

Использование методов прогнозирования потребительского спроса позволит производителям, постоянно изучая спрос, платежеспособность населения и структуру рынка, учитывать требования конкретных групп потребителей, и формировать конкурентоспособный ассортимент.

Список использованных источников

1. Фетисов В.Г. Качественные и количественные методы системного анализа / В.Г. Фетисов [и др.]. – Шахты: Изд-во ЮРГУЭС, 2011. – 150 с.

УДК 658.62:666.51(477 75)

**О СОВРЕМЕННОМ АССОРТИМЕНТЕ  
КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В АР  
КРЫМ**

*Л.Е. Павлушенко, к.т.н., доцент*

*ВУЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»,  
г. Полтава, Украина*

Изучение товарного предложения и потребительских предпочтений на крымском рынке фарфоровой посуды было проведено в 2009 году на материалах оптово-розничной фирмы «Элегия». Опубликованные результаты исследований объединили анализ структуры ассортимента розничных предприятий фирменной торговой сети, а также потребительские предпочтения жителей Автономной Республики Крым, установленные методом анкетирования покупателей. Совместное рассмотрение факторов, влияющих на потребительские предпочтения, показало, что при совершении покупки наиболее важными являются показатели эстетических свойств керамической посуды: форма изделия и декор, а для фарфоровых изделий, дополнительно — просвечиваемость и белизна. Исследования выявили недостаточность предложения изделий отечественных производителей, отсутствие возможности выбора в полном соответствии с желаниями потребителей.

Возвращаясь сегодня к рассматриваемой проблеме, представляется целесообразным проанализировать изменения в структуре ассортимента керамической посуды, реализуемой в автономии.

За три года доля украинских производителей в структуре товарооборота фирмы «Элегия» сократилась с 40 до 15 %. В ассортименте торговых предприятий представлена продукция Дружковского и Сумского фарфоровых заводов, а также майоликовые изделия МПП «Афина» (г. Донецк) и керамического завода г. Вистовичи (Львовская обл.).

Финансовый кризис привел к значительному сокращению объемов продукции, выпускаемой Брановским фарфоровым заводом, и прекращению функционирования АОЗТ "Коростенский фарфор". Как следствие с прилавков исчезла посуда названных предприятий.

Доля керамической посуды зарубежных производителей в магазинах фирмы увеличилась с 60 до 85 %. Наибольший удельный вес в этом сегменте имеет продукция китайских предприятий, выпускающих керамические изделия, как под собственными товарными знаками, так и по лицензиям европейских производителей. Фирмой также реализуется посуда из Англии (Lefard), Германии (Luisenburg), Польши (Chodziej).

Российская керамика представлена в основном изделиями ПК «Дулевский фарфор» (Московская обл.). Ассортимент посуды старейшего российского изготовителя ОАО "Императорский фарфоровый завод" (Санкт-Петербург) ограничен чайными и кофейными парами из костяного фарфора, что связано с высокой ценой изделий. Налажено сотрудничество с ЗАО «Добрушский фарфоровый завод» (Гомельская обл., Беларусь).

Три года назад, около 95 % реализуемой посуды было изготовлено из твердого фарфора. Сегодня значительно расширился ассортимент посуды, из полуфарфоровых и тонкокаменных масс. На их долю приходится около половины всех представленных изделий. По свойствам такие изделия приближаются к фарфору: обладают хорошей термической и химической стойкостью, а также высокой механической прочностью.

Полуфарфор европейских производителей не содержит каолина (по составу он ближе к стеклу) и потому напоминает фарфор только своим внешним видом. Изготовленные из него изделия имеют привлекательный внешний вид при невысоком уровне цен, так как не требуют высокой температуры обжига, что позволяет использовать большее количество красок, которые, сплавляясь с глазурью, придают декору особую прозрачность и блеск.

Кухонная тонкокаменная посуда, по сравнению с металлической, обладает меньшей жаростойкостью 400–5000 °С, однако более гигиенична, дольше сохраняет тепло и, благодаря дизайну, может использоваться для сервировки стола и приема пищи (порционная). В ассортименте торговых предприятий широко представлены произведенные в Китае формы для выпечки и запекания изготовленные из жаростойких тонкокаменных масс, декорированные живописью и цветными глазурями.

Сегмент посуды из майолики сегодня составляет около 5 %. Его формируют изделия с торговыми марками Китая, Англии, Украины. Фаянсовая посуда в магазинах фирмы «Элегия» отсутствует.

По количеству видов в структуре ассортимента розничных торговых предприятий фирмы лидирует посуда штучная. Большую часть предлагаемых изделий составляют тарелки глубокие и мелкие, блюда, салатники, а также чайные чашки и кружки. Широко представлен ассортимент посуды для приготовления пищи (в духовом шкафу, в микроволновой печи): формы для выпечки и запекания, кастрюли (с 1 или 2 ручками и крышкой), горшки (с крышками и без). Многие модели предлагаются покупателю в нескольких типоразмерах.

