




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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Крот 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

«Применение социологических методов при формировании и оценке
ассортимента потребительских товаров»

Руководитель	 <u>15.06.17</u> подпись, дата	<u>канд. экон. наук, доцент</u> должность, ученая степень	<u>Е.А. Зайченко</u> инициалы, фамилия
Выпускник	 <u>15.06.17</u> подпись, дата		<u>С.А. Орлова</u> инициалы, фамилия
Нормоконтролер	 <u>15.06.17</u> подпись, дата	<u>канд. экон. наук, доцент</u> должность, ученая степень	<u>Е.А. Зайченко</u> инициалы, фамилия

Красноярск 2017

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме: «Применение социологических методов при формировании и оценке ассортимента потребительских товаров» содержит 89 страниц текста, 24 таблицы, 51 рисунок, 51 использованных источников литературы.

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

СОЛНЦЕЗАЩИТНЫЕ ОЧКИ, РЫНОК, КЛАССИФИКАЦИЯ, АССОРТИМЕНТ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Предмет исследования – теоретические и практические аспекты использования социологических методов при работе с торговым ассортиментом, объект исследования – ассортимент солнцезащитных очков, объект – салон «Еврооптика».

Цель работы – использование результатов социологических исследований при формировании и анализе ассортимента солнцезащитных очков.

В результате выполнения бакалаврской работы были изучены теоретические аспекты развития рынка солнцезащитных очков и охарактеризованы современные подходы к классификации и тенденции развития ассортимента; дана товароведная характеристика ассортимента солнцезащитных очков в салоне «Еврооптика»; исследованы показатели ассортимента; разработана программа социологического исследования; приведены результаты структуры покупательских предпочтений; определены требования потребителей и оценена степень их удовлетворенности ассортиментом и качеством солнцезащитных очков.

Результатом проведенного исследования стали рекомендации по совершенствованию представленного ассортимента солнцезащитных очков в салоне «Еврооптика» ООО ЦКЗ «Окулюс» в отношении модельного ряда, в отношении структуры отдельных категорий, сервисного обслуживания.

ВВЕДЕНИЕ

С точки зрения управления ассортиментом, в рамках совершенствования существующих методик исследования ассортимента, торговым специалистам рекомендуется использовать социологические методы. Применение социологических методов (результатов проведенных исследований) при формировании и оценке ассортимента потребительских товаров способствует удовлетворению требований потребителей, увеличению спроса на продукцию, финансовых показателей хозяйственной деятельности для предприятий, что в современных условиях функционирования салонов оптики весьма актуально.

Солнцезащитные очки являются незаменимым атрибутом в период солнечной активности. Врачи-офтальмологи советуют в такое время находиться на улице в солнцезащитных очках, так как солнечные лучи нередко вызывают глазные болезни, которые иногда нельзя вылечить. Соответственно, выбор солнцезащитных очков отечественных и зарубежных торговых марок в предприятиях торговли, специализированных магазинах, оптиках, для покупателей достаточно разнообразен [14]. Солнцезащитные очки служат не только для защиты глаз от негативного воздействия ультрафиолета, и солнца, но и могут выступать как современный, модный и стильный аксессуар. Для определенных случаев жизни используются разные солнцезащитные очки. Например, для тех, кто занимается активными видами спорта, необходимо использовать очки с ультрафиолетовой защитой [38].

Качественные солнцезащитные очки производят компании с мировым именем, расположенные во Франции, Италии, Канаде, США, Японии. Продукция высокого качества изготавливается в соответствии с государственными стандартами и нормами, по официальной лицензии. Наиболее известными производителями солнцезащитных очков являются: Adidas, Bvlgari, Luxottica, De Rigo, Airess, Cottet, Neostyle, Casal, Signature, Charmant [37].

