарного вигляду, упаковки, надання споживачеві відповідної інформації про товар, забезпечити його належне торговельне обслуговування.

Економічні реформи трансформаційного періоду в Україні сприяли значній структурній перебудові роздрібної торгівлі, її демонополізації та роздержавленню. Разом із тим, у країні здійснюється реалізація державної політики щодо координації роботи всіх складових внутрішньої торгівлі на засадах використання ринкових механізмів господарювання, розроблення й упровадження правил торгівлі, посилення контролю за дотриманням їх. За останній час в Україні ухвалено цілу низку законодавчих і нормативних актів, мета яких — захищати права споживачів, підвищувати вимоги до якості товарів, що виробляються, до підприємств

роздрібної торгівлі, незалежно від їхньої організаційно-правової форми, а також громадян-підприємців, які займаються господарсько-торговельною діяльністю, сприяти нормальній організації процесу торговельного обслуговування покупців, запобігати обмеженню їхніх інтересів у будь-якій формі.

Законодавчі та нормативні акти регулюють процеси торговельного обслуговування окремими видами товарів, визначають основні правила роботи підприємств роздрібної та дрібнороздрібної торговельної мережі, вимоги щодо якості й безпечності товарів, термінів їх реалізації, гарантії тощо.

Сукупність усіх правил, які регулюють торговельну діяльність, становить нормативно-правову базу, що визначає обов'язкову відповідальність суб'єктів господарсько-торговельної діяльності як юридичних, так і фізичних осіб, перед споживачем і захищають його законні права.

Загальні права громадян України встановлені Конституцією України, згідно з якою розробляються й затверджуються акти цивільного та господарського законодавства.

Основними актами цивільного та господарського законодавства України є Цивільний кодекс України № 435-IV та Господарський кодекс України № 436-IV, ухвалені Верховною Радою України 16 січня 2003 року.

Цивільним законодавством регулюються особисті немайнові та майнові відносини (цивільні відносини), засновані на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності їхніх учасників.

Господарський кодекс України визначає правові засади господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Він регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між

цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання.

У ст. 39 третього розділу Господарського кодексу України «Захист прав споживачів» визначені основні права споживачів.

«Споживачі... під час придбання, замовлення або використання товарів (послуг) з метою задоволення своїх потреб мають право на:

державний захист своїх прав;

гарантований рівень споживання;

належну якість товарів (послуг);

безпеку товарів (послуг);

необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів (послуг);

відшкодування збитків, завданих товарами (послугами) неналежної якості, а також шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами (послугами), у випадках, передбачених законом;

звернення до суду та інших уповноважених органів влади за захистом порушених прав або законних інтересів».

Держава забезпечує громадянам захист їхніх інтересів як споживачів, надає можливість вільного вибору товарів (послуг), набуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (послуг) відповідно до їхніх потреб і гарантує придбання або одержання іншим законним способом товарів (послуг) в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я та життєдіяльності.

Гарантований рівень споживання забезпечується стимулюванням виробництва товарів, запровадженням у разі необхідності нормованого розподілу товарів, якщо немає гарантій вільного придбання їх кожним споживачем.

Споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного ним товару відповідала вимогам нормативних документів, умовам

договорів, а також інформації про товар, яку надає продавець. У разі виявлення недоліків або фальсифікації товарів упродовж гарантійного або інших термінів, установлених обов'язковими для сторін правилами чи договором, споживач має право за своїм вибором вимагати від продавця:

- а) безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем чи третьою особою;
- б) заміни на аналогічний товар належної якості;
- в) відповідного зменшення його купівельної ціни;
- г) заміни на такий само товар іншої моделі з відповідним перерахуванням купівельної ціни;
- д) розірвання договору та відшкодування збитків, яких він зазнав.

Вимоги споживача пред'являються за його вибором продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що виконує їхні функції, за місцем знаходження споживача.

Продавець, виробник або підприємство, що виконує їхні функції, зобов'язані прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги.

Споживач має право на те, щоб товари за звичайних умов їх використання, зберігання чи транспортування були безпечними для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавали шкоди його майну.

У разі відсутності нормативних документів, що містять обов'язкові вимоги до товару, використання якого може завдати шкоди життю здоров'ю споживача, навколишньому природному середовищу, а також майну споживача, відповідні органи державної виконавчої влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані негайно заборонити випуск і реалізацію таких товарів.

Споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товари, що забезпечує можливість компетентного їх вибору.

Інформація про товари має містити:
назви нормативних документів, вимогам яких має відповідати товар;
перелік основних споживчих властивостей товарів, дату виготовлення;
гарантійні зобов'язання виробника; правила й умови ефективного
використання товарів; термін служби (придатності) товарів, відомості про
необхідні дії споживача після його завершення, а також про можливі
наслідки в разі невиконання цих дій; найменування й адресу виробника і
підприємства, яке здійснює його функції, щодо прийняття претензій від
споживача, а також проводить ремонт, технічне обслуговування.

Якщо товари підлягають обов'язковій сертифікації, споживачеві має
надаватися інформація про їхню сертифікацію.

Стосовно товарів, які за певних умов можуть бути небезпечними для
життя, здоров'я споживача та його майна, виробник (продавець)
зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про такі товари й
можливі наслідки їхнього впливу.

Збитки, завдані споживачеві товарами, придбаними в результаті
недбалої реклами, підлягають відшкодуванню винною особою в повному
обсязі.

Під час розгляду вимог споживача про відшкодування збитків,
завданих недостовірною або неповною інформацією про товари чи
недбалою рекламою, Закон вимагає виходити із припущення, що у
споживача немає спеціальних знань про властивості й характеристики
товарів, які він купує.

Держава створює умови для здобуття споживачами потрібних знань
стосовно реалізації їхніх прав. Конкретні права споживачів, механізм
реалізації захисту цих прав та відносини між споживачами товарів
(послуг) і виробниками (продавцями) регулюються Законом України
«Про захист прав споживачів» та іншими законодавчими актами.

Закон України «Про захист прав споживачів» був ухвалений 15
грудня 1993 року. Відповідно до нього в країні створено систему

державних органів у справах захисту прав споживачів на чолі з Державним комітетом України з питань технічного регулювання та споживчої політики, а також сформовано мережу громадських організацій споживачів (об'єднання споживачів). Закон визначив широке коло повноважень Державного комітету та його територіальних органів. Їм надано право:

давати суб'єктам господарювання обов'язкові до виконання приписи щодо припинення порушень прав споживачів;

перевіряти у суб'єктів господарювання сфери торгівлі дотримання вимог щодо безпеки товарів, а також додержання правил торгівлі й надання послуг;

безплатно одержувати від суб'єктів господарювання, що перевіряються, необхідні нормативні документи чи відомості, які характеризують якість товарів (послуг), сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, що використовуються для виробництва цих товарів (надання послуг);

припиняти відвантаження і реалізацію товарів, що не відповідають вимогам нормативних документів, до усунення суб'єктами господарювання виявлених недоліків;

забороняти суб'єктам господарювання реалізацію споживачам товарів (надання послуг): на які немає документів, що засвідчують їхню відповідність вимогам нормативних документів; на які в актах законодавства, нормативних документах встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя, здоров'я, майна споживачів і охорони навколишнього природного середовища, якщо ці товари не мають сертифіката відповідності; завезених на територію України без документів, які підтверджують належну якість їх;

приймати рішення щодо тимчасового припинення діяльності підприємств роздрібної торгівлі (секцій, відділів, складів) незалежно від форм власності, що систематично реалізують недоброякісні товари, порушують

правила торгівлі, умови зберігання й транспортування товарів до усунення виявлених недоліків;
подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів;

накладати на суб'єктів господарювання сфери торгівлі, зокрема й на громадян-підприємців, стягнення в разі порушення ними законних прав споживачів.

Закон надає споживачам право обміняти впродовж 14-ти днів, невраховуючи дня купівлі, непродуктовий товар належної якості на аналогічний у продавця, у якого він був придбаний, якщо товар не підійшов за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням.

Якщо на момент обміну аналогічного товару немає у продажу, споживач має право або придбати будь-які інші товари з наявного асортименту із відповідним перерахуванням вартості, або одержати назад гроші у розмірі вартості поверненого товару. Обмін товару належної якості проводять, якщо він не споживався і якщо збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також товарний чи касовий чек або інші документи, видані споживачеві разом із проданим товаром.

Важливими нормативно-правовими актами, що регулюють діяльність у сфері роздрібної торгівлі, є Укази Президента України щодо посилення державного захисту прав споживачів та державного регулювання відносин у сфері торгівлі, а також правила торговельного обслуговування населення та інші нормативно-правові акти, ухвалені Кабінетом Міністрів України.

Указом Президента України № 560/95 від 5 липня 1995 року створено Міністерство зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України (МЗЕЗторг). Його головними завданнями в сфері торгівлі є:

реалізація державної політики щодо розвитку роздрібно́ї та оптової торгівлі на основі використання ринкових механізмів господарювання, здійснення технічної політики у сфері торговельної діяльності;

сприяння формуванню та товарному насиченню споживчого ринку, виробництву товарів, розширенню їх асортименту та поліпшенню якості з урахуванням попиту населення;

розроблення та запровадження правил торгівлі, забезпечення контролю за додержанням їх, здійснення заходів щодо вдосконалення організації торговельного обслуговування.

Правила продажу окремих видів товарів регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу та продаж їх через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги стосовно дотримання прав споживачів щодо належної якості товару та рівня торговельного обслуговування.

орядок приймання, зберігання, підготовки до продажу та продаж непродовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, вимоги щодо дотримання прав споживачів стосовно належної якості товарів і рівня торговельного обслуговування визначені Правилами продажу непродовольчих товарів № 294 затвердженими МЗЕЗторгом 27.05.1996 року.

Відповідно до цих Правил торговельні працівники, які безпосередньо зайняті обслуговуванням покупців, повинні мати спеціальну професійну підготовку; знати асортимент і якісні характеристики товарів певної групи, ознаки браку; правила підготовки товарів до продажу; принципи розміщення, викладки товарів і оформлення вітрин; способи показу і пакування товарів; правила зберігання товарів і терміни їх реалізації; порядок таврування засобів міри і ваги; правила роботи касового апарату і догляду за ним; встановлений порядок розрахунку із покупцями; види торговельного

обладнання, інвентарю, інструментів і правила користування ними; правила поводження з тарою; правила санітарії та гігієни; правила техніки безпеки та протипожежні засоби тощо.

До подачі товарів у торговельний (демонстраційний зал) проводять підготовку її до продажу: перевіряється цілісність упаковки, розпакування, перевірка наявності маркувальних даних і якості, чистка, прасування, перевірка наявності інструкцій з експлуатації, технічних паспортів, гарантійних талонів, комплектність виробів, перевірка роботи в дії тощо. У разі відсутності маркування на окремих výroбах або пошкодження ярлика підприємства-виробника (відсутність пломби, потертості, нечіткості запису тощо) відновлюються всі маркувальні дані, виписується дублікат товарного ярлика.

Товар, який отримує покупець, має відповідати вимогам нормативних документів щодо якості та безпеки. Якщо на товар встановлено гарантійні терміни, покупець має отримати на нього технічний паспорт або інші документи, що його замінюють. Правила передбачають як обов'язок продавця забезпечити належне пакування куплених товарів для збереження їхньої якості під час транспортування.

Правила визначають особливості продажу окремих груп товарів: швейних, трикотажних, хутряних, овчинно-шубних (кожухових) товарів і головних уборів;

текстильних товарів: тканин бавовняних, вовняних, лляних, тканин із натурального шовку, синтетичних і штучних волокон, трикотажних полотен, нетканих матеріалів, штучних текстильних товарів;

взуття: всі види шкіряного, текстильного, комбінованого, гумового, полімерного, валяного взуття;

електропобутових приладів: побутових холодильників, морозильників, машин і приладів для механізації побутових робіт, побутових приладів для очищення, зволоження, кондиціонування повітря,

електроосвітлювальної арматури та електроламп, електронагрівальних приладів, провідникових і установлюваних виробів тощо;
телерадіотоварів;

товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин;
меблів;

товарів для фізичної культури, спорту, туризму;
лісоматеріалів та будівельних матеріалів;
парфумерно-косметичних товарів і мила туалетного;
галантерейних товарів.

Організація комісійної торгівлі непродовольчими товарами та продажу товарів тривалого користування в кредит регламентується окремими правилами.

Водночас із розвитком товарного ринку розробляються нові й удосконалюються чинні законодавчі та нормативно-правові акти. Знання й виконання законодавства і нормативних документів сприяє уникнення свавілля на споживчому ринку, насиченню його якісними товарами, які відповідають зростаючим вимогам споживачів і поліпшують торговельне обслуговування населення.

1.3. Роль торгово-промислової палати України у вирішенні завдань щодо доведення до споживача продукції належної якості

В Україні створена недержавна неприбуткова самоврядна організація, яка об'єднує юридичних осіб, які створені і діють відповідно до законодавства України, та громадян України, зареєстрованих як підприємці, та їх об'єднання – торгово-промислова палата України.

Торгово-промислові палати створюються з метою сприяння розвитку народного господарства та національної економіки, її інтеграції у світову

господарську систему, формуванню сучасних промислової, фінансової і торговельної інфраструктур.