Среди посуды комплектной привлекают внимание чайные сервизы, выполненные в восточном стиле: укомплектованные пиалами и глубоким блюдом (Китай), а также детские приборы (из четырех предметов) декорированные по мотивам сказок многокрасочной глазурью (Беларусь).

Изменения коснулись фасона и декора посуды. Особенно выделяется посуда, выполненная с элементами гранения и рифлением поверхности, с вырезными краями (в том числе и у чашек), на ножках (высотой до 20 мм). Ставшие уже привычными, отличные от тела вращения формы плоских изделий (ракушка, лист, квадрат, овал и др.), производители разнообразят за счет оформления края (в виде валика, образованного напылом керамической массы; с огранкой; ажурным рисунком и др.).

Для декорирования изделий, по-прежнему, чаще всего используется деколь и печать. Преобладание такого вида декорирования как деколь (80 %), объясняется разнообразием рисунков при невысокой себестоимости работы. Посуда, декорированная живописью, сегодня представлена только изделиями российских производителей. Ее удельный вес в ассортименте розничных торговых предприятий фирмы составляет менее 1 %. Популярным является декорирование изделий рельефом, который может использоваться без или с нанесением красочного рисунка.

По-прежнему, пользуется спросом керамическая посуда без украшений. Такие изделия легче заменить или добавить в случае изменения комплектности, а также использовать и для приготовления пищи, и для сервировки стола. Универсальность, функциональность и более низкая цена делают их привлекательными как для индивидуальных потребителей, так и для предприятий общественного питания.

Проведя анализ ассортимента керамической посуды, реализуемой магазинами фирмы «Элегия» в АР Крым, выявили: во-первых, сокращение доли продукции отечественных производителей; во-вторых: использование для производства керамической посуды более

дешевых и универсальных материалов полуфарфора, тонкокаменных масс; в-третьих: совершенствование формы, оптимизацию размеров, продуманность декора изделий, в целях обеспечения возможности их многофункционального использования (приготовления пищи в СВЧ-печи и духовом шкафу, сервировки стола, приема пищи и напитков), легкости ухода (возможности использования посудомоечных машин), а также экономичного хранения.

Список использованных источников

1. Мороз И.И. Фарфор, фаянс, майолика. – Киев: Техніка, 1975. – 352 с.
2. Павлуненко Л.Е. Товарное предложение и потребительские предпочтения на крымском рынке фарфоровой посуды // Науковий вісник: сб. наук. праць / Полтавський університет споживчої кооперації України, / вип. ред. М.П. Гречук. – вересень 2009. – № 1(37). – С. 51–54

УДК 677.072

**ТЕХНОЛОГИЯ ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА  
ОЧЕСКОВОЙ ПРЯЖИ СРЕДНЕЙ ЛИНЕЙНОЙ  
ПЛОТНОСТИ**

*М.М. Паневкина, аспирант, А.А. Козан, д.т.н., профессор  
УО «Витебский государственный технологический университет»,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

В настоящее время в Республике Беларусь остро стоит вопрос об улучшении качества производимой льняной и оческовой пряжи. Актуальным направлением решения данной проблемы является снижение линейной плотности пряжи из льняного очеса при достижении физико-механических свойств, соответствующих чистольняной пряже. Получить такую пряжу возможно только при использовании процесса гребнечесания и мокрого способа прядения. До настоящего времени из льняного очеса в Республике Беларусь получали пряжу 86 110 текс, которая использовалась для производства бытовых тканей. Класс добротности оческовой пряжи в большинстве случаев был средний оческовый.

Кафедрой «Прядение натуральных и химических волокон» УО «ВГТУ» совместно с РУПП «Оршанский льнокомбинат» разработана технология производства пряжи из льняного очеса с использованием оборудования фирмы «N. Schlumberger CIE». Данная технология позволяет значительно снизить линейную плотность оческовой пряжи (до 58 68 текс).

Для производства пряжи из льняного очеса средней линейной плотности с использованием оборудования фирмы «N. Schlumberger CIE» была выбрана следующая технологическая цепочка оборудования:

1. Смешивающий агрегат А-150-Л1
2. Чесальная машина Ч-460-Л или Ч-600-Л1
3. Ленточная машина ф. «N. Schlumberger CIE» GC-30 (2 перехода)
4. Гребнечесальная машина ф. «N. Schlumberger CIE» PB-133
5. Ленточная машина ф. «N. Schlumberger CIE» GC-30 (4 перехода)
6. Ровничная машина FX-402 ф. «Golden Eagle»
7. Прядильная машина ПМ-88-Л15 или ПМ-88-Л10.

Сырьем для данной технологии является льняной очес, получаемый с льночесальных машин РУПП «Оршанский льнокомбинат», что существенно снижает себестоимость готовой пряжи по сравнению с использованием закупочного сырья.

Была проведена оптимизация всего технологического оборудования. Однако при проработке пряжи 58 текс и 68 текс в ткань на ткацком станке наблюдалась массовая рубка