

Шифр
Якість асортимент

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЯКОСТІ ТА
АСОРТИМЕНТУ ТУАЛЕТНОГО ПАПІРУ В МЕРЕЖІ МАГАЗИНІВ
ТОВ «АТБ-маркет»

ЗМІСТ

Вступ	3
1. Аналіз ринку туалетного паперу	7
2. Фактори, що формують якість та споживні властивості туалетного паперу	10
3. Класифікація та асортимент туалетного паперу	12
4. Вимоги щодо якості туалетного паперу, пакування та маркування	17
5. Аналіз якості туалетного паперу	20
6. Пропозиції щодо для маркетингу туалетного паперу	25
Висновки та пропозиції	28
Список використаних джерел	30

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туалетний папір – це продукт, яким користується регулярно кожна людина. І хоч про нього не прийнято говорити, бо він такий простий і водночас важливий атрибут гігієни, від його якості залежить здоров'я людини – тому він повинен відповідати державним стандартам.

Туалетний папір призначений для задоволення потреб людей. Він є у кожному будинку.

Нині на полицях магазину туалетний папір є на будь-який смак (різного кольору, тиснення, з ароматизаторами тощо), вітчизняного виробництва та імпортований.

Безпечність паперу й готових виробів санітарно-гігієнічного призначення (СГП) та їх якість залежать насамперед від вихідної сировини і технології виробництва, яка є досить складною. При виготовленні такої продукції використовують первинну (целюлозу) та вторинну (макулатуру) сировину.

На вітчизняному ринку присутня велика кількість виробників паперової продукції СГП. Проте нині дуже гостро спливла проблема перевірки якості цих виробів.

Важливу роль у формуванні якості паперу санітарно-гігієнічного призначення (СГП) відіграють методи обробки вторинної сировини, які уможлиблюють підвищення білості, гігієнічності та безпечності паперу.

Актуальність теми даної роботи полягає в тому, щоб із запропонованого сучасними виробниками та імпортерами товарів санітарно-гігієнічного призначення користувач зміг вибрати найякісніший продукт, тобто визначити найкраще співвідношення ціни та якості. В останні роки фальсифікація цього товару набуває значного росту, тому дуже важливо визначити які товари не відповідають вимогам нормативних документів. Користувач треба знати, як правильно вибрати туалетний папір і на які

характеристики звертати увагу. Тому дана робота буде актуальною для всіх споживачів туалетного паперу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми дослідження якості та асортименту виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення вивчені вітчизняними та закордонними науковцями сучасності, зокрема Т.Г. Глушкова, В.Д. Малигіна, В.О. Назаренко, Н.І. Писаренко, І.В.Сирохман, Т.М.Лозова, Н.М. Тюріна, та ін.

Але в той же час відсутні наукові розробки, які могли б охопити весь комплекс проблем щодо якості виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного.

Зв'язок роботи з науковими темами. Конкурсна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт вищого навчального закладу за темою «Формування механізмів управління підприємствами» (державний реєстраційний номер 0115U000062), де автору належать рекомендації щодо поглиблення визначення якості та асортименту виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного.

Метою наукової роботи є оцінка якості, аналіз асортименту туалетного паперу, що реалізуються в роздрібній торгівельній мережі м. Дніпро ТОВ «АТБ-маркет» та розробка пропозицій щодо маркетингу виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного.

Для досягнення поставленої мети були виконані наступні **завдання**:

- проаналізувати ринок туалетного паперу;
- визначити фактори, що формують якість та споживні властивості туалетного паперу;
- розглянути класифікація та асортимент туалетного паперу;
- розглянути вимоги щодо якості туалетного паперу, пакування та маркування;
- проаналізувати якість туалетного паперу в магазині ТОВ «АТБ-маркет»;
- зробити пропозиції щодо маркетингу туалетного паперу.

Об'єктом дослідження є процеси формування якості та асортименту туалетного паперу, а **предметом** – сукупність теоретичних і практичних методів дослідження якості туалетного паперу.