Закон «Про торгово-промислові палати» визначає порядок створення торгово-промислових палат і припинення їх діяльності. На території України діє Торгово-промислова палата України.

Торгово-промислова палата створюється за ініціативою не менш як 50 засновників, які знаходяться на відповідній території.

Членами торгово-промислової палати можуть бути лише юридичні особи, які створені і діють відповідно до законодавства України, та громадяни України, зареєстровані як підприємці, та їх об'єднання.

Законом встановленні вимоги до статутних документів торгово-промислових палат, а також порядок державної реєстрації Торгово-промислової палати України та регіональних торгово-промислових палат.

У відповідності до Закону торгово-промислові палати мають наступні права:

- проводити за дорученням державних органів незалежну експертизу проектів нормативно-правових актів з питань економіки, зовнішньоекономічних зв'язків;
- представляти і захищати законні інтереси торгово-промислової палати або за дорученням її членів їх інтереси;
- надавати за дорученням українських та іноземних юридичних і фізичних осіб послуги, пов'язані із захистом їх прав та інтересів, відповідно до законодавства України та міжнародних договорів України;
- проводити на замовлення українських та іноземних підприємців експертизу, контроль якості, кількості, комплектності товарів (у тому числі експортних та імпорتنих) і визначати їх вартість;
- засвідчувати і видавати сертифікати про походження товарів, сертифікати визначення продукції власного виробництва підприємств з іноземними інвестиціями та інші документи, пов'язані із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності;

- створювати, реорганізовувати і ліквідовувати підприємства та інші організації з метою виконання статутних завдань у порядку, встановленому законом;
- створювати за ініціативою учасників спору третейські суди відповідно до законодавства України, галузеві або територіальні комітети (ради) підприємців, цільові секції фахівців-консультантів;

У відповідності до цілей своєї діяльності Палата :

здійснює представництво інтересів членів Палати з питань, пов'язаних з їх господарською діяльністю як в Україні так і за її межами, сприяє розвитку ринкових відносин в своєму регіоні, підприємницькій діяльності у всіх її формах, експорту українських товарів, надає консультаційні послуги в проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому і зовнішньому ринках, освоєнні нових форм співробітництва, організує взаємодію між суб'єктами підприємницької діяльності, координує їх взаємовідносини з державою в особі її органів, а також з потенційними партнерами;

надає довідково-інформаційні послуги та сприяє розповсюдженню знань стосовно, економіки, науково-технічних досягнень, законодавства, звичаїв і правил торгівлі України і зарубіжних країн, діяльності і можливостей зовнішньоекономічного співробітництва підприємств, розташованих в зоні обслуговування Палати;

займається видавничою діяльністю, в тому числі - видає інформаційні, довідкові, рекламні та методичні матеріали з питань, які входять у сферу діяльності;

бере участь в організації у своєму регіоні і за межами України професійного навчання та стажування спеціалістів для підприємницької діяльності та інших видів навчання;

приймає іноземні торгово-економічні і науково-технічні делегації, окремих представників іноземних ділових кіт і громадських організацій, а також направляє за кордон своїх представників;

організує виставки, семінари, конференції, ділові зустрічі з економічних питань за участю українських та іноземних підприємств і організацій, перш за все членів Палати, як в регіоні своєї діяльності, так і за межами України, сприяє участі цих підприємств і організацій у міжнародних ярмарках і виставках за кордоном;

надає послуги по продажу експонатів українських учасників виставок і ярмарок за кордоном і реалізації іноземних експонатів на виставках, які організовуються на території діяльності Палати;

надає послуги за замовленнями українських та іноземних юридичних і фізичних осіб на проведення експертизи якості, кількості, комплектності вітчизняних (в тому числі експортних) та імпортованих товарів, продукції, сировини,

перевірки стану пакування, правильності маркування, в необхідних випадках відбору зразків (проб) товарів та їх аналіз; визначає вартість товарів, продукції, виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння та іншого рухомого та нерухомого майна, проводить діяльність по оцінці рухомого та нерухомого майна при його приватизації, заставі, продажі; сертифікації якості продукції та проведення експертизи, пов'язаної з ідентифікацією продукції (сировини) по визначенню кодів за ТН ЗЕД, виконує комплекс робіт та послуг маркування товарів штриховими кодами ЕЛ. Проводить експертизу по оцінці транспортних засобів;

надає консультаційні послуги по визначенню якості товарів, прав споживача, а також відповідності претензійних матеріалів, оформлених третьою стороною, вимогам відповідних нормативних актів;

здійснює пошук партнерів, надає транспортно-експедиційні послуги, послуги з митного декларування вантажів, брокерські послуги та інші, що не суперечать загальним положенням цього Статуту та чинному законодавству; сприяє українським та іноземним громадянам, підприємствам і організаціям в одержанні охоронних документів на винаходи, промислові зразки, товарні знаки та інші об'єкти промислової власності;

засвідчує сертифікати про походження тозарів, які визозяться за межі України, товаросупроводжуючу документацію на ці товари, сертифікати визначення продукції власного виробництва підприємств з іноземними інвестиціями та інші документи, поз'язані зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності;

Законом України «Про торгово-промислові палати» встановлено особливий статус Торгово-промислової палати України. Членами Торгово-промислової палати України є торгово-промислові палати, створені відповідно до цього Закону, юридичні особи, які створені і діють відповідно до законодавства України, громадяни України, що зареєстровані як підприємці, та їх об'єднання.

Торгово-промислова палата України відповідно до Закону та свого Статуту здійснює представницькі функції як в Україні, так і за її межами, об'єднує торгово-промислові палати та координує їх діяльність.

До функцій Торгово-промислової палати України віднесено, зокрема, засвідчення обставини форс-мажору відповідно до умов зовнішньоторговельних угод і міжнародних договорів України, а також торговельні та портові звичаї, прийняті в Україні.

При Торгово-промисловій палаті України діють Міжнародний комерційний арбітражний суд і Морська арбітражна комісія, діяльність яких регулюється законодавством України.

Торгово-промислова палата України представляє інтереси своїх членів у Міжнародній торговій палаті, а також в інших міжнародних організаціях з питань підприємницької діяльності.

Сумська торгово-промислова палата нині об'єднує 228 підприємств області і сприяє розвитку їх бізнесу, захисту ділових інтересів на регіональному, всеукраїнському та міжнародному рівнях, проводить експертизу якості товарів, послуг, експертизу документів та інші роботи щодо забезпечення якості та безпеки товарів народного споживання.

1.5.Споживні властивості пиłosосів як показник їх якості

Споживні властивості пиłosосів визначаються такими характеристиками: функціональними, ергономічними, надійністю, безпекою, естетичними параметрами, економічними характеристиками.

Таблиця 1.3

Характеристика споживних властивостей пиłosосів

№п/п	Споживні властивості	Характеристика параметрів властивостей
1	Функціональні	Споживчий попит пилоочисна спроможність місткість пиłosбірника розрідження
2	Ергономічні	Зручність використання гігієнічність
3	Надійності	Середньорічне напрацювання середній строк служби
4	Безпеки	Рівень шуму елетробезпека
5	Естетичні	Інформованість лаконічність форми колористичне оформлення
6	Економічні	Ціна

Розглянемо більш детально характеристику споживних властивостей.

Ефективність роботи пиłosосів визначається такими параметрами, як витрата повітря, розрідження, пилоочисна спроможність, місткість пиłosбірника, ефективність пиłosутримування. Екологічність приладів визначається ефективністю пиłosутримування, рівнем шуму під час

роботи та можливістю утилізації зібраного бруду.

Функціональні властивості пилососів залежать від аеродинамічних параметрів повітровсмоктувального агрегату і характеристики приладу в цілому. В таблиці 1.4 вказані деякі функціональні параметри для приладів з різними значеннями споживаної потужності.

Таблиця 1.4

Функціональні параметри для приладів з різними значеннями споживаної потужності.

Типорозмір пилососів м ³ /с	Спожива на потужність, Вт	Пилоочисна спроможність, %		Розрідження Кпа, (не менше)	Місткість пилозбиральника, г (не менше)	Витрати повітря, 10 ⁻⁴ м ³ /с (не менше)
		На підлозі	На килимі			
ПР-70	70	-	-	2,00	-	50
ПР-100	100	75	60	4,00	70	90
ПР-140	140	80	67	7,50	70	100
ПР-280	280	84	65	9,40	125	140
ПР-400	400	95	83	11,4	275	190
ПП-400	400	95	83	11,4	275	190
ПП-600	600	95	83	13,5	400	250
ПП-800	800	95	85	15,0	500	320
ПП-1000	1000	95	85	15,5	500	340

Під час прибирання пилозбиральник поступово заповнюється пилом, при цьому витрата повітря Q зменшується, а ступінь розрідження H збільшується. Цей процес можна промодельовати шляхом дроселювання (зменшення) площі вхідного отвору. Максимальне значення H має тоді, коли вхідний отвір пилососа (ПВА) повністю закритий. У цьому випадку вентилятор ПВА обертається в дуже розрідженому повітрі що обумовлює зменшення навантаження і збільшення обертів ротора електродвигуна.

Одночасно при цьому різко падає корисна потужність P_2 і ККД. Цілком зрозуміло, що пилоочисна спроможність пилососа в режимі максимального значення H , тобто тоді, коли пилосбіральник повністю заповнений, дорівнює нулю. Для відновлення функціональної спроможності приладу необхідно очистити або замінити фільтр.

Прилади за умови зниження напруги живлення до 10% номінального значення, повинні мати розрідження не меншим від 80%. Ця вимога не стосується приладів III класу захисту від ураження електричним струмом.

Ефективність пилоутримання характеризується відношенням кількості пилу що був затриманий фільтром, до кількості пилу, що потрапив до тракту пилососа. ГОСТом 10280-85 рекомендоване значення цього параметра, яке не повинно бути меншим за 98,5%. Разом з тим слід зазначити, що на практиці оцінити рівень ефективності пилоутримання приладу дуже важко внаслідок того, що частки пилу осаджуються на поверхнях повітропроводу. Численні дослідження показали, що ефективність пилоутримання текстильних фільтрів набагато нижча, на відміну від паперових фільтрів одноразового використання, що обумовлено вторинною емісією пилу під час другого ввімкнення.

Пилоочисна спроможність визначається як властивість пилососів очищати поверхню від пилу після п'яти циклів очищення. Цикл очищення містить в собі подвійний рух насадки, тобто вперед і назад. Пилоочисна спроможність пилососів залежить від аеродинамічних параметрів приладів, конструктивних особливостей насадок, структури поверхні швидкості переміщення насадки та інших параметрів. Розрізняють пилоочисну спроможність пилососів на підлозі та на килимі.

Вимоги щодо уніфікації поширюються на основні складові частини базових моделей пилососів, до яких належить ПВА, вимикач,

пристрій для автоматичного намотування шнура, комплекс насадок, шланг, подовжувач повітропроводу (за з'єднальними розмірами), шнур живлення з вилкою та ін.

До ергономічних властивостей пирососів відносять зручність користування і гігієнічність. Зручність користування виявляється в процесі експлуатації пирососа і поділяється на зручність підготовки до роботи, зручність виконання окремих операцій, очищення і зберігання пирососа.

Зручність підготовки до роботи залежить від способу укладення приналежностей, способу кріплення шлангу і насадок. Найбільш зручним та надійним являється кріплення шланга за допомогою гвинтового фланца. Насадки та подовжуючі труби кріпляться простим конусом 1:30, тому вони часто падають і погано знімаються.

Зручність роботи залежить від багатьох умов, і перш за все від форми і положення вимикача і від легкості переміщення пирососу по підлозі чи полу. Наявність роликів чи коліс значно полегшує переміщення пирососу.

Легкість переміщення насадки по підлозі також впливає на зручність роботи. Сучасні насадки мають внутрішні ролики, які полегшують переміщення. Якщо пиросос має автоматичне намотування шнура, то рівень його комфортності ще вище.

Зручність очищення погано доступних місць залежить від комплексу приналежностей. Для очищення високо розміщених поверхонь потрібно мати прямокутний патрубок – перехідник, для очищення погано доступних місць - щільову насадку довжиною не менше 15 см, з йоршом, для чистки під низькими меблями – шарнірно приєднані насадки, а також телескопічні подовжуючі трубки, які автоматично змінюють свою довжину. Щоб не видався ворс пирососи мають в патрубці шланга - регулятор всмоктування в вигляді невеликої засувки. Для недопущення перегріву двигуна і збереження ефективності пилоочистки в пирососах поліпшеної комфортності встановлюють сигналізатори заповнення пилозбірника (лампочки).

Важливою операцією процесу експлуатації являється очистка пілозбірника. Без паперових фільтрів разового використання цей процес ускладнений і пов'язаний з засміченням повітря і рук оператора. Зручність зберігання залежить від форми і габаритів пілососа, його конструкційного рішення. Пілососи "Уран" і "Електросила" в неробочому стані накривають чохлом і можуть бути використані як пух, що повністю вирішує проблему зберігання.

До екологічних властивостей відносять рівень шуму, при роботі пілососа, високий (70дБА) і перевищує санітарні норми. Для зменшення шуму в деяких країнах, наприклад в Японії, внутрішні поверхні корпусу пілососа клеять тонким шаром поролону.

Естетичні властивості визначаються інформативністю, пропорціональністю, лаконічністю форми корпусу і колористичним оформленням.

