

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Торгово-экономический институт
Кафедра товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Кротова - И.В. Кротова
подпись инициалы, фамилия
«16» 06 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Направление 38.03.07 Товароведение
профиль подготовки 38.03.07.04 Товарный менеджмент

«Товароведная характеристика ассортимента и идентификационных
признаков фотоаппаратов»

Руководитель	<u>Кротова</u> 14.06.17 подпись, дата	<u>канд. техн. наук, доцент</u> должность, ученая степень	<u>В.В. Полянская</u> инициалы, фамилия
Выпускник	14.06.17 <u>Кротова</u> подпись, дата		<u>К.Г. Джевелек</u> инициалы, фамилия
Нормоконтролер	<u>Кротова</u> 14.06.17 подпись, дата	<u>канд. техн. наук, доцент</u> должность, ученая степень	<u>В.В. Полянская</u> инициалы, фамилия

Красноярск 2017

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа на тему: «Товароведная характеристика ассортимента и идентификационных признаков фотоаппаратов» содержит 68 страниц текста 13 таблиц, 36 рисунков, 37 источников литературы.

Структура бакалаврской работы включает: реферат, содержание, введение, три раздела, заключение, список использованных источников.

РЫНОК ФОТОАППАРАТОВ, АССОРТИМЕНТ ФОТОАППАРАТОВ, ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АССОРТИМЕНТА ФОТОАППАРАТОВ, ТОВАРНЫЙ ЗНАК, ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ ПРИЗНАКИ ФОТОАППАРАТОВ, МАРКИРОВКА.

Целью бакалаврской работы является характеристика ассортимента и идентификационных признаков фотоаппаратов.

Предмет исследования – фотоаппараты.

Объект исследования в работе – магазин «Экран», реализующий фотоаппараты на потребительском рынке.

Цель работы: характеристика и анализ ассортимента современных фотоаппаратов, реализуемых в магазине «Экран».

Исходя из цели, были поставлены и решены следующие задачи:

- изучено состояние и основные тенденции развития рынка цифровых фотоаппаратов;
- изучены основные принципы классификация фотоаппаратов;
- проведен анализ ассортимента, фотоаппаратов, реализуемых в магазине «Экран»;
- проведен анализ маркировки фотоаппаратов, реализуемых в магазине «Экран»;
- проведен анализ снимков, полученных на различные модели фотоаппаратов;
- проведен анализ товарных знаков фотоаппаратов.

По результатам проведенного исследования были разработаны рекомендации по формированию оптимального ассортимента фотоаппаратов.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Состояние товарного предложения на рынке цифровых фотоаппаратов.....	6
1.1 Характеристика товарного предложения на рынке цифровых фотоаппаратов	7
1.2 Классификация и характеристика современного ассортимента цифровых фотоаппаратов	11
1.3 Принцип действия и устройство фотоаппаратов.....	14
1.4 Направления совершенствования ассортимента и качества фотоаппаратов.. ..	16
2 Исследование ассортимента фотоаппаратов на примере магазина «Экран» ИП Сцепуро В.И.....	19
2.1 Изучение структуры магазина «Экран» ИП Сцепуро В.И.....	19
2.2 Товароведная характеристика образцов фотоаппаратов на примере магазина «Экран» Сцепуро В.И.....	21
2.3 Анализ структуры ассортимента на примере магазина «Экран» Сцепуро В.И	31
2.4 Анализ маркировки цифровых фотоаппаратов на примере магазина «Экран» Сцепуро В.И.....	38
2.5 Исследование некоторых потребительских свойств фотоаппаратов	47
3 Место товарного знака в системе информации о товаре и защите его от фальсификации (на примере фотоаппаратов).....	55
3.1 Товарный знак в системе информации о товаре.....	55
3.2 Особенности защиты товарных знаков.....	59
3.3 Анализ использованных товарных знаков на примере «Canon», «Nikon», «Sony».....	60
Заключение	63
Список использованных источников	65

ВВЕДЕНИЕ

Фотоаппарат - это оптико-механическое устройство, осуществляющее формирование и последующую фиксацию статического изображения реального сюжета.

Фотоаппарат существует уже более ста лет, но его назначение остается неизменным. Желание запечатлеть важные моменты повседневности, оставить на память воспоминание о путешествии или просто интересных событиях возникает у многих людей и при этом не претендует на высокохудожественные снимки, оптимальный выбор - цифровые фотоаппараты - мыльницы. Причем совершенно не обязательно покупать дорогой фотоаппарат, теперь можно делать неплохие снимки фотоаппаратом стоимостью менее 7000 рублей. Дело за малым - решить, какую именно модель выбрать. Первый цифровой фотоаппарат появился в 1981 году. И его разработчиком стала компания Sony.