Методи дослідження. Методологічною і теоретичною основою дослідження стали досягнення сучасної економічної науки, загальноекономічні методи аналізу закономірностей товарного виробництва. Процеси формування і розвитку концентрації конкурентного середовища на ринку вивчалися з використанням системного підходу і структурного аналізу. Інформаційну базу дослідження склали законодавчі та інші нормативні акти, статистичні матеріали та періодичні видання; наукові розробки вітчизняних і закордонних вчених. При дослідженні якості оцінювалися органолептичні та фізико-хімічні показники.

Наукова новизна результатів дослідження полягає в удосконаленні методичних підходів оцінки якості та асортименту.

Практичне значення одержаних результатів. Удосконалена методика оцінки якості запропонована до впровадження в магазині ТОВ «АТБ-маркет».

Апробація. Відповідно до плану науково-дослідних робіт Вищого навчального закладу «Університет імені Альфреда Нобеля» за темою кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності «Формування механізмів управління підприємствами» (державний реєстраційний номер 0115U000062) автор приймав участь у дослідженнях якості та визначення асортименту туалетного паперу у роздрібній торговельній мережі м. Дніпро, магазині ТОВ «АТБ-маркет» (довідка № 38/19 від 16.01.19 р., довідка № 78/1 від 04.02.19 р.).

Структура роботи. Наукова робота складається із вступу, шістьох питань, висновків викладених на 30 сторінках машинописного тексту. Робота ілюстрована 15 рисунками, 6 таблицями, при написанні використано 11 літературних джерел.

1. Аналіз ринку України туалетного паперу

Згідно з результатами досліджень ринку, існує постійний попит на санітарно-гігієнічні товари, незважаючи на кризу української економіки, що суттєво вплинуло на купівельну спроможність та реальні доходи населення.

Більшість споживачів протягом досліджуваного періоду купували продукти санітарно-гігієнічних виробів у низькому та середньому ціновому діапазоні, що дозволяє визначити попит на санітарні та гігієнічні товари як нееластичний.

Значне зниження попиту на санітарно-гігієнічні товари спостерігалось з 2016 по 2017 роки як на внутрішньому ринку, так і на ринку зовнішньої торгівлі. Але, за підсумками 2017 р, деякі сегменти ринку демонстрували значне зростання, перевищивши цифри як фізичної, так і грошової точки зору докризового року. Незважаючи на те, що українська валюта подорожчала більше ніж у 3 рази по відношенню до долара з 2014 р., у 2017р., сегмент паперової продукції показав найбільше зростання в доларовому еквіваленті.



Рис. 1. Динаміка імпорту та експорту туалетного паперу.

На українському ринку в основному задіяно два виробників у виробництві паперових баз, на які припадає близько 85% паперової продукції в Україні. Близько 25% виробництва – це використання целюлозного паперу, більшість виробників використовують основний папір для виробництва

санітарно-гігієнічної продукції або експорту. До 2017 року Україна мала низький попит на папір, що вироблялась українськими переробниками паперу – макулатуру.

З 2013 року імпорнтний ринок продемонстрував зниження на фоні девальвації національної валюти та зменшення купівельної спроможності українців. Найнижчі обсяги експорту спостерігалися в 2015 році, тому найбільший спад у цьому періоді показав сегмент серветок, обсяг поставок зменшився в 5 разів, але вже до 2016 року і в 2017 році ринок продемонстрував позитивну тенденцію, а в 2017 році ринок показав найбільший обсяг імпорту у всіх сегментах за останні 5 років.

На ринку експорту так само до 2016 року спостерігалася тенденція зниження обсягів поставок, і за підсумками 2017 року сегмент серветок і паперу-основи зуміли перевищити показники докризового 2013 року [1].

Показник	2013	2017	1 кв. 2017	1 кв. 2018
<i>Туалетний папір</i>				
Виробництво	26,8	26,0	6,2	6,2
Темп приросту, %		102,7%		-0,9%
<i>Паперові рушники</i>				
Виробництво	2,4	3,7	0,8	1,0
Темп приросту, %		54,2%		51,9%
<i>Серветки</i>				
Виробництво	2,9	2,8	0,5	0,7
Темп приросту, %		-27,2%		126,3%
<i>Основа</i>				
Виробництво	22,3	26,1	5,3	6,2
Темп приросту, %		13,0%		1,6%

Рис. 2. Динаміка виробництва на ринку паперу, тис. тон.