Удосконалення прибиральної техніки пов'язане з створенням нових приладів, які відрізняються економічністю, ефективністю роботи, підвищеним рівнем споживчих властивостей, поліпшення екологічної безпеки.

До заходів, спрямованих на створення конкурентоспроможної поліпшеної прибиральної техніки, належать:

- максимальна комфортність під час експлуатації приладів та їх зберігання за рахунок використання значної кількості елементів комфортності;
- удосконалення електронних систем управління і регулювання потужністю приладу;
- максимальне забезпечення низького рівня шуму та екологічної безпеки приладів;
- високий рівень екологічної безпеки і відповідність міжнародним стандартам щодо безпеки побутових приладів;
- удосконалення технічного дизайну і поліпшення ергономічності приладів;
- розширення функціональних можливостей приладів.

Підвищення технологічного рівня пирососів здійснюється

шляхом покращення функціональних характеристик, що, у свою чергу, обумовлює підвищення ефективності очищення за рахунок:

- створення раціональної конструкції насадок;
- використання насадок з пневмо- або електроприводом;
- підвищення споживаної потужності (сучасні моделі мають споживану потужність 1600... 1800 Вт);
- використання матеріалів для фільтрації з невеликим аеродинамічним опором, що дає змогу використовувати багатоступінчасту систему фільтрації.

Поліпшення зручності користування, крім традиційних конструкторських рішень, можливе внаслідок використання:

- електронних систем контролю за нормальним режимом роботи приладу;
- автоматичного регулювання споживаної потужності залежно від характеру поверхні, що підлягає обробці, і ступеня забрудненості фільтрів.

Ергономічний та естетичний рівні приладів підвищують за рахунок:

- використання широкого спектра кольорів;
- високої якості виробничих процесів;
- надійного з'єднання вузлів і деталей;
- наявності захисних бамперів на корпусі приладів, які перешкоджають пошкодженню меблів і корпусу приладів;
- використання колес великого діаметра, що визначає високу рухомість і можливість подолання будь-яких перешкод приладом на підлозі;
- використання корпусу приладу для зберігання приналежностей у неробочому стані;
- спосіб кріплення шланга, що дає змогу його обертання на кут 360° ;
- зменшення зусиль переміщення насадки на поверхні та ін.

Поліпшення екологічних показників приладів досягається за рахунок:

- зменшення шуму і вібрації шляхом використання спеціальних амортизаторів і методів кріплення ПВА;
- виробництва приладів з подвійними стінками корпусу;

- використання спеціальних шумопоглинаючих кожухів;
- виконання деталей двигуна з високим ступенем динамічного балансування.

Підприємства України виробляють побутові пилососи з високими споживчими властивостями такі, як "Ракета" виробництва Дніпровського агрегатного заводу, "Вітязь" Харківського заводу "Електроважмаш", та "Міні" ПР-02 Київської фірми "Рем-Маркетинг". Ринок пилососів також поповнюється за рахунок надходження товарів із Росії "Буран-5", "Циклон", "Вихрь", "Спутнік".

Комерційні структури для населення України закупають пилососи в провідних фірмах Німеччини, Японії, США, Італії, Франції та інших.

1.6.Вимоги до якості побутових пилососів

Якість пилососів для "сухого" очищення визначається технічними вимогами, які містяться в ГОСТ 10280 «Пылесосы электрические бытовые. Общие технические требования», згідно з яким прилади повинні також відповідати вимогам ГОСТ 14087, технічним умовам на конкретні моделі і зразку-еталону за ГОСТ 15.002. Якість пилососів характеризується їх споживчими властивостями.

Функціональні (споживчі) властивості пилососів залежать від аеродинамічних параметрів повітровсмоктувального агрегату і характеристики приладу в цілому.

Загальними для всіх типів пилососів є такі вимоги:

- ефективність пилеутримання - не менше 97%;
- вимикач пилососа повинен витримувати не менше 2500 включень-виключень;
- має передбачатися пристрій для зберігання шнура;

- емалеве покриття зовнішніх поверхонь повинне бути рівномірним, без відшарувань і розривів;

- подовжувачі повітроводів повинні бути виготовлені з алюмінієвих сплавів або ударостійких пластмас.[7]

Подовжувачі з алюмінієвих сплавів повинні мати зовнішній діаметр 30 мм і товщину стінки не менше 1 мм. З'єднання подовжувачів має здійснюватися за допомогою конуса або фіксатора, що забезпечує щільність з'єднання і зручність роз'єднання.

Пилососи підлогового виконання повинні мати сполучний шнур довжиною 6 м, для типу ПР-100 - 4 м, для ПР-70 - 2 м. У пилососах, що мають пристрій автоматичного намотування шнура, допускається довжина шнура $5 \pm 0,15$ м.

Крім означених властивостей пилососів, стандарт обумовлює інші технічні параметри, які впливають на їх якість. Так, загальна довжина з'єднувальних трубок має бути не меншою від 1 м для пилососів потужністю 280, 400 Вт і 0,3 м для ручних автомобільних пилососів, споживча потужність яких 100 Вт. Трубки виготовляють з пластмас або сплавів алюмінію. Складні трубки з'єднуються з допомогою нормального конуса 1:30 за ГОСТ 8593 або фіксатором, який повинен забезпечувати необхідну щільність з'єднання і зручність з'єднання. Деформація подовжувальних (жорстких) трубок під навантаженням не повинна перевищувати 10%.

Довжина шлангів-повітропроводів має бути не меншою від 2 м для підлогових пилососів і 1 м для ручних приладів споживаною потужністю 280 і 400 Вт. Надійність шлангів визначається кількістю циклів вигинання (не менше 40000) .

Незнімний електричний шнур пилососів з'єднується з приладом одним з типів – Х, У або М за ГОСТ 27570.0. Довжина шнура має бути не меншою від 3088 м для пилососів типу ПРА – 100, 1,94 м – для ПР-70 та 4,85 м – для інших типорозмірів. Якщо прилад має пристрій для автоматичного намотування шнура, то його довжина може дорівнювати $5 \pm 0,15$.

Параметр	Типорозмір пирососів						
1	2	3	4	5	6	7	8
Продовження таблиці							

1	2	3	4	5	6	7	8
	ПР 70	ПР 100	ПР 140	ПР 280	ПП, ПР- 400	ПП- 600	ПП- 800, ПП- 1000
Середньорічне напрацювання, год	40	16	15	22	35	50	70
Середньорічне напрацювання на відказ, год (не менше)	250	400	450	500	650	650	650
Середній термін служби, років (не менше)	8	8	8	12	12	12	12
Середньорічне напрацювання, год	40	16	5	22	35	50	70

З даної таблиці ми бачимо, що середньорічне напрацювання становить від 5 до 70 год; середньорічне напрацювання на відказ – від 250 до 650 год; середній термін служби – 8-12 років.

Конструкція пілососів підвищеної комфортності повинна передбачати наявність елементів комфортності, кількість яких повинна бути не меншою від 4. Елементи комфортності представлені в таблиці 1.3, але пілососи можуть мати також інші, не передбачені стандартом, елементи.

Таблиця 1.6

Рекомендований стандартом перелік елементів комфортності

Пристрій	Типорозмір пілососів				
1	2	3	4	5	6
	ПР 280	ПР 400	ПП 400	ПП 600	ПП 800
Продовження таблиці					

1	2	3	4	5	6
Пристрій для дистанційного управління пиломососом	-	-	-	-	-
Показчик заповнення пилом пилом збиральника або пристрій для автоматичного вимикання двигуна після заповнення пилом збиральника	+	+	+	+	+
Показчик заповнення пилом пилом збиральника або пристрій для автоматичного вимикання двигуна після заповнення пилом збиральника	+	+	+	+	+
Пристрій регулювання витратою повітря	+	+	+	+	+
Пристрій для автоматичного замотування шнура	-	-	+	+	+
Змінні фільтри одноразового заповнення або фільтр грубого очищення	+	+	+	+	+
Додатковий фільтр	-	-	-	-	-
Пристрій для очищення фільтра від пилу	-	-	-	-	-
Пристрій для організованого зберігання приладдя	+	+	+	+	+
Пристрій для розсіювання або зміни напрямку повітряного потоку	-	-	-	-	-

У торгівлі контроль якості електропобутових машин проводять або в процесі продажу в роздрібній торговельній мережі (електропилососи, пральні машини), або при їх установці у споживача (холодильники і морозильники, пральні машини). При цьому

використовується спрощена методика, яка зводиться до проведення наступних операцій:

- перевірки супровідної документації;
- перевірки маркування;
- перевірки заводського і паспортного номерів;
- перевірки комплектності;
- перевірки зовнішнього вигляду;
- перевірки апарату в експлуатації.

При перевірці працездатності пиłosосів перевіряють можливість приєднання всіх насадок, подовжувачів; спрацьовування пристрою автонамотки шнура; індикатора заповнення пиłosбірника; перевірку роботи електродвигуна при всіх значеннях потужності.

Властивості пиłosосів, що використовуються для спрощеної оцінки:

- можливість очищення від пилу м'яких меблів. Цю властивість легко визначити по щітці, що є в комплекті для очищення меблів;
- можливість очищення забруднень під меблями також визначається діаметром і конструкцією труби з наконечником. Відомості про цю здатність є в інструкції;
- пиłosмісткість фільтра залежить від матеріалу фільтра. Місткість пиłosбірника, г: з молескіну - 400; вельветону - 450; наметового полотна - 250; сукна - 800. Тому досить знати матеріал пиłosбірника, щоб визначити його пиłosмісткість.

Естетичні властивості пиłosосів не враховують, за винятком забарвлення поверхонь виробів і форми, пов'язаного знов-таки з утилітарними функціональними властивостями - можливістю прибирання в недоступних місцях.

На сьогоднішній день набувають поширення пиłosоси – циклони.

Технічні параметри пиłosосів циклонного типу оцінюються за наступними показниками: робоча напруга пиłosоса; потужність вхідного і вихідного повітряного потоку і його швидкість; місткість відсіку для

пилу; маса і форма пилососа. В основу принципу роботи виду пилососів циклонного типу лягли закони фізики. Повітря і пил усередині так званих циклонних пристроїв розділяються завдяки відцентровим силам.

Більш наочно принцип дії подібних пилососів зображений на рис. 4



Рис. 4. Принцип роботи пилососу циклонного типу

В зовнішньому циклоні повітря, що рухається по спіралі, втрачає великий пил і бруд. При переході у внутрішній циклон на розділовій пластині осаджується основна частина пилу, а у внутрішньому циклоні з повітря віддаляються дрібні частки, що залишилися. Сам пилосбірник складається з двох камер - внутрішньої і зовнішньої. В внутрішній камері могутній потік повітря заважає проникненню пилу з зовнішнього відсіку, що запобігає передчасне засмічення моторного фільтра, що як звичайно стає причиною різкого зменшення потужності усмоктування. Після того, як збирання закінчене, усе сміття просто викидається з пилосбірника без зайвих замін фільтрів. Ця особливість може стати каменем спотикання для "ледачих" користувачів, що не люблять обтяжувати себе зайвими турботами.

Звичайно, значення параметра потужності можна знайти на корпусі пилососа. Однак багато хто не бачать різниці між споживаною потужністю і потужністю усмоктування, коли як це дві зовсім різні характеристики.

Споживана потужність вимірюється у ватах, отут всі аналогічно іншим побутовим приладам, і варіюється звичайно в межах від 1200 до

1800 Вт. Потужність усмоктування характеризує кількість усмоктуваного пирососом повітря за одиницю часу, тобто , простими словами, швидкість і ефективність його збирання. Значення даного параметра не виходить за межі 440 аероватт (А Вт), причому в побуті, для досить чистих приміщень досить і 250-330 А Вт. Ефективне видалення пилу забезпечується при потужності в 350-440 А Вт, хоча при максимальних значеннях даного параметра пиросос у стані потріпати тканина на меблях або ворс килима з натуральних волокон. Тому наявність регулятора потужності буде досить для різного роду прибирань різного роду засміченості.

Від того, скільки таких елементів встановлено в пирососі і якої вони якості, прямо залежить чистота повітря у вашому приміщенні. Чим більше різних фільтрів, тим краще здійснюється фільтрація й очищення усмоктуваного повітря. Тому заощаджувати на наявності фільтрів не коштує, тому що це невиправдано стосовно даної покупки.

Ефективність фільтрації звичайно вказується в паспорті на пиросос і виражається у відсотках. Чим більше це число, тим краще здійснюється очищення повітря у вашому будинку. Однак наявність великої кількості різних фільтрів приводить до того, що потрібно збільшувати потужність пирососа, що приводить до підвищення його вартості. Так само додаються і витрати на постійні заміни деяких фільтрів.

Пилозбірник може бути як постійним, так і змінним, причому змінні пилозбірники можуть бути як паперовими, так і матер'яними. Постійні роблять або з міцного матеріалу, або з пластику. У даному питанні вирішальну роль грає лише особистий смак. Змінні пилозбірники досить лише змінювати на нові, а от з постійними прийдеться возитися самому, тому що вони вимагають додаткового промивання і просушки.

1.7. Відповідальність виробників за виготовлення недоброякісної продукції

За порушення законодавства про захист прав споживачів Закон встановив матеріальну відповідальність суб'єктів господарювання сфери торгівлі, зокрема й громадян-підприємців. Розміри штрафних санкцій наведено в табл. 1.6.