С появлением цифровой фотографии связывается качественно новый этап развития средств запечатления изобразительной информации. Появление цифровых фотокамер с электронной световоспринимающей поверхностью открывает широкие возможности по преобразованию изображений запечатлеваемых объектов в вид, удобный для компьютерной обработки, и получению их копий на широком круге носителей: жестком диске, компакт-диске, термобумаге, пичей бумаге. Изображения, записанные в электронном виде, можно хранить длительное время, а при наличии автоматизированных систем поиска их нахождение займет немного времени в большом многодисковом архиве. Так можно хранить изображения натуральных коллекций, фотографических картотек, других учетов криминалистического назначения. Одновременно становятся доступными способы компьютерного улучшения исходного качества и преобразования изображений. Сегодня цифровые фотоаппараты производят как известные производители традиционного фотооборудования, так и компьютерные

фирмы, так что рынок цифровых фотоаппаратов буквально заполнен разнообразными предложениями. Большой популярностью пользуются цифровики от Canon, Casio, Fuji, HP, Kodak, Minolta, Nikon, Olympus, Ricoh, Sanyo, Sony, Toshiba и некоторых других. Почти каждая из этих фирм выпускает богатую линейку фотоаппаратов.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что в настоящее время ассортимент фотоаппаратов постоянно обновляется. Разрабатываются более новые и улучшенные модели, в связи с чем возникает необходимость в изучении ассортимента фотоаппаратов, присутствующих на рынке.

Цель работы: характеристика и анализ ассортимента современных фотоаппаратов, реализуемых в магазине «Экран».

Исходя из цели, были поставлены и решены следующие задачи:

- изучено состояние и основные тенденции развития рынка цифровых фотоаппаратов;
- изучены основные принципы классификация фотоаппаратов;
- проведен анализ ассортимента, фотоаппаратов, реализуемых в магазине «Экран»;
- проведен анализ маркировки фотоаппаратов, реализуемых в магазине «Экран»;
- проведен анализ снимков, полученных на различные модели фотоаппаратов;
- проведен анализ товарных знаков фотоаппаратов.

Объектом исследования являются фотоаппараты, реализуемые предприятием «Экран».

Предметом исследования в работе является анализ ассортимента и качества фотоаппаратов.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы. В тексте бакалаврской работы содержится 13 таблиц и 36 рисунков. Общий объем работы 68 листов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: федер.закон от 07.02.1992 № 2300-1 ред. от 05.05.2014// Справочная система «КонсультантПлюс». - Режим доступа:<http://www.consultant.ru>
2. ГОСТ Р 4.464-86. Система показателей качества продукции. Фотоаппараты. Номенклатура показателей [Электронный ресурс]. – Введ.01.01.1988. – Москва: Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200010624>
3. Классификация и характеристика современного ассортимента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.znaytovar.ru/s/Klassifikaciya_i_xarakteristika10.htm
4. Мировой рынок компактных камер сократился за год на 30 % [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ixbt.com/news/hard/index.shtml?16/81/41>
5. Общая информация о CanonInc. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.canon.ru/About_Us/Press_Centre/Press_Resources/Canon_Inc_Background/
6. Принцип действия и устройство фотоаппаратов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://znaytovar.ru/s/ustrojstvo_i_princip_raboty_fo.html
7. Рынок цифровых фотоаппаратов в России сократился на 25% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://radiovesti.ru/article/show/article_id/123308
8. Совершенствования ассортимента [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.znaytovar.ru/s/Sovershenstvovanie-tovarnogo-as.html>
9. Характеристика товарного предложения на рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://compress.ru/article.aspx?id=23533>
10. Багиев Г. Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн; под общ. Ред. Г. Л. Багиева. – Москва : Экономика, 2013. – 231 с.