Не дивлячись на скорочення обсягів ринку виробів з паперу в Україні за досліджуваний період обсяг ринку в грошовому вираженні збільшувався у всіх сегментах.

Так само зміни відбувалися на зовнішньому ринку паперу-основи, в 2017 році, ситуація змінилася в бік підвищення цін в середньому на 60%, при тому що українська папір основа подорожчала на 10%. У зв'язку з цим в 2017 році виробники паперу основи почали збільшувати виробництво паперу

основи і почали модернізацію обладнання для підвищення якості паперу основи.

В Україні протягом останніх чотирьох років спостерігається невтішна статистика – скорочується і експорт, і імпорт товарів. Зокрема, за підсумками перших п'яти місяців 2016 року Україна купує іноземних товарів на 694 мільйонів доларів більше, аніж продає, при цьому динаміка падіння експорту значно перевищує динаміку падіння імпорту.

Дослідження ринку виробів з паперу показали, що на ринку України з'явилися передумови для стрімкого зростання досліджуваних сегментів. Так само дана ситуація буде сприяти зростанню виробництва у вже існуючих виробників або виходів на ринок нових гравців.

2. Фактори, що формують якість та споживні властивості туалетного паперу

На внутрішньому ринку існує велика кількість виробників паперової продукції для санітарних цілей . Проте сьогодні проблема перевірки якості цих продуктів є досить гострою.

Вибір туалетного паперу має велике значення. Папір слід використовувати як передбачено. Зрештою, площа шкіри, з якою контактує туалетний папір, дуже вразлива, і можуть бути пошкодження , які самі по собі можуть спричинити утворення на шкірі.

Бажано використовувати туалетний папір тонкий, м'який і без ароматів, щоб не дратувати зайве шкіру. Зрештою, якщо у людини вже є ураження і це не заважає, то вона може використовувати ароматизований папір, це може викликати алергію в цих областях. І це важко вилікувати.

Жорсткий папір не підходить для використання, це може спричинити різні види ерозії. Також використання такого паперу сприяє появі потовщення шкіри. Внаслідок цього може утворюватися набряк, який може викликати алергію, крім того, запальні процеси, грибкові утворення.

Безпека паперу та готової продукції і їх якість залежать від сировини та технології виробництва, що досить складно. При виготовленні таких виробів використовують первинну (целюлозну) та вторинну (паперову) сировину.

Спершу макулатуру очищують від бруду і сторонніх домішок. Відтак її подрібнюють, додаючи воду. Подрібнена макулатура проціджується через сито, на якому залишаються скріпки і інші чужорідні включення, пропущені на першому етапі. Очищена таким чином суміш потрапляє в промивний бак, де її промивають водопровідною і оборотною водою.

Тривалість промивки визначає якість і ціну майбутньої туалетного паперу: чим довше миють, тим більше суміш. Промивна вода зливається в каналізацію.

З напірного бака суспензія подається в регулятор концентрації. Тут вона змішується з водою до концентрації 0.5% і рівномірним потоком виливається на сітковий стіл папероробної машини. До відома: ця машина складається з сіткового столу, удаваного пристрою, пресової частини, першої та другої сушки, і накату.

На сітковому столі суспензія зневоднюється через капронову сітку, яка одночасно є і транспортерної стрічкою. Вода при русі по транспортеру стікає в ємність для оборотної води (вона повторно використовується у виробництві), а паперова маса знімається з сітки пресовим сукном.

З пресового сукна зневоднена маса знімається перший сушильним барабаном, який обертається зі швидкістю 10-13 оборотів в хвилину. Він зроблений із сталі, поверхня нагрівається до температури 110-115⁰С паром під тиском. На барабані маса сушиться до вологості 40% і знімається з нього шаберним ножом. Відрізані стрічки досушують на сушильному барабані остаточної сушки. І, нарешті, стрічки намотуються в бобіни на втулку. Машина ріже їх на звичні рулони. Папір готовий.