Захист прав споживачів, передбачених законодавством, здійснюється судом. При задоволенні вимог споживача суд одночасно розв'язує питання щодо відшкодування моральної (немайнової) шкоди. Закон звільняє споживачів від сплати державного мита за позовами, що пов'язані із порушенням їхніх прав.

Таблиця 1.6

Розміри штрафних санкцій за порушення законодавства про захист прав споживачів

Вид порушення	Величина штрафу
1	2
1. Виявлені недоліки чи фальсифікації товару впродовж гарантійного або інших термінів, установлених обов'язковими для сторін документами	Десятикратний розмір вартості цього товару
2. Реалізація товару, який не відповідає вимогам нормативних документів	50 % вартості, одержаної для реалізації партії товару
3. Реалізація товару, що підлягає обов'язковій сертифікації, але не має сертифіката відповідності	50 % вартості, одержаної для реалізації партії товару

Продовження таблиці	
1	2
4. Реалізація товару, який не відповідає вимогам нормативних документів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища	300 % вартості одержаної для реалізації партії товару
5. Реалізація товару, забороненого до випуску та реалізації відповідним державним органом	500 % вартості одержаної для реалізації партії товару
6. Реалізація небезпечного товару (отрути, отрутохімікатів, вибухо- та вогнєнебезпечної речовини тощо) без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила й умови безпечного використання його	100 % вартості, одержаної для реалізації партії товару
7. Відсутність необхідної доступної та достовірної інформації про товар	30 % вартості, одержаної для реалізації партії товару
8. Реалізація товару, термін придатності якого минув	200 % вартості залишку одержаної для реалізації партії товару
9. Порушення умов договору між споживачем і продавцем щодо надання послуг	100 % вартості послуги

Таким чином, торговельне підприємство несе відповідальність за порушення законодавства щодо захисту прав споживачів, за реалізацію неякісної, небезпечної продукції.

Висновки щодо огляду літератури, обґрунтування обраної теми

Проаналізувавши літературні джерела, можна зробити наступні висновки.

1. Основними постачальниками пилососів в Україні є Китай і Південна Корея. Комерційні структури для населення України також закупають пилососи в провідних фірмах Німеччини, Японії, США, Італії, Франції та інших.

2. Підприємства України виробляють побутові пилососи з високими споживчими властивостями такі як "Ракета" виробництва Дніпровського агрегатного заводу, "Вітязь" Харківського заводу "Електроважмаш", та "Міні" ПР-02 Київської фірми "Рем-Маркетинг". Ринок пилососів також поповнюється за рахунок надходження товарів із Росії "Буран-5", "Циклон", "Вихрь", "Спутнік".

3. Аналіз стану виробництва в Україні показує:

- позитивну динаміку за період 1970-1990 років - високі темпи зростання виробництва, випуск пилососів збільшився в понад 3 рази;
- негативну динаміку за період 1990-2012 років - високі темпи зниження виробництва, обсяг випуску пилососів зменшився в понад 10 разів.

Різке зниження обсягів виробництва в основному пояснюється низьким рівнем купівельної спроможності населення, невисокою конкурентоспроможністю вітчизняної побутової техніки порівняно з аналогічною імпоротною продукцією.

4. Слід зазначити що з 2000 року виробництво пилососів почало збільшуватись, що позначилось і на структурі реалізації, бо споживчий ринок поповнився українськими товарами.

5. Основними виробниками побутових пилососів в Україні є Дніпропетровський агрегатний завод (модель "Ракета", біля 70% вітчизняного обсягу виробництва), а також заводи побутової техніки Києва, Запоріжжя, Донецька, Харкова.

6.Крім видалення пилу і дрібного сміття в приміщенні пилососи видаляють пил з м'яких меблів, килимів, хутра, одягу, книг та інших предметів внутрішнього інтер'єра, здатний забарвлювати різні поверхні, обприскувати рослини, зволожувати повітря, проводити дезінфекцію.

Пилососи володіють наступними функціональними властивостями: можливість очищення килимів, хутра, одягу, м'яких меблів, порт'єр, видалення пилу зі стін і стелі, фарбування поверхні, обприскування рослин, проведення дезінфекції; зволоження повітря; пилоочисна здатність, що виражається в процентах очищення в порівнянні з ідеальною; можливість збирання пилу в недоступних місцях; можливість регулювання витрати і розрідження повітря; максимальна відстань використання від розетки живлення; можливість автоматичного прибирання шнура; місткість пилозбірника.

7.Принцип дії пилососів заснований на створенні вакууму, внаслідок чого рухомий потік повітря захоплює частки пилу, акумулює їх з подальшим видаленням за межами приміщення, причому рух повітря в самій машині може мати різний напрям - прямолінійний (прямоточні пилососи) або вихровий. В останньому випадку повітря легше звільняється від великого пилу або сміття.

8.Конструкції пилососів в наш час все більш удосконалюються: проводиться уніфікація окремих вузлів і деталей, застосовується ударостійкий полістирол для виготовлення корпусу, розробляються способи хімічного чищення білизни, створений рідинний пилосос з принципово новим способом чищення.

9.Ергономічні властивості пилососів: ефективність очищення фільтра пилозбірника (гігієнічність); рівень шуму; стійкість пилососа; зусилля і час, що затрачуються на пакування шланга, насадок; зручність переміщення, що визначається масою пилососа, формою і конструкцією (ролики для забезпечення пересування); зусилля, що затрачуються на зняття кришки,

звільнення фільтра, на установку їх; наявність індикаторів заповнення пиловбирника.

Виходячи із вищевикладеного можна з упевненістю сказати , що тема дипломної роботи є актуальною і вибрана не випадково, так як дає можливість ознайомитись з асортиментом та споживними властивостями пиловбирів різних типів та виробників та провести дослідження основних споживчих властивостей за показниками якості за участю експертів Сумської торгово-промислової палати . А це є необхідним для як для споживача, щоб зорієнтуватись у виборі пиловбира при купівлі, так і для працівника торгівлі, який повинен бути компетентним і надати споживачу кваліфікаційну характеристику на товар.

РОЗДІЛ II. ДОСЛІДНИЦЬКО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ЧАСТИНА

Дослідницько-експериментальна частина проводилась в два етапи. Перший етап передбачає дослідження споживчих властивостей пилососів за участю експертів Сумської торгово-промислової палати.

Другий етап –це експериментальні самостійні дослідження якості споживчих властивостей зразків пилососів з використанням сучасних методик. Які передбачають використання 5-балової шкали та встановлення рівня якості пилососів за їх параметричними характеристиками. Для дослідження були обрані 5 зразків пилососів, які реалізують у магазині «Технополіс».

Компанія «Технополіс» була заснована в травні 2003 року відкриттям першого на той час в Україні магазину побутової техніки у форматі гіпермаркету – площею 3000 м². Завдяки цьому в магазині вдалося представити максимально широкий асортимент аудіо-, відео-, побутової техніки та електроніки, щоб кожен покупець міг знайти те, що йому потрібно, в одному магазині. Генеральний директор національної мережі магазинів аудіо, відео, побутової техніки та електроніки «Технополіс" — Кокадій Наталія Олександрівна.

Нові магазини знайшли прихильність своїх споживачів, компанія постійно розвивалася, мережа розширювалася, а разом з розвитком та накопиченням досвіду – росли стандарти роботи магазинів. Крім великого асортименту, який можна знайти в кожному магазині Технополіс, компанія дотримується гнучкої цінової політики, постійно спостерігаючи за ринком, щоб надавати своїм покупцям найкращі ціни. В магазинах мережі Технополіс постійно контролюється якість обслуговування споживачів, щоб забезпечити дотримання високих стандартів обслуговування та постійно його розвивати. Унікальними відмінностями мережі Технополіс є безкоштовна доставка техніки не лише у місті, а й у 30-кілометровій зоні за межами міста, а також безкоштовне надання додаткового сервісного обслуговування від виробників.

Сьогодні Технополіс налічує 61 магазин в 36 містах України, в компанії працює близько 4000 працівників. Мережа входить до п'ятірки найбільших мереж побутової техніки та електроніки в Україні. Дипломну роботу виконував на прикладі магазину «Технополіс м. Суми, вул. Кооперативна, 1

2.1 Мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження

Мета дослідження: оцінити споживні властивості обраних зразків пирососів

Завдання дослідження:

- провести оцінку споживних властивостей 5 зразків пирососів у магазині «Технополіс»;
- визначити рівень якості продукції за 5-бальною шкалою;
- визначити код за УКТ ЗЕД;
- зробити висновки та внести пропозиції.

Об'єктом дослідження були обрані зразки пирососів в магазині «Технополіс» м. Суми, які представлені в таблиці 2.1:

Таблиця 2.1

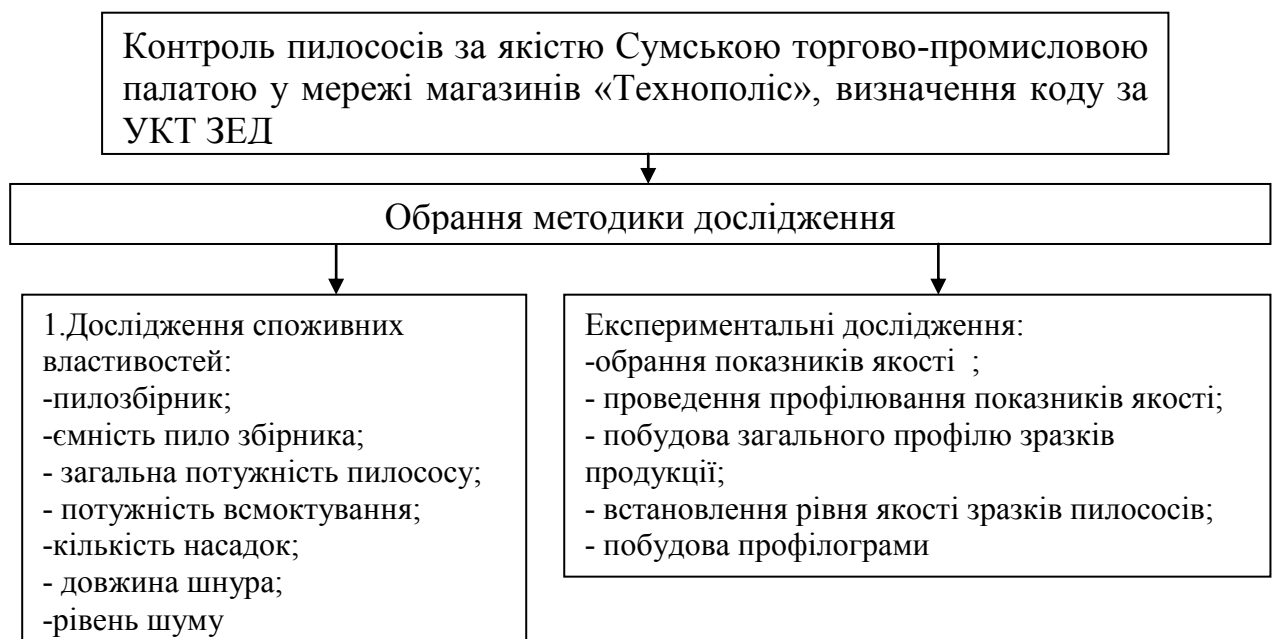
Дослідні зразки пирососів

Торгова марка	Виробник	Зразок
1	2	3
ZANUSSI ZAN 2300	Італія	

Продовження таблиці		
1	2	3
LG VC1062N	Південна Корея	
SAMSUNG VCC4131S37/XEV	Південна Корея	
PHILIPS FC8230 Red	Голандія	
VITEK VT-1809	Росія	

Предметом дослідження споживчі властивості, які характеризують показники якості пилососів: об'єм пилозбірника, рівень шуму, потужність всмоктування, перевірка фільтру, довжина мережевого шнура, перевірка насадок.

З метою системного підходу до виконання передбачених змістом завдань нами була розроблена логічна модель досліджень, яка представлена на рис. 5.



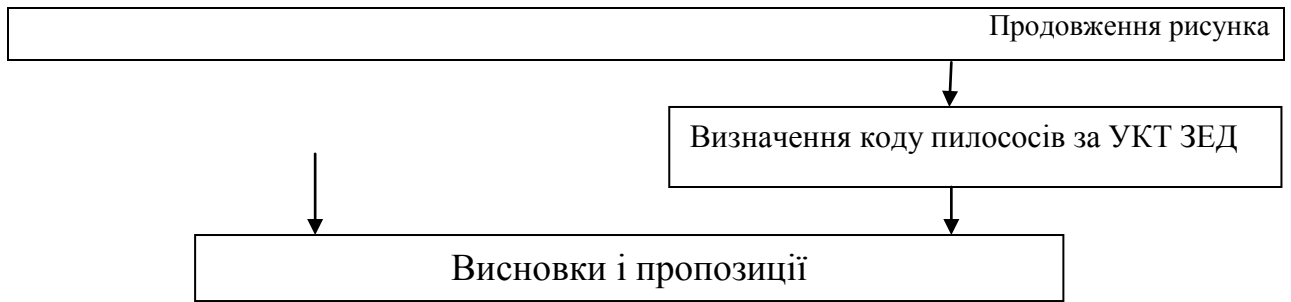


Рис.5. Логічна модель виконання досліджень пирососів

2.2. Методи дослідження пирососів

Для дослідження обрали стандартизовані методики.