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 Современное состояние и тенденции развития мирового и отечественного рынка солнцезащитных очков	7
1.1 Конъюнктура рынка солнцезащитных очков	7
1.2 Классификация солнцезащитных очков	10
1.3 Современные тенденции развития ассортимента солнцезащитных очков	19
2 Исследование ассортимента солнцезащитных очков, реализуемых на потребительском рынке г. Красноярска (на примере салона «Еврооптика», ООО ЦКЗ «Окулюс»)	26
2.1 Товароведная характеристика ассортимента солнцезащитных очков	26
2.2 Исследование показателей ассортимента солнцезащитных очков .	40
2.2.1 С позиции товароведения	40
2.2.2 С позиции категорийного менеджмента	52
3 Использование социологических методов при формировании и оценке потребительских товаров (на примере солнцезащитных очков).	58
3.1 Разработка программы социологического исследования	58
3.2 Исследование структуры покупательских предпочтений	62
3.3 Анализ фактического ассортимента на соответствие требованиям потребителей	75
3.4 Оценка степени удовлетворенности потребителей ассортиментом и качеством товаров	78
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	81
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	86
ПРИЛОЖЕНИЯ	90

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ТН ВЭД ЕАЭС [Электронный ресурс] : утвержден решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 № 54 ред. от 24.04.2017. – Режим доступа : <http://eurasiancommission.org.ru>.
2. ОКПД 2 [Электронный ресурс] : утвержден Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31.01.14 № 14-ст. ред. от 20.03.17. – Режим доступа : <http://russia-opt.com/okpd2>.
3. ГОСТ Р 51831–2001. Очки солнцезащитные. Общие технические требования. – Введ. 01.01.03. – Москва : Стандартинформ, 2005. – 7 с.
4. Александров, Ю.Л. Исследование рынка потребительских товаров. Методические основы, практика, использование / Ю.Л. Александров, Н.Н. Терещенко ; Красн. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2000. – 320 с.
5. Бузукова, Н. А. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице : учебник / Н. Т. Бузукова, С. С. Сысоева. – Санкт-Петербург : Питер, 2015. – 400 с.
6. Буянова, Е. В. Категорийный менеджмент. Теория и практика в России : учеб. пособие / Е. В. Буянова, Н. Н. Давыдов. – Москва : ЕСП, 2012. – 57 с
7. Волкова, И. Очки / И. Волкова. – Москва : Арус, 2015. – 67 с.
8. Гуляев, К. М. Управление ассортиментом в розничной торговле : учебник / К. М. Гуляев. – Санкт-Петербург : Питер, 2013 – 127 с.
9. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования : учеб. пособие / И.Ф. Девятко.– Москва : Университет, 2014. – 299 с.
10. Добреньков, В.И. Методы социологического исследования : учебник / В.И. Добренькова, А.И. Кравченко. – Москва : ИНФРА-М, 2013. – 769 с.
11. Зонова, Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учеб. пособие / Л. Н. Зонова. – Москва : Дашков и К, 2015. – 192 с.

12. Зотов, В. А. Ассортиментная политика фирмы : учебник / В. А. Зотов. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 315 с.
13. Иванова, Т. Н. Товарный менеджмент: учеб. пособие / Т. Н. Иванова, О. В. Евдокимова. – Москва : ИНФРА-М, 2017. – 234 с.
14. Как выбрать солнцезащитные очки [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://samochuvstvie.com/articles/161-kak_vybrat_solncezashitnye_ochki.
15. Каунова, Н.Л. Подходы к изучению спроса потребителей и определению потребностей в товарах / Н.Л. Каунова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lib.i-bteu.ru>.
16. Киселев, В. М. Категорийный менеджмент : учеб. пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. – Москва : Норма, 2013. – 208 с.
17. Компания Brevno [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://brevnoshop.com/ru/about>.
18. Куликова, Н. Р. Основы товароведения: учеб. пособие / Н. Р. Куликова, В.П. Новопавловская. – Москва : Альфа-М, 2012. – 336 с.
19. Мезенцева, Н. И. Формирование ассортимента и управления товарными запасами : учеб. пособие / Н. И. Мезенцева. – Киров : Вятский гос. техникум профессиональных технологий, управления и сервиса, 2013. – 156 с.
20. Модные солнцезащитные очки 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://yaa2017.com/modnye-ochki-2017>.
21. Модели модных очков в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ladyelena.ru/modnye-ochki-2017>.
22. Модели солнцезащитных очков [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wlooks.ru/solnechnye-ochki>.
23. Модные очки – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ibeauti.ru/modnye-hitrosti/modnye-ochki-2017.html>.
24. Николаева, М. А. Теоретические основы товароведения : учебник / М.А. Николаева. – Москва : Норма, 2015. – 448 с.