Виготовлення продукції з готової основи забезпечує конвеєр з виробництва туалетного паперу, який може мати автоматичний або напіваавтоматичний режим роботи. Сам процес виробництва досить простий і складається всього з декількох етапів (рис. 3):



Рис. 3. Етапи виробництва туалетного паперу.

На формування якості та споживчих властивостей виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення впливає сировина та технологія виробництва.

3. Класифікація та асортимент туалетного паперу

Сьогодні виробники пропонують покупцям величезний асортимент туалетного паперу. Для того, щоб було легше здійснювати покупки туалетний папір класифікують за різними ознаками [2].

Спершу розділимо туалетний папір на дві великі групи:

- звичайні рулони для використання вдома;
- професійні рулони (які купують підприємці ті ін.).

Вибір на сьогоднішній день найрізноманітніший, так навіть простий туалетний папір можна класифікувати за різними ознаками. Туалетний папір можна поділити за типом (рис. 4).

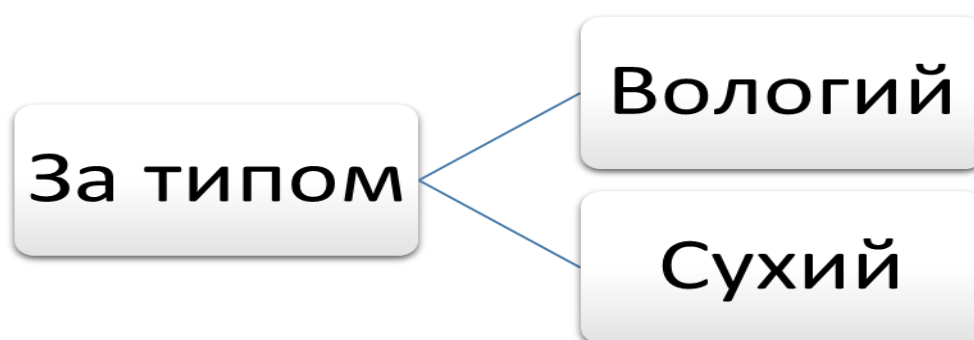


Рис. 4. Класифікація туалетного паперу за типом.

Вологий папір неодмінно повинен бути гіпоалергенний, що залежить від того, чим він зволожений. Очищаючий лосьйон поганої якості може викликати роздратування і почервоніння шкіри.

Сухий папір годиться швидше для промокання. При виробництві сухого туалетного паперу проводяться навіть спеціальні тести, які перевіряють всмоктувальну здатність паперу.

В першу чергу ця здатність залежить від кількості шарів. Відповідно, виробники туалетного паперу випускають як одношарові, так і багат шарові види паперу.

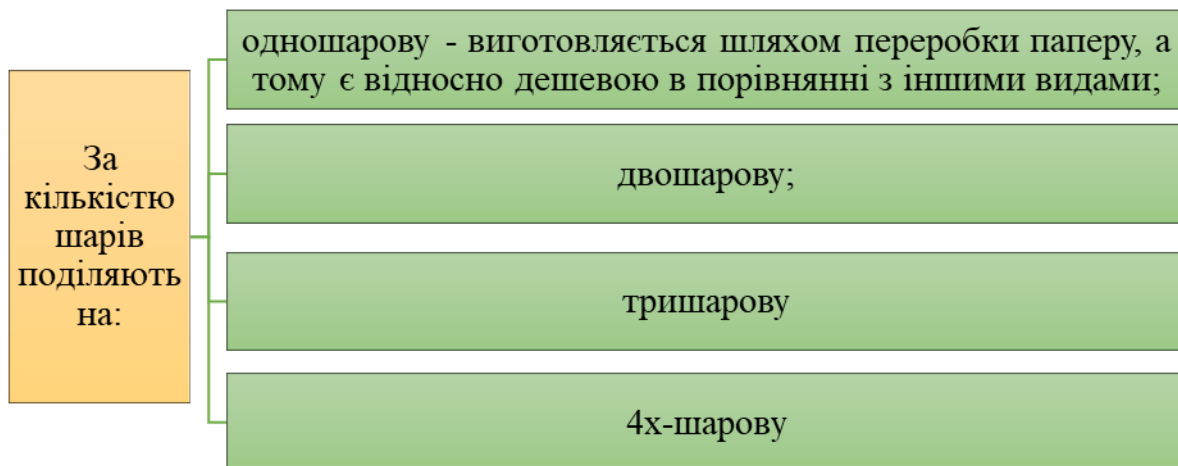


Рис. 5. Класифікація паперу за кількістю шарів.

Також є різні види упаковки туалетного паперу (рис. 6).



Рис. 6. Класифікація туалетного паперу за видом упаковки.

Наступним показником якості паперу є її м'якість. Людина використовує папір в зонах з досить ніжною шкірою, і зайва жорсткість паперу викликає певний дискомфорт. З метою привернути покупців виробник дає своєму папері різні ніжні назви, але досвідчений покупець повинен орієнтуватися не на назву, а на те, з чого туалетний папір зроблений. М'якість, як і вбираючі властивості, визначається технологією виробництва і складом сировини. В якості сировини може бути (рис. 7):

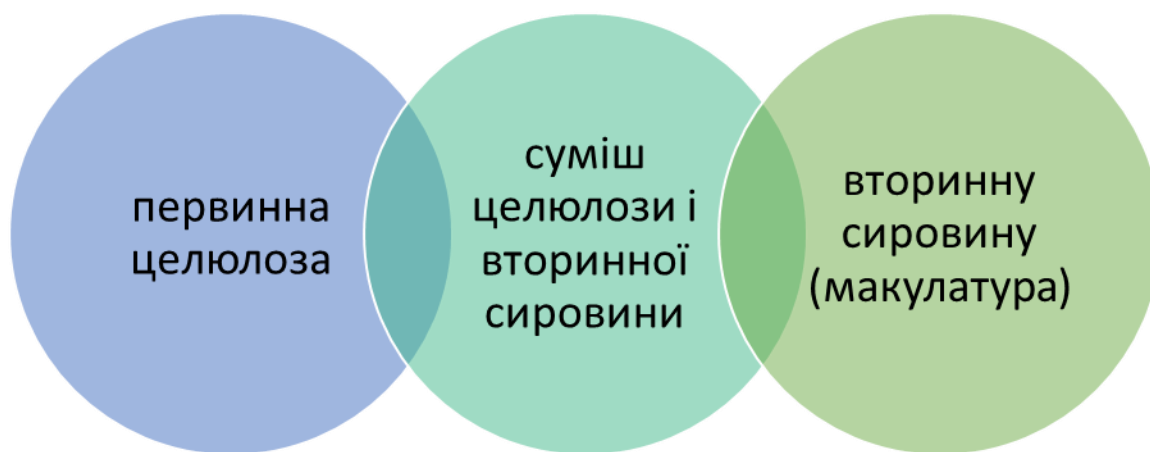


Рис. 7. Класифікація паперу за видом сировини.

Зрозуміло, що папір з первинної сировини більш якісний. Прикладом може служити туалетний папір, що випускається тільки з первинної целюлози. Показники цього паперу на висоті по всіх параметрах. Єдине зауваження, яке можуть отримати виробники такого паперу це те, що на її виробництво витрачається деревина. Але часто деревина йде на виробництво абсолютно непотрібних речей, а якісний туалетний папір потрібен всім.

Наступним показником якості є білизна туалетного паперу. Мова йде не тільки про ідеально білий, а й папір з малюнком або забарвлений в певний колір. Справа в тому, що туалетний папір – білий, тому що він зроблений за правильною технологією з хорошої сировини. Сірий брудний колір паперу, говорить про її низьку якість. Часто папір такого кольору має вкраплення. Видовище малопривабливе і задоволення ним користуватися сумнівне. Навіть якщо на папері малюнок або він кольоровий, за якістю малюнка і чистотою кольору можна судити про якість паперу. Таким чином, білизна паперу – це не тільки вимога з метою підвищення естетики, але показник її споживчих властивостей.

За сировиною, з якої виробляють туалетний папір виділяють різні типи (рис. 8):