1. Об'єм пилозбірника. Потрібно знати яку площу може осилити пиросос за одне прибирання (мається на увазі від включення до необхідності очистити контейнер або заміни мішка).

2. Рівень шуму. Вимірюється цей параметр в децибелах - дБ. Саме маленьке значення для пирососа 60 дБ. Знайте, що рівень шуму не пов'язаний з якістю роботи пирососа, так як складається з декількох характеристик, хоча є помилка, що це залежить тільки від його потужності.

3. Потужність всмоктування. Одна з головних характеристик. Для приміщень рекомендована потужність всмоктування не менше 350 Вт. При меншій потужності пиросос буде збирати верхній шар пилу, залишаючи пил усередині килимових покриттів і навіть в не великих щілин.

4. Фільтр. Для миючих пирососів і їх аналогів з водяним фільтром потрібно дивитися потужність всмоктування, а от для пирососів сухого прибирання існує два типи фільтрів. Змінні та ті, що миються. Нове покоління фільтрів це неро фільтри Н. В одних пирососах вони змінні, тобто після певного часу використання, фільтр забруднюється і викидається. Тут як і зі змінними мішками може виникнути ситуація коли фільтра для Вашої моделі просто не буде в продажу. На мій погляд, набагато зручніше миється неро фільтр. Після прибирання він вичищається щіткою, раз на місяць його можна і

потрібно ретельно промивати водою і просушувати. Такий фільтр прослужить Вам як мінімум 5-6 років. Деякі виробники в нових комплектаціях відразу дають запасний фільтр.

5. Довжина мережевого шнура. Роблячи прибирання не дуже зручно перетягувати пилосос від однієї розетки до іншої, бажано вибрати відповідну довжину шнура, хоча менше 5 метрів зараз його не випускають.

6. Насадки. Кількість і призначення (для м'яких меблів, щілинна, для килимів, для підлоги й т.п.).

Для перевірки пилоочисної спроможності використовують поверхню, площа якої становить 0,7 м². Випробування можна здійснювати на дерев'яній або ворсовій (килимовій) поверхні.

Перед, випробуванням на поверхні рівномірно розподіляють за допомогою спеціального пристрою мінеральний пил, який складається з кварцевого піску з визначеною дисперсністю частинок. Загальна маса пилу становить 35 г.

Пилоочисну спроможність на підлозі визначають так:

$$P=35-m/35*100,$$

де m - кількість пилу, який залишився на випробувальній поверхні після п'яти циклів очищення.

Пилоочисну спроможність випробовують на килимі типу "Wilton" з визначеною стандартом структурною характеристикою. Можливо проведення випробувань на килимах інших типів, але при цьому бажано, щоб його структура була максимально наближена до структури "Wilton", інакше отримані результати не будуть збігатися.

Перед випробуванням килим ретельно очищають від залишків пилу. Розподіл пилу на поверхні такий самий, як і на підлозі.

Після розподілу пилу, з метою закріплення його у ворсовій структурі килима, на поверхні з визначеною швидкістю прокочують металевий валок маса якого становить 30 кг. Після цього очищають поверхню насадкою пилососа.

Пилоочисну спроможність пиłosосів визначають так:

$$П1=m/m_1*100,$$

де m - маса пилу нанесеного на поверхню, г;

m_1 - маса пилу, яка зібрана пиłosосом в пилозбірник, г.

Формула не враховує можливі втрати пилу, що виникають під час проходження його через повітряний тракт пристрою для розподілу і через повітряний тракт пиłosоса. Це призводить до суттєвих розбіжностей у визначенні рівня пилоочисної спроможності пиłosоса, а також робить процес випробовувань досить трудомістким.

Визначення адгезії лакофарбового покриття до металевих поверхонь – згідно ГОСТ 15140-78.

Міцність схоплення емалевого покриття з металом перевіряється ударом вільно падаючої кульки масою 0,36 кг по виробу при забезпеченні роботи 1,2 Дж. Дослідження проводять на плоских ділянках поверхні не менше, ніж в трьох точках. Після проведення досліджень не повинно бути тріщин і відколів емалевого покриття.

2.3. Оцінка якості пиłosосів за їх споживними властивостями

2.3.1. Дослідження якості пиłosосів за участю Сумської торгово-промислової палати

Дослідження і пиłosосів проводили за участю Сумської торгово-промислової палати. Визначали відповідність вимог зразків пиłosосів ГОСТ 10280. Були досліджені показники споживчих властивостей пиłosосів, що реалізуються в магазині «Технополіс» м. Суми. Контроль проводили за технічним паспортом на продукцією, перевіряючи пиłosоси у дії. Результати представлені в таблиці 2.2

Таблиця 2.2

Дослідження споживчих властивостей зразків пирососів

№ п / п	Марка	Фото	Споживчі властивості						
			Пилосібирник	Ємність пилосібирника	Потужність	Потужність всмоктування	Кількість насадок	Довжина шнура	Рівень шуму
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	ZANUS SI ZAN 2300		Мішок для пилу	2 л	1400 Вт	260 Вт	3	5	85Дб
2	LG VC1062 N		Циклон	0,7 л	1600 Вт	260 Вт	4	5	80 Дб
3	SAMSUNG VCC413 1S37/XE V		Мішок для пилу	3 л	1600 Вт	320 Вт	3	8	75 Дб
4	PHILIPS FC8230 Red		Мішок для пилу	2 л	1600 Вт	275 Вт	2	6	80 Дб

Продовження таблиці

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	VITEK VT-1809		Мішок для пилу	2 л	1800 Вт	350 Вт	2	5	85 Дб

Було також перевірене маркування упаковки пилососів. За результатами досліджень всі зразки пилососів відповідають встановленим параметрам якості і задовольняють досліджувані споживчі властивості.

2.3.2. Експериментальні дослідження якості пилососів за 5 - бальною шкалою

З метою більш системного підходу до дослідження якості пилососів за їх споживчими властивостями ми провели самостійне експериментальне дослідження, використавши систему балового оцінювання і профілювання показників якості. При цьому ми орієнтувались на споживчу оцінку якості при виборі пилососів. З метою системного встановлення рівня якості та конкурентоспроможності окремих зразків пилососів нами була розроблена опитувальна анкета, за допомогою якої в магазині «Технополіс» було проведено маркетингове дослідження попиту споживачів. (Додаток А)

В результаті опитування 40 респондентів були виявлені споживчі уподобання щодо якості пилососів, а саме виявлені показники, які найбільше задовольняють потреби покупців.

Подальші дослідження проводились в такій послідовності:

- групування показників якості для дослідження;
- проведення профілювання показників за 5-бальною шкалою;
- встановлення загального профілю зразків продукції;
- розроблення шкали рівня якості;
- визначення рівня якості зразків пилососів;
- графічне опрацювання результатів експериментального дослідження.

Перелік показників, за якими проводилось експериментальне дослідження представлений у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Перелік показників якості пиłosосів, взятих для експериментального дослідження

№ п/п	Група споживчих властивостей	Показники якості
1	Функціональні	Потужність всмоктування пилу
2	Функціональні	Ємність пилозбірника
3	Ергономічні	Елементи комфортності
4	Безпечність	Рівень шуму
5	Естетичні	Дизайн форми

Проводимо профілювання показників якості за 5-бальною шкалою:

Таблиця 2.4.

Шкала профілювання показників якості пиłosосів

Бальна оцінка	Характеристика органолептичного показника якості
1	2
Потужність всмоктування пилу	
5	Не менше 350 Вт, всмоктувальна потужність висока. Дає відмінний результат очищення від пилу
4	Не менше 320 Вт. всмоктувальна потужність достатньо висока. Дає хороший результат очищення від пилу
3	Не менше 300 - 260 Вт, всмоктувальна потужність має задовільний рівень очищення від пилу
2	Всмоктувальна потужність має низький рівень очищення від пилу
1	Всмоктувальна потужність погана. Практично не очищає від пилу
Ємність пилозбірника	
5	2-3л, відмінно чиститься
Продовження таблиці	

1	2
4	1-2л, добре чиститься
3	0,7 - 1л, достатньо добре чиститься, але дещо малий
2	Менше 0,7л, погано чиститься
1	0,5л, зовсім погано чиститься
Елементи комфортності	
5	Дуже зручний. Має не менше 6 елементів комфортності
4	Зручний. Має не менше 5 елементів комфортності
3	Не зовсім зручний. Має не менше 4 елементів комфортності
2	Зовсім не зручний
1	Абсолютно не зручний
Рівень шуму	
5	Не більше 75 Дб, ледь відчутний шум при роботі пилососу
4	Не більше 80 Дб, шум помірно чутний при роботі пилососу
3	Не більше 85 Дб, добре чути шум при роботі пилососу
2	Не більше 90 Дб, значний шум при роботі пилососу
1	Не більше 95 Дб, дуже сильний шум при роботі пилососу
Дизайн форми	
5	Форма дуже гармонійна, лаконічна, довершена, компактна, колір приємний, покриття емалі рівномірне, гладке
4	Форма гармонійна, лаконічна, довершена, колір відповідає дизайну, покриття емалі рівномірне
3	Форма не достатньо гармонійна, достатньо лаконічна, довершена, покриття емалі нормальне, колір достатньо приємний
2	Форма не гармонійна, дизайн невдалий, емалеве покриття нерівномірне з пухирями на поверхні, колір не привабливий
1	Форма абсолютно не гармонійна. Виконана недосконало, відсутня довершеність, емалеве покриття нерівномірне, з тріщинами.

Використовуючи розроблену шкалу, складаємо загальний профіль зразків пирососів і результати заносимо у таблицю 2.5.

Таблиця 2.5

Результати профілювання зразків йогуртів

№	Показн	Досліджувані зразки				
		ZANUSSI ZAN 2300	LG VC1062N	SAMSUNG VCC4131S37 /XEV	PHILIPS FC8230 Red	VITEK VT- 1809
1	2	3	4	5	6	7
1	Потужність всмоктування пилу	Всмоктувальна потужність має задовільний рівень очищення від пилу	Всмоктувальна потужність достатньо висока. Дає хороший результат очищення	Всмоктувальна потужність достатньо висока. Дає хороший результат очищення від пилу	Всмоктувальна потужність достатньо висока. Дає хороший результат очищення від пилу	Всмоктувальна потужність достатньо висока. Дає відмінний результат очищення від пилу
	Бали	3	4	4	4	5
2	Ємність пилозбірника	2л, добре чиститься	0,7л достатньо добре чиститься	3л, відмінно чиститься	2л, добре чиститься	2л, добре чиститься
	Бали	4	3	5	4	4
3	Елементи комфортності	Зручний. Має 5 елементів комфортності	Зручний. Має 5 елементів комфортності	Зручний. 5 елементів комфортності	Зручний. Має 5 елементів комфортності	Зручний. Має 5 елементів комфортності
	Бали	4	4	4	4	4
4	Рівень шуму	85 Дб. Достатньо шумний	80 Дб, помірно шумний	75 Дб, ледь шумний	80 Дб, помірно шумний	85 Дб. Достатньо шумний
	Бали	3	4	5	4	3

Продовження таблиці						
1	2	3	4	5	6	7
5	Дизайн форми	Форма дуже гармонійна, лаконічна довершена, колір приємний покриття емалі рівномірне, гладке	Форма дуже гармонійна, лаконічна, довершена, колір приємний покриття емалі рівномірне, гладке	Форма дуже гармонійна, лаконічна, довершена, колір приємний, покриття емалі рівномірне, гладке	Форма дуже гармонійна, лаконічна, довершена, колір приємний, покриття емалі рівномірне, гладке	Форма дуже гармонійна, лаконічна, довершена, колір приємний, покриття емалі рівномірне, гладке
	Бали	5	5	5	4	4
	Середня оцінка в балах	3,8	4,0	4,6	4,0	4,0

Встановлення рівня якості досліджуваних зразків пілососів

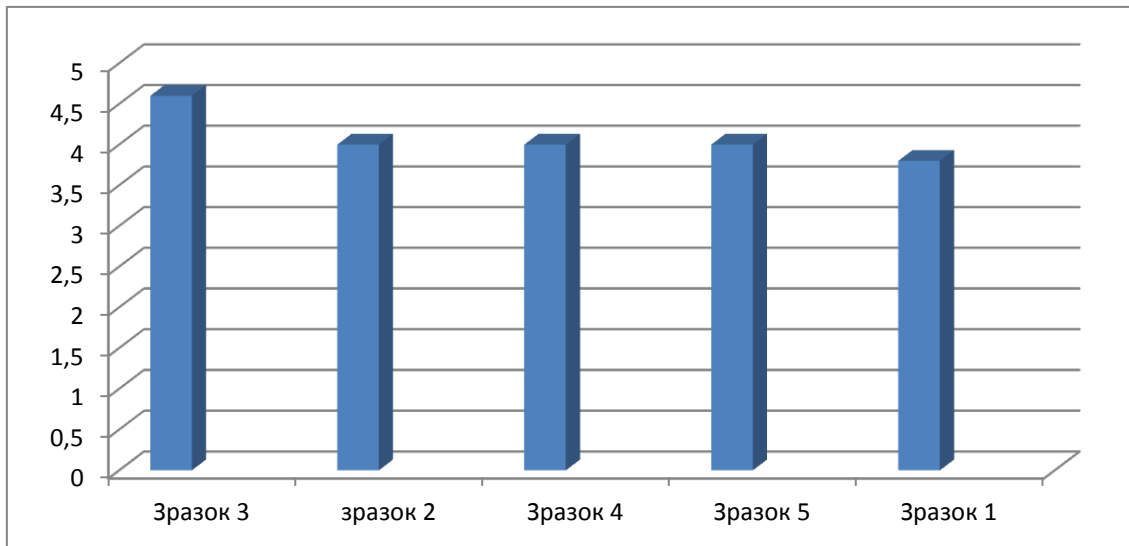
Згідно з обраним критерієм інтерпретації результатів споживчої оцінки встановлюємо шкалу рівня якості продукції (табл. 2.6):

Таблиця 2.6

Оцінювальна шкала рівня якості пілососів

№	Оцінення рівня якості	Бали	Характеристика якості
1.	„Відмінно”	4,5 – 5,0	Дана продукція відповідає усім вимогам, які характеризують споживчі властивості
2.	„Добре”	3,5– 4,4	Дана продукція відповідає встановленим вимогам. Але дещо нижчі параметри якості
3.	„Задовільно”	2,5 – 3,4	Дана продукція має найнижчі параметри якості, які відповідають встановленим вимогам
4.	Нижче задовільного”	1,5-2,4	Дана продукція має параметри якості, які не відповідають за більшістю позицій вимогам НД
5.	„Незадовільно”	0-1,4	Дана ролдукція абсолютно не відповідає вимогам НД за всіма встановленими параметрами якості

Проводимо ранжування профілів якості зразків пилососів та будуємо діаграму 1 :



Діаграма 1. Рівень якості зразків пилососів. Досліджених в магазині «Технополіс»

Як видно з діаграми, при ранжуванні зразків пилососів за рівнем якості найвищі споживчі властивості має пилосос №3 - SAMSUNG VCC4131S37/XEV, який отримав оцінку 4,6 бали, найнижчу якість отримав зразок № 1 - пилосос ZANUSSI ZAN 2300 – 3,8 бали.

З метою наочного сприйняття результатів дослідження проведемо графічне опрацювання – побудуємо профілограми (рис.1.)



Як видно з профілограми, зниження балів при оцінюванні якості відбулося за показником рівня шуму, потужності всмоктування пилу. Ні один з пилососів не отримав оцінку «відмінно» за показником рівня комфортності, ємності пилозбірника, дизайну форми. Найвищу споживчу якість показав пилосос № 3 марки SAMSUNG VCC4131S37/XEV, який відноситься до пилососів циклонного типу.

2.4. Визначення коду за УКТ ЗЕД на побутові пилососи

УКТЗЕД (ТНЗЕД) України - це класифікатор товарів, застосовуваний митними органами та учасниками зовнішньоекономічної діяльності з метою проведення митних операцій. ТН ЗЕД України - це український варіант товарної класифікації, яка прийнята Всесвітньою митною організацією як основа для товарної класифікації у країнах Євросоюзу та інших країнах. Суть класифікатора полягає в тому, що кожному товару присвоюється 10-значний код (для ряду товарів застосовується 14-значний код), який надалі і використовується при здійсненні митних операцій, таких як декларування або стягування мит. Таке кодування застосовується з метою забезпечення однозначної ідентифікації товарів, що переміщуються через митний кордон України, а також для спрощення автоматизованої обробки митних декларацій та інших відомостей, що надаються митним органам при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності її учасниками. Визначення коду переміщуваного товару покладено на декларанта, проте його правильність контролюється митними органами. Присвоєний переміщуваному товару код ТН ЗЕД використовується для обчислення належних до сплати митних платежів, а також застосування до нього спеціальних заходів, якщо таке передбачено для даних товарів. От правильного визначення коду УКТЗЕД залежать: митні збори та необхідний

пакет дозвільних документів для ввезення або вивезення товару, переміщуваного через митний кордон України.

Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності, побудовано на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів (ГС) 2002 року (Harmonized commodity description and coding system. Third Edition (2002) World Customs Organization) і Комбінованої номенклатури Європейського Союзу (Official Journal of the European Communities, L 281, Volume 46, 30 October 2003) (далі - УКТЗЕД) і розроблено на виконання статті 3 (а) Міжнародної конвенції про Гармонізовану систему опису та кодування товарів, Договірною Стороною якої Україна стала 26.08.02 з набуттям усіх прав та зобов'язань, передбачених статтями цієї Конвенції, з 2004 року.

З 01.01.02 Всесвітньою митною організацією запроваджено нову версію ГС - 2002 року, що зобов'язує країни, які приєдналися до Міжнародної конвенції про ГС з цієї ж дати запровадити нові версії своїх національних номенклатур, розроблених на основі ГС 2002 року, і відповідно до свого законодавства використовувати їх для справляння мита при імпорті товарів і для збору статистичних даних про експорт та імпорт товарів.

Приєднання України до Міжнародної конвенції про ГС обумовлено Указом Президента України від 17.05.02 № 466/2002 "Про приєднання України до Міжнародної конвенції про Гармонізовану систему опису та кодування товарів".

УКТЗЕД запроваджується в Україні як товарна номенклатура Митного тарифу України й використовується при здійсненні митного оформлення товарів та предметів, що переміщуються через митний кордон України, і в митній статистиці зовнішньої торгівлі.

Ведення УКТЗЕД здійснюється Державною митною службою України в порядку, що визначається Кабінетом Міністрів України.

Ведення УКТЗЕД, серед іншого, передбачає:

- унесення змін до УКТЗЕД у зв'язку з унесенням змін до ГС, пояснень та інших рішень щодо її тлумачення, які приймаються на сесіях Комітету з Гармонізованої системи опису та кодування товарів Всесвітньої митної організації, а також до Комбінованої номенклатури Європейського Союзу;
- деталізацію товарів в УКТЗЕД на національному рівні (9-го та 10-го знаків) і запровадження додаткових одиниць виміру.

Класифікація товарів в УКТЗЕД здійснюється за такими правилами:

1. Назви розділів, груп і підгруп наводяться лише для зручності користування УКТЗЕД; для юридичних цілей класифікація товарів в УКТЗЕД здійснюється виходячи з назв товарних позицій і відповідних приміток до розділів чи груп і, якщо цими назвами не передбачено іншого, відповідно до таких правил:
2. (а) будь-яке посилання в назві товарної позиції на будь-який виріб стосується також некомплектного чи незавершеного виробу за умови, що він має основну властивість комплектного чи завершеного виробу. Це правило стосується також комплектного чи завершеного виробу (або такого, що класифікується як комплектний чи завершений згідно з цим правилом), незібраного чи розібраного;
- (b) будь-яке посилання в назві товарної позиції на будь-який матеріал чи речовину стосується також сумішей або сполук цього матеріалу чи речовини з іншими матеріалами чи речовинами. Будь-яке посилання на товар з певного матеріалу чи речовини розглядається як посилання на товар, що повністю або частково складається з цього матеріалу чи речовини. Класифікація товару, що складається більше ніж з одного матеріалу чи речовини, здійснюється відповідно до вимог правила 3.
3. У разі коли згідно з правилом 2 (b) або з будь-яких інших причин товар на перший погляд (*prima facie*) можна віднести до двох чи більше товарних позицій, його класифікація здійснюється таким чином:
- (а) перевага надається тій товарній позиції, в якій товар описується конкретніше порівняно з товарними позиціями, де дається більш загальний його опис. Однак у разі коли кожна з двох або більше товарних позицій

стосується лише частини матеріалів чи речовин, що входять до складу суміші чи багатокомпонентного товару, або лише частини товарів, що надходять у продаж у наборі для роздрібної торгівлі, тоді ці товарні позиції вважаються рівнозначними щодо цього товару, навіть якщо в одній з них подається повніший або точніший опис цього товару;

(b) суміші, багатокомпонентні товари, які складаються з різних матеріалів або вироблені з різних компонентів, товари, що надходять у продаж у наборах для роздрібної торгівлі, класифікація яких не може здійснюватися згідно з правилом 3 (a), повинні класифікуватися за тим матеріалом чи компонентом, які визначають основні властивості цих товарів за умови, що цей критерій можна застосувати;

(c) товар, класифікацію якого не можна здійснити відповідно до правила 3 (a) або 3 (b), повинен класифікуватися в товарній позиції з найбільшим порядковим номером серед номерів товарних позицій, що розглядаються.

4. Товар, який не може бути класифікований згідно з вищенаведеними правилами, класифікується в товарній позиції, яка відповідає товарам, що найбільше подібні до тих, що розглядаються.

10-значний код товару за ТН ЗЕД являє собою: 2 перші цифри (наприклад 72, чорні метали) - товарна група ТН ЗЕД; 4 перші цифри (наприклад 7201, чавун переробний та дзеркальний, в чушках, болванках або інших первинних формах) - товарна позиція; 6 перших цифр (наприклад 720110, чавун передільний нелегований, що містить 0,5% або менше фосфору) - товарна під позиція; 10 цифр, повний код товару, який і вказується у вантажній митній декларації (наприклад 7201101900, чавун передільний нелегований, що містить більше 1 мас.% Кремнію) - товарна підкатегорія.

Наводимо приклад визначення коду УКТ ЗЕД на пирососи.

Таблиця 2.7

Визначення коду УКТ ЗЕД на пирососи

Код групи	Назва групи	Код товару	Назва товару	Опис товару згідно УКТ ЗЕД
85	Різні готові вироби	8508110000	Пилососи	з умонтованим електродвигуном: потужністю не більш як 1500 Вт та які мають мішок для збору пилу або інший пилозбірник об'ємом не більш як 20 л
85	Різні готові вироби	8508190000	Пилососи	з умонтованим електродвигуном: інші

Таким чином, ми визначили правильний код УКТЗЕД для пирососів.

Як бачимо, правильне визначення коду УКТЗЕД запроваджується в Україні як товарна номенклатура Митного тарифу України й використовується при здійсненні митного оформлення товарів та предметів, що переміщуються через митний кордон України, і в митній статистиці зовнішньої торгівлі. Ведення УКТЗЕД здійснюється Державною митною службою України в порядку, що визначається Кабінетом Міністрів України.

2.5. Висновки за результатами контролю якості побутових пирососів в магазині «Технополіс» м.Суми

Таким чином, за результатами контролю якості пирососів за їх споживними властивостями робимо висновки, що всі пирососи відповідають параметрам якості, вказаним в ГОСТ 10280.

Разом з тим, ми розподілили пилососи за рівнем якості , провівши аналіз за окремими показниками.

Найнижчі бали має показник рівня шуму , потужність пиловсмоктування для зразків № 2,5. Також майже всі пилососи отримали зниження оцінки за показником елементів комфортності, ємності пилозбірника, дизайну форми. Разом з тим, за загальною бальною оцінкою всі пилососи відповідають вимогам нормативного документу, а найвищу споживчу якість показав пилосос № 3 марки SAMSUNG VCC4131S37/XEV, який відноситься до пилососів циклонного типу.

Переваги пилососів Циклон.

По-перше, в пилососі циклонного типу пилозбірником є не мішок, а контейнер для сміття. Доглядати за контейнером набагато простіше і зручніше, крім того, це забирає менше часу і сил. Більш того, контейнер не вимагає заміни, а значить відпадає необхідність в одному з расходників, а це вже економія.

По-друге, циклонні пилососи з'явилися на ринку порівняно недавно, а значить їх дизайнерське рішення теж значно привабливіше, ніж зовнішній вигляд мішкових побратимів.

По-третє, циклонний пилосос, в порівнянні з будь-яким іншим, відрізняється більш компактними розмірами.

По-четверте, пилососи типу циклон укомплектовані більш функціональними і різноманітними аксесуарами.

З помічених нами переваг - це, мабуть, все. Всі інші характеристики нічим не відрізняються від можливостей звичайного пилососа з мішками.

Ми визначили правильний код УКТЗЕД для пилососів, який запроваджується в Україні як товарна номенклатура Митного тарифу України й використовується при здійсненні митного оформлення товарів та предметів, що переміщуються через митний кордон України, і в митній статистиці зовнішньої торгівлі.

Нині на ринку техніки представлено понад 300 найменувань пилососів. Частка вітчизняних моделей складає близько 10% представленого на ринку модельного ряду. Визначено, що для підвищення конкурентоспроможності прибиральної техніки потрібно вжити таких заходів:

- максимальна комфортність під час експлуатації приладів та їх зберігання за рахунок використання значної кількості елементів комфортності;
- удосконалення електронних систем управління і регулювання потужністю приладу;
- максимальне забезпечення низького рівня шуму та екологічної безпеки приладів;
- високий рівень екологічної безпеки і відповідність міжнародним стандартам щодо безпеки побутових приладів;
- удосконалення технічного дизайну і поліпшення ергономічності приладів;
- розширення функціональних можливостей приладів.

Для того, щоб підвищити випуск вітчизняної продукції необхідно:

1. Реконструювати вітчизняні заводи
2. Провести повну модернізацію обладнання
3. Направити випуск якісної продукції за зарубіжними зразками
4. Впровадити прогресивні технології виробництва
5. Продавати продукцію за доступними та нижчими цінами, ніж у зарубіжних виробників.
6. Активно проводити рекламну політику продукції.