25. Николаева, М.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров. В 2 ч. Ч. 1 : Модуль I. Теоретические основы товароведения : учебник / М.А. Николаева. – Москва : Норма, 2014. – 368 с.
26. Николаева, М.А. Товарная политика : учебник / М.А. Николаева. – Москва : ИНФРА-М, 2015. – 255 с.
27. Обзор новинок солнцезащитных очков [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://beauty.web-3.ru/worldbeauty/solnce>.
28. Оптический рынок // Оптика для профессионалов. – 2017. – № 2. – С. 20.
29. Очки с вращающимися заушниками [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ochki.com/news/041215-6505>.
30. Петрище, Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник / Ф. А. Петрище. – Москва : Дашков и Ко, 2012. – 508 с.
31. Райкова, Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник / Е.Ю. Райкова. – Москва : Дашков и Ко, 2013. – 412 с.
32. Регионы продаж // Оптика. – 2017. – № 3. – С. 10–11
33. Рынок солнцезащитных очков // Оптика. – 2017. – № 4. – С. 8.
34. Симонова, А. П. Ассортиментная политика фирмы : учебник / А. П. Симонова. – Минск : Высшая школа, 2014. – 423 с.
35. Складная оправа солнцезащитных очков L 778S Foldable [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ochki.com/news/280815-6369>.
36. Снигирева, В. В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям : учебник / В. В. Снигирева. – Санкт-Петербург : Питер, 2015. – 416 с.
37. Солнцезащитные очки [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://viborok.ru/krasota-i-zdorove/kak-vyibrat-solntsezashhitnyie-ochki.html>.
38. Солнцезащитные очки: как правильно выбрать [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://homearchive.ru/health/h0353.html>.
39. Солнцезащитные очки Latch [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ochki.com/news/301115-6498>.

40. Статистика г. Красноярск [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://krasstat.gks.ru>.
41. Стильные солнцезащитные очки 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://irenastyle.ru/stilnye-solncezashhitnye-ochki-2017>.
42. Страхова, С. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы / С. А. Страхова. – Москва : Дашков и К, 2014. – 164 с
43. Татарова, Г.Г. Основы типологического анализа в социологических исследованиях: учеб. пособие / Г.Г. Татарова. – Москва : Высшее Образование и Наука, 2013. – 236 с.
44. Терещенко, К. Н. Категорийный менеджмент: от понимания к практике : учебник / К. Н. Терещенко. – Москва : Дело, 2015. – 239 с.
45. Тихонова, Е.В. Методология и методы социологического исследования: учебник / Е.В. Тихонова. – Москва : Академия, 2012. – 368 с.
46. Тренды года : очки – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://god2017.com/moda/modnye-ochki-2017>.
47. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования: учебник / Д.В. Тюрин. – Москва : Юрайт, 2016. – 342 с.
48. Фотохромизм и просветление в одних линзах для очков [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wikieyes.ru/fotohromizm-i-prosvetlenie>.
49. Хисрик, Р. Торговля и менеджмент продаж : учебник / Р. Хисрик. – Москва : Филинь, 2015. – 320 с
50. ЦКЗ «Окулюс», салон «Еврооптика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://eurooptika-k.ru/catalog>.
51. Эбергардт, А.Е. Маркетинговые методы комплексного управления сезонностью спроса на рынке товаров массового потребления / А.Е. Эбергардт // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2014. – № 4. – С. 76–82.






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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Крот 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

«Применение социологических методов при формировании и оценке
ассортимента потребительских товаров»

Руководитель	 <u>15.06.17</u> подпись, дата	<u>канд. экон. наук, доцент</u> должность, ученая степень	<u>Е.А. Зайченко</u> инициалы, фамилия
Выпускник	 <u>15.06.17</u> подпись, дата		<u>С.А. Орлова</u> инициалы, фамилия
Нормоконтролер	 <u>15.06.17</u> подпись, дата	<u>канд. экон. наук, доцент</u> должность, ученая степень	<u>Е.А. Зайченко</u> инициалы, фамилия

Красноярск 2017