11. Балаева С.И. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: учебное пособие / С.И. Балаева, И.Ш. Дзахмишева, М.В. Елиева – Москва.: Дашков, 2013. – 552 с.
12. Вавилов Н.Т. Фотоаппарат: как выбрать? / Н.Т. Вавилов / Потребитель. – 2014. - №2. – 11-14 с.
13. Васильева Н.О. Товароведение бытовых электротехнических товаров. – Москва.: Академия, 2015. – 330 с.
14. Голубков Е. П. Основы маркетинга : учебник / Е. Л. Голубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва. : Финпресс, 2014. – 688 с.
15. Грибанова, И.В. Товароведение непродовольственных товаров: учеб.пособие / И.В. Грибанова. – 3-е изд. – Минск: Высшая школа.- 2015. – 191 с.
16. Ефремов В. С. Классические модели стратегического анализа и планирования : модель ADL/В. С. Ефремов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. - №1. – 117 – 129 с.
17. Звягинцев В. Б. Разработка маркетинговой стратегии предприятия и контроль надее реализацией / В. Б. Звягинцев // Маркетинг и маркетинговые исследования . – 2013. - №1. – С. 72-81.
18. Зотов В. В. Ассортиментная политика фирмы : учеб. –практ. пособие / В. В. Зотов. – Москва:Эксмо, 2014. – 240 с.
19. Киселев В. Формирование ассортимента в сфере торговли / В.Киселев/ Маркетинг. – 2013 г. - №2. - С.107-111
20. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург: 2013. – 785 с.
21. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд. – Москва: Вильямс, 2014. – 1200 с.
22. Кретов И. И. Маркетинг на предприятии / И. И. Кретов. – Москва: Финн-статинформ, 2013.
23. Кузин Б. Методы и модели управления фирмой / Б. Кузин, В. Юрьев, Г.Шахдинаров. – СПб.: Питер, 2013 г. – 432 с.

24. Купряков Е. М. Стандартизация и качество промышленных товаров : учебник / Е. М. Купряков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Высшая школа, 2013. – 304 с.
25. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с франц. / Ж. Ж. Ламбен. – Санкт-Петербург: Наука. Ленинград. Отделение, 2014. – 338 с.
26. Малышев В.В. Как выбрать фотоаппарат. Советы покупателю./ В.В. Малышев // Потребитель. – 2013. - № 5. – С. 12-16.
27. Моисеенко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров: учебное пособие. Ч.2. – Ростов на Дону: Феникс, 2013. – 288 с.
28. Пашутин С. Технология формирования ассортимента / С. Пашутин // Маркетолог. – 2014. - №10.- С.21-24
29. Пашутин С.В. К вопросу формирования оптимального ассортимента на рынке / С.В. Пашутин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. - №2. - С.50-55
30. Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров/Ф.А. Петрище. – Москва.: Дашков, 2013. - 512с.
31. Пигунова О. Ассортиментная концепция предприятия торговли // Маркетинг. - 2014. - №1. - С.68-74
32. Пигунова О. Ассортиментная стратегия предприятия розничной торговли / О. Пигунова // Маркетинг. – 2013. - №6. - С.50-53
33. Повница В. Товары бытового назначения: учебник / В. Повница. - Москва.: ДАНА, 2013. - 516 с.
34. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Российской Федерации. – Москва.: Терикс, 2013. – 1040с.
35. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: учебник / А.Н. Неверов [и др.]; под ред. А.Н. Неверова, Т.И. Чалых. – Москва.: Академия, 2014. – 464 с.

36. Хадыкин А.П. Товароведение и экспертиза электронных бытовых товаров: учебник / А.П. Хадыкин, А.А. Ляшко. – Москва.: Академия, 2014. – 320 с.

37. Чечик А.М. Товароведение и экспертиза товаров культурно-бытового назначения: учебник / А.М.Чечик. -Москва.: Дашков, 2004. – 535 с.



Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Торгово-экономический институт
Кафедра товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Кротова - И.В. Кротова
подпись инициалы, фамилия
«16» 06 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Направление 38.03.07 Товароведение
профиль подготовки 38.03.07.04 Товарный менеджмент

«Товароведная характеристика ассортимента и идентификационных
признаков фотоаппаратов»

Руководитель	<u>Кротова</u> 14.06.17 подпись, дата	<u>канд. техн. наук, доцент</u> должность, ученая степень	<u>В.В. Полянская</u> инициалы, фамилия
Выпускник	14.06.17 <u>Кротова</u> подпись, дата		<u>К.Г. Джевелек</u> инициалы, фамилия
Нормоконтролер	<u>Кротова</u> 14.06.17 подпись, дата	<u>канд. техн. наук, доцент</u> должность, ученая степень	<u>В.В. Полянская</u> инициалы, фамилия

Красноярск 2017