Необхідно, щоб держава збільшила фінансування цих підприємств або потрібно віддавати їх у приватну власність.

Ринок пилососів в основному представлений зарубіжними марками. Справа в тому, що вітчизняні та деякі заводи СНД не поспішають зацікавити дилерів з продажу своєї техніки : не купують техніку в великих об'ємах, часто змінюють ціни. Тому продаж пилососів зарубіжних брендів збільшується швидше, ніж продаж виробників України та СНД. Вітчизняним виробникам

потрібно активніше представляти свої пилососи в великих роздрібних магазинах побутової техніки.

Найбільшим попитом користуються підлогові пилососи і займають найбільший об'єм продажу. Асортимент дуже широкий і може задовольнити потреби найвибагливіших споживачів. В основному асортимент пилососів представлений зарубіжними марками ("Samsung" , "LG", "Rowena", "Siemens", "Philips", "Bosch", "Electrolux", "Zunussi") та країнами СНД. Українські пилососи представлені торгівельними марками "Rainford", "Saturn", "Vitek".

Проведено анкетування споживачів, що показало наступне: населення віддає перевагу недорогим, але якісним, зручним, не важким, ергономічним, з привабливим зовнішнім виглядом, безпечним, енергоекономним, адаптованим під нашу електромережу пилососам. Саме це і потрібно взяти виробникам до уваги

РОЗДІЛ 3. ОХОРОНА ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Охорона праці- це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини у процесі трудової діяльності [1].

Метою охорони праці є зменшення і ліквідація виробничого травматизму та професійних захворювань.

На даному підприємстві і в Україні загалом основна робота з охорони праці проводиться на підставі Конституції України, Кодексу законів про працю, Закону України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності"[2], ЗУ «Про охорону праці» та розроблених на їх підставі правилам, нормам, інструкціям, стандартам.

Відповідальність за проведення роботи з охорони праці в магазині «Маркет посуду» м. Суми покладається на директора магазину Гордієнко П. В. і надалі, наказом на головних спеціалістів (головного інженера, головного бухгалтера, головного механіка).

Контроль за своєчасністю та якістю проведених заходів з охорони праці покладається на інженера з охорони праці Карпенко О. М.

Фінансування охорони праці здійснюється згідно до ст. 19 ЗУ «Про охорону праці», а саме формується фонд охорони праці,

Служба охорони праці в магазині «Технополіс» м. Суми виконує такі завдання:

1. Організація проведення профілактичних заходів, спрямованих на усунення шкідливих і небезпечних виробничих факторів, запобігання нещасним випадкам на виробництві, професійним захворюванням та іншим випадкам загрози життю або здоров'ю працівників [4].

2. Вивчення та сприяння впровадженню у виробництво досягнень науки і техніки, прогресивних і безпечних технологій, сучасних засобів колективного та індивідуального захисту працівників.

3. Контроль за дотриманням працівниками вимог законів та інших нормативно-правових актів з охорони праці, положень (у разі наявності) галузевої угоди, розділу "Охорона праці" колективного договору та актів з охорони праці, що діють в межах підприємства.

4. Інформування та надання роз'яснень працівникам підприємства з питань охорони праці. До основних функцій служби охорони праці належать: сприяння вдосконаленню діяльності в цьому напрямі кожного структурного підрозділу і кожної посадової особи, опрацювання ефективної цілісної системи управління охороною праці, проведення оперативно-методичного керівництва роботи з охорони праці та ін. [3].

5. Контроль за наявністю та якістю спецодягу, спецвзуття, засоби індивідуального захисту, вогнегасників, інструкцій, журналів проведення інструктажів поточної агітації, проводять атестацію робочих місць, розслідування нещасних випадків, організовує медогляд інструктажів, санітарно побутове забезпечення.

6. Наочна агітація (плакати, планшети, знаки безпеки).

7. Санітарно побутове забезпечення (наявність душових, гардеробних, туалетних кімнат).

8. Наявність спецодягу, спецвзуття, та індивідуальних засобів згідно з формою 1-УБ.

Навчання й перевірка знань із питань охорони праці посадових осіб і спеціалістів проводяться до початку виконання ними своїх обов'язків(вступний і первинний інструктажі), а також періодично – один раз на три роки.

Згідно Типового положення з питань охорони праці № 15 від 26.01.05, повторний інструктаж – проводиться з особами, які виконують небезпечні роботи; позаплановий – проводиться в разі зміни правил, норм,

законодавства з охорони праці, при зміні виробничого обладнання, при порушеннях вимог охорони праці та ін. і цільовий – проводиться при ліквідації наслідків стихійного лиха, пожеж тощо та при виконанні робіт на які оформляється наряд-допуск.

На даному підприємстві здійснюється стимулювання робіт з охорони праці.

Стимулювання охорони праці – неодмінна умова попередження виробничого травматизму та профілактики профзахворювань. На державному рівні стимулювання охорони праці регулюється законодавчими актами і передусім законом про охорону праці, у якому цьому питанню присвячено IV розділ, та Законом України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності»

Економічний механізм управління охороною праці повинен передбачати систему заохочень для тих працівників, які сумлінно дотримуються вимог охорони праці, не допускають порушень правил та норм особистої та колективної безпеки, беруть активну творчу участь у здійсненні заходів щодо підвищення рівня охорони праці на підприємстві. Колективний договір (угода) повинен закріплювати різного роду моральні і матеріальні заохочення таких працівників: оплата праці, премії (у тому числі спеціальні заохочувальні премії за досягнення високого рівня охорони праці), винагороди за винахідництво та раціоналізаторські пропозиції з питань охорони праці. У випадку наявності небезпечних та шкідливих виробничих чинників, що постійно загрожують здоров'ю працівника, йому рекомендується виплачувати надбавку за підвищену обережність. Крім матеріального заохочення, велике значення має також і моральне стимулювання, яке свого часу використовувалось в нашій країні і яке успішно використовують закордонні фірми. Форми морального стимулювання можуть бути найрізноманітнішими: від оголошення подяки до організації вечорів відпочинку, пікніків, круїзів для колективів, що досягли

найкращих результатів з охорони праці. Схема методів стимулювання охорони праці на підприємстві представлена на рис. 1



На даному підприємстві також існують певні види відповідальності за порушення правил з охорони праці:

1. Адміністративні

- штрафи
- зниження виплат на заохочення

2. Дисциплінарна

- упередження
- догана
- звільнення

На даному підприємстві навчання по охороні праці представлено розробленими програмами навчання і інструкціями. Всі кошти, що надійшли до фонду охорони праці використовуються тільки на доведення умов праці

до нормативних вимог і підвищення рівня охорони праці.

Таблиця 3.1

**Показники стану охорони праці в магазині «Технополіс» м.Суми за
20010-2012 рр.**

№ п/п	Показники	Одиниці виміру	Роки		
			2010	2011	2012
1	Кількість працівників	чол.	28	29	31
2	Кількість нещасних випадків на підприємстві,	випад.	-	1	-
	В т.ч. зі смертельним наслідком	випад.	-	-	-
3	Коефіцієнт частоти травматизму		-	34,4	-
4	Кількість днів непрацездатності	днів	-	7	-
5	Коефіцієнт втрат робочого часу		-	241,3	-
6	Втрачено коштів на охорону праці	грн.	13000	12500	13200
7	Кількість пожеж		-	-	-
8	Коефіцієнт тяжкості		-	7	-

Не зважаючи, що на підприємстві проводиться певна робота з охорона праці, все одно на підприємстві трапляються нещасні випадки про що свідчать дані таблиці, яка складена на підставі форми 7-ТНВ (Таб.3.1).

Аналізуючи дані таблиці можна стверджувати, що кількість нещасних випадків на підприємстві знизилась, що є наслідком встановлення сурової дисципліни праці, підвищення зацікавленості працівників у дотриманні правил техніки безпеки при виконанні робіт. А також заходи по підвищенню охорони праці були більш ефективні, про що свідчить відсутність нещасних випадків на підприємстві у 2012 році.

Проведемо аналіз умов праці працівників торговельного залу, в магазині

«Технополіс» м. Суми

Приміщення торговельного залу знаходиться на другому поверсі будівлі. Загальна площа приміщення складає 45 м^2 , висота - 3 м, об'єм – 135 м^3 , приміщення має 6 вікон. Кількість працюючих в приміщенні 7 особи. Отже, на одного працюючого припадає: $45/7 = 6,4 \text{ (м}^2/\text{чол.)}$ робочої площі. Згідно із СНиП 2.09.04 – 87 на кожного працюючого в приміщеннях повинно припадати не менше $4,5 \text{ м}^2/\text{чол.}$ робочої площі.

Об'єм на одного працюючого становить $135/7=19,2 \text{ м}^3$. Згідно норми для нормального функціонування працівників об'єм робочого приміщення повинен бути не менше 15 м^3 . Отже, нормативи розмірів та забезпечення працюючих робочою площею то об'ємом дотримано.[5]

У приміщенні розташовано 3 комп'ютери. Напруга джерела живлення комп'ютерів у приміщенні – 220 В. У приміщенні розміщені 2 письмових столи.

За безпекою ураження електричним струмом управлінське приміщення належить до приміщень без підвищеної небезпеки ураження електричним струмом працюючих.

Проводимо дослідження по визначенню природного освітлення в приміщенні торговельної.

Розрахуємо фактичне значення коефіцієнта природного освітлення для досліджуваного приміщення за формулою:

$$100 \frac{S_{\text{в}}}{S_{\text{п}}} = \frac{e_{\text{н}} \cdot \eta_{\text{г}} \cdot K_{\text{з}} \cdot K_{\text{бюд}}}{\tau_{\text{з}} \cdot r_1}, \text{ звідки } e_{\text{ф}} = \frac{100 \cdot S_{\text{в}} \cdot \tau_{\text{з}} \cdot r_1}{S_{\text{п}} \cdot \eta_{\text{г}} \cdot K_{\text{з}} \cdot K_{\text{бюд}}},$$

де $S_{\text{в}}$ – площа усіх вікон у приміщенні, м^2 ;

$S_{\text{п}}$ – площа підлоги приміщення, м^2 ;

$\tau_{\text{з}}$ – загальний коефіцієнт світлопроникності віконного прорізу. Для віконних прорізів адміністративно-управлінських будівель, які не обладнані сонцезахисними пристроями, $\tau_{\text{з}} = 0,4-0,5$;

r_1 - коефіцієнт, який враховує підвищення КПО при бічному освітленні завдяки світлу, відбитому від поверхонь приміщення і підстильного шару, що прилягає до будинку (дорівнює 2,15);

η_e - світлова характеристика вікна (дорівнює 13);

$K_{\text{буд}}$ - коефіцієнт, що враховує затемнення вікон іншими будинками; якщо будинків немає, то $K_{\text{буд}}=1$;

K_3 - коефіцієнт запасу, береться в межах 1,3 – 1,5, прийmemo $K_3= 1,4$.

$$e_{\phi} = (100 \cdot 18 \cdot 0,4 \cdot 2,15) / (45 \cdot 13 \cdot 1,4 \cdot 1) = 1,89 \%$$

Оскільки, фактичне значення природного освітлення більше нормованого ($1,89 > 1,15$), то природне освітлення в приміщенні достатньо

Проводимо дослідження по визначенню штучного освітлення в приміщенні торгівельної зали.

Для освітлення приміщення застосовуються люмінесцентні лампи (потужністю 40 Вт. Система освітлення - загальна. Нормоване значення освітленості повинне становить 100-200 люкс (СНиП II-4-79) [36].

Розрахуємо фактичне значення освітлення (E_{ϕ}), враховуючи те, що потужність ламп – 40 Вт, кількість ламп у світильнику – 2 шт.

Фактичне значення штучного освітлення (E_{ϕ}) розраховуємо за формулою:

$$E_{\phi} = \frac{F_{\text{л}} \times \eta_{\text{в}} \times N \times n}{S \times K \times Z},$$

(4.3)

де $F_{\text{л}}$ – світловий потік лампи, лм;

$\eta_{\text{в}}$ – коефіцієнт використання світлового потоку ($\eta_{\text{в}} = 0,4 \div 0,6$);

N – кількість світильників, шт.;

n – кількість ламп у світильнику, шт.;

S – площа приміщення, m^2 ;

K – коефіцієнт запасу ($K = 1,5 - 2$);

Z – коефіцієнт нерівномірності освітлення ($Z = 1,1$).

$$E_{\phi} = \frac{F_{\lambda} \times \eta_{\phi} \times N \times n}{S \times K \times Z} = (3740 \times 0,6 \times 5 \times 2) / (45 \times 2 \times 1,1) = 227 \text{ (люкс)}.$$

Отже, фактичне значення штучного освітлення більше нормованого ($227 > 100-200$), це свідчить про достатність штучного освітлення в приміщенні. А, отже, для економії електроенергії рекомендується замінити лампи на менш.

Значення параметрів, які характеризують санітарно-гігієнічні умови праці в аналізованому структурному підрозділі зведемо в підсумкову таблицю 3.2

Таблиця 3.2

Санітарно-гігієнічні умови праці в магазині «Технополіс» м. Суми

Параметр	Значення параметру		Нормативний документ
1	2	3	4
	фактичне	нормоване	
1. Освітленість штучна, (лк)	227	100-200	СНиП II-4-79
2.Значення коефіцієнта природного освітлення, (%)	1,89	1,15	СНиП II-4-79
3. Температура повітря, (0С):			Дивись додаток 2
взимку	20-23	21÷25	ГОСТ 12.1.005-88

Продовження таблиці			
1	2	3	4
влітку	22-25	22÷28	ГОСТ 12.1.005-88
4. Відносна вологість повітря,(%):	55	40-60	ГОСТ 12.1.005-88
5. Швидкість руху повітря, м/сек	0,2	< 0,2	ГОСТ 12.1.005-88
6. Кратність повітрообміну	2,22	3-5	СНиП 2.09.04-87

Аналізоване приміщення за небезпекою виникнення пожежі відповідно до ОНТП 24-86 відноситься до категорії В (пожежонебезпечні – в ньому наявні легкозаймисті речовини - папір, дерево).

Можливими причинами пожежі можуть бути: коротке замикання в електричній мережі, що може спричинити запалення наявних легкозаймистих речовин; займання паперу, дерева через необережне поводження з вогнем; розповсюдження вогню з сусідніх приміщень.

Попередити пожежу можна шляхом розробки правил безпечної поведінки із вогнем, усуненням можливості виникнення короткого замикання. У разі виникнення пожежі своєчасно та з мінімальними наслідками дають можливість загасити її наявні пожежна сигналізація та вогнегасники.

В даному структурному підрозділі встановлені вогнегасники типа ОХП-10 в розмірі 2 шт.

Розроблено план евакуації працівників та матеріальних цінностей на випадок пожежі.

Проаналізувавши стан охорони праці на підприємстві, можна зробити висновок, що практично всі показники відповідають нормі, тобто умови для роботи в торгівельному приміщенні відповідають вимогам.

Але магазину “Маркет посуду” все одно необхідно підвищити безпеку обладнання, механізувати важкі і небезпечні ручні роботи, установка нових, реконструкція та модернізація існуючого санітарно-технічного обладнання, провести лікувально-профілактичні заходи.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Виконавши дипломну роботу, провівши огляд літературних джерел та, виконавши дослідницько-експериментальну частину, можна зробити наступні висновки:

1. Основними постачальниками пиłosосів в Україні є Китай і Південна Корея. Комерційні структури для населення України також закуповують пиłosоси в провідних фірмах Німеччини, Японії, США, Італії, Франції та інших.

2. Підприємства України виробляють побутові пиłosоси з високими споживчими властивостями такі як "Ракета" виробництва Дніпровського агрегатного заводу, "Вітязь" Харківського заводу "Електроважмаш", та "Міні" ПР-02 Київської фірми "Рем-Маркетинг". Ринок пиłosосів також поповнюється за рахунок надходження товарів із Росії "Буран-5", "Циклон", "Вихрь", "Спутнік".

3. Аналіз стану виробництва в Україні показує:

- позитивну динаміку за період 1970-1990 років - високі темпи зростання виробництва, випуск пиłosосів збільшився в понад 3 рази;
- негативну динаміку за період 1990-2007 років - високі темпи зниження виробництва, обсяг випуску пиłosосів зменшився в понад 10 разів.

4. Різке зниження обсягів виробництва в основному пояснюється низьким рівнем купівельної спроможності населення, невисокою конкурентоспроможністю вітчизняної побутової техніки порівняно з аналогічною імпоротною продукцією.

5. Основними виробниками побутових пиłosосів в Україні є Дніпропетровський агрегатний завод (модель "Ракета", біля 70% вітчизняного обсягу виробництва), а також заводи побутової техніки Києва, Запоріжжя, Донецька, Харкова.

6. Крім видалення пилу і дрібного сміття в приміщенні пиłosоси видаляють пил з м'яких меблів, килимів, хутра, одягу, книг та інших

предметів внутрішнього інтер'єра, здатний забарвлювати різні поверхні, обприскувати рослини, зволожувати повітря, проводити дезинфекцію.

7.Пилососи володіють наступними функціональними властивостями: можливість очищення килимів, хутра, одягу, м'яких меблів, порт'єр, видалення пилу зі стін і стелі, фарбування поверхні, обприскування рослин, проведення дезинфекції; зволоження повітря; пилоочисна здатність, що виражається в процентах очищення в порівнянні з ідеальною; можливість збирання пилу в недоступних місцях; можливість регулювання витрати і розрідження повітря; максимальна відстань використання від розетки живлення; можливість автоматичного прибирання шнура; місткість пилозбірника.

8.Принцип дії пилососів заснований на створенні вакууму, внаслідок чого руханий потік повітря захоплює частки пилу, акумулює їх з подальшим видаленням за межами приміщення, причому рух повітря в самій машині може мати різний напрям - прямолінійний (прямоточні пилососи) або вихровий. В останньому випадку повітря легше звільняється від великого пилу або сміття.

9.Конструкції пилососів в наш час все більш удосконалюються: проводиться уніфікація окремих вузлів і деталей, застосовується ударостійкий полістирол для виготовлення корпусу, розробляються способи хімічного чищення білизни, створений рідинний пилосос з принципово новим способом чищення.

10. Ергономічні властивості пилососів: ефективність очищення фільтра пилозбірника (гігієнічність); рівень шуму; стійкість пилососа; зусилля і час, що затрачуються на пакування шланга, насадок; зручність переміщення, що визначається масою пилососа, формою і конструкцією (ролики для забезпечення пересування); зусилля, що затрачуються на зняття кришки, звільнення фільтра, на установку їх; наявність індикаторів заповнення пилозбірника.

11. За результатами контролю якості пирососів за їх споживними властивостями робимо висновки, що всі пирососи відповідають параметрам якості, вказаних в ГОСТ 10280.

12. Разом з тим, ми розподілили пирососи за рівнем якості, провівши аналіз за окремими показниками. Найвищі споживчі властивості має пиросос № 3- SAMSUNG VCC4131S37/XEV, який отримав оцінку 4,6 бали, найнижчу якість, оцінку «Добре» отримав зразок № 1 - пиросос ZANUSSI ZAN 2300 – 3,8 бали. На встановлення рівня якості вплинув профіль окремих показників. Найнижчі бали має показник рівня шуму, потужність пиловсмоктування для зразків № 2,5. Також майже всі пирососи отримали зниження оцінки за показником елементів комфортності, ємності пилозбірника, дизайну форми. Разом з тим, за загальною бальною оцінкою всі пирососи відповідають вимогам нормативного документу, а найвищу споживчу якість показав пиросос № 3 марки SAMSUNG VCC4131S37/XEV, який відноситься до пирососів циклонного типу.

Таким чином, за результатами контролю якості пирососів за їх споживними властивостями робимо висновки, що всі пирососи відповідають параметрам якості, вказаних в ГОСТ 10280.

13. В ході виконання роботи нами був визначений правильний код УКТЗЕД для пирососів, який запроваджується в Україні як товарна номенклатура Митного тарифу України й використовується при здійсненні митного оформлення товарів та предметів, що переміщуються через митний кордон України, і в митній статистиці зовнішньої торгівлі.

Пропозиції:

1.Магазину «Технополіс» більш кваліфіковано підходити до складання договорів щодо асортименту пирососів. Включати в специфікацію асортиментні позиції різного цінового рівня та більш детально аналізувати споживчі властивості, як, наприклад, кількість елементів комфортності, потужність пирососу, ємність пилозбірника тощо.

2.Замовляти нове покоління пирососів, наприклад, для алергетиків, рідинні .

3. Більше заключати договори постачання на пирососи не лише імпортного виробництва, а також і вітчизняні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України, -www.uazakon.com/
2. Закон України "Про захист прав споживачів" - www.uazakon.com/
3. Закон України "Про безпечність і якість харчових продуктів", - www.uazakon.com/
4. Закон України "Про підтвердження відповідності", - www.uazakon.com/
5. Декрет Кабінету Міністрів України «Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення» від 08.04.93, - www.uazakon.com/
6. Закон України «Про охорону праці» - Верховна Рада України; Закон від 14.10.1992 № 2694-ХІІ (Редакція станом на 18.11.2012)
7. ГОСТ 10280 «Пылесосы электрические бытовые. Общие технические требования»
8. Алексеев Н.С. Товароведение хозяйственных товаров. - М.: Экономика, 1989. - Т. 1.
9. Беліков А. С., Дмитрюк С. П. Основи охорони праці. 2007.с. 257
10. Войнаш Л.Т., Дудла І.О. та ін. Товарознавство непродовольчих товарів. Підручник. Частина 1 К.: НМУ "Укоопосвіта", 2004. - 436 с.
2. Винокурова Л.Е., Васильчук М.В., Гаман М.В. Основи охорони праці: Підручник. – К., 2001.
11. Денисенко Г.Ф. Охрана труда. – М., 1995 с. 243
12. Ещенко В.Ф., Леженин Е.Д. Товароведение хозяйственных товаров. - М.: Экономика, 1989. - т.2.
13. Захаренков И.В. Малая бытовая техника. // Бизнес. - 2005. №10 . - с. 69.
14. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник / Під ред. д-ра екон. наук професора І.В. Сороки - К: НМЦВО МОІНУ України, НВФ "Студцентр", 2002 - 608 с.

15. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг (за редакцією проф. Апопія В.В., проф. Гончарука Я.А.) Підручник. К.: ЧМУ "Укоопосвіта", 2002 - 458 с.
16. Лепаев Д.А. Электрические приборы бытового назначения: Учебник для сред. спец. учеб. заведений. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Легпромиздат, 1991.- 272 с.: ил.
17. Михайлов В.І. Товарознавство електропобутових товарів: Підручник. - К.: ВЦ КДТЕУ, 1999. - 232 с.
18. Михайлов В.Н. Товарознавство непродовольчих товарів. - К., 2006. - 554 с.
19. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. Учебник для вузов.- М.: Издательство НОРМА, 1997. - 283 с.
20. Теплов В.И., Серошман М.В., Боряев В.Е., Панасенко В.А. Коммерческое товароведение: Учебник.- 2-е изд. - М: Издательский Дом "Дашков и Ко" 2001. - 620 с.
21. Товароведение непродовольственных товаров: Учеб. пособ. / В.А. Агбаш и др. - М.: Экономика, 1989.
22. Товароведение непродовольственных товаров: Учеб. пособ. В 4-х т. - М.: Экономика, 1972.
23. Товароведение промышленных товаров (Пластические массы, хозяйственные и строительные товары) / Врозовский Д.И., Демидова Г.А., Зелинский О.В., Зубаков В.Д. - М.: Экономика, 1979. - 384 с.
24. Товароведение промышленных товаров: Учеб. пособ. Т.2. - М.: Экономика, 1969.
25. Шепелев А.Ф., Печенежская И.А., Шмалев А.В. Товароведение и экспертиза электротоваров - Ростов н/Д: издательский центр "Март" , 2001 - 176 с
26. Шептулина Н.Н. Охрана труда работников, занятых на работах с неблагоприятными условиями труда // Трудовое право. — 1998.

27. Ярхо А.А. Законодательство об охране труда. — М 2008.-112 с.
- 28.remontvdome.com.ua/dihayte-glibshe-yaki
- 29.remontvdome.com.ua/dihayte-glibshe-yaki
- 30.remontvdome.com.ua/dihayte-glibshe-yaki.
- 31.www.vashkivtsi.com/.../pulosos-dlya-domu.
- 32.megasite.in.ua/15340-pilososi-chastina-2-ta

ДОДАТКИ

АНКЕТА

Шановні покупці!

Будь ласка, дайте відповіді на поставлені питання. Це допоможе більш досконало забезпечити ваш попит на притиральну техніку

1. Чи користуєтесь ви пилососами?

А). Так Б). Ні

2. Який фактор при виборі пилососу являється вирішальним?

А). Ціна Б). Якість В). Престижність Г). Дизайн

3. Якій торговій марці ви віддаєте переваги?

А) ZANUSSI Б) LG В) SAMSUNG Г) PHILIPS Д) VITEK Ж) Bosch
К) Ваша відповідь

4. Які показники якості пилососів для вас найважливіші?

Розташуйте обрані показники за рангом: 5 – найкращий 1 – найгірший

Споживна потужність	Строк служби
Пилоочисна спроможність	Рівень шуму
Ємність пилозбірника	Інформативність
Зручність використання	Лаконічність форми
Гігієнічність	Колористичне оформлення
Елементи комфортності	

5. Який тип пилососа Ви обираєте для себе?

А) пилосос для сухого прибирання

Б) миючий пилосос

В) пилосос циклонного типу

Г) пилосос для алергетиків

6. Яка ціна вас приваблює?

1. Висока - більше 2000 грн.

2. Середня – 800-1300 грн.

3. Дешева – до 800 грн.

7. Ваш вік (років):

До 20 21-25 25-45 старше 45

8. Ваше місце проживання:

А) місто Б) село В) селище міського типу

9. Ваш середньо місячний дохід:

А) 1000-2500 Б) 2500-5000 В) 5000-10000 Г) більше 10000

10. Ваша стать:

А) Ч Б) Ж

Дякуємо за приділену увагу. Завдяки Вам прибиральна техніка стане краще і задовольнить ваш попит.

Асортимент пилососів в магазині «Технополі» м. Суми

	ROWENTA RO5441
	LG VK73141HAQN
	SAMSUNG VCC6185H3K
	PHILIPS FC8764/01
	ROWENTA RO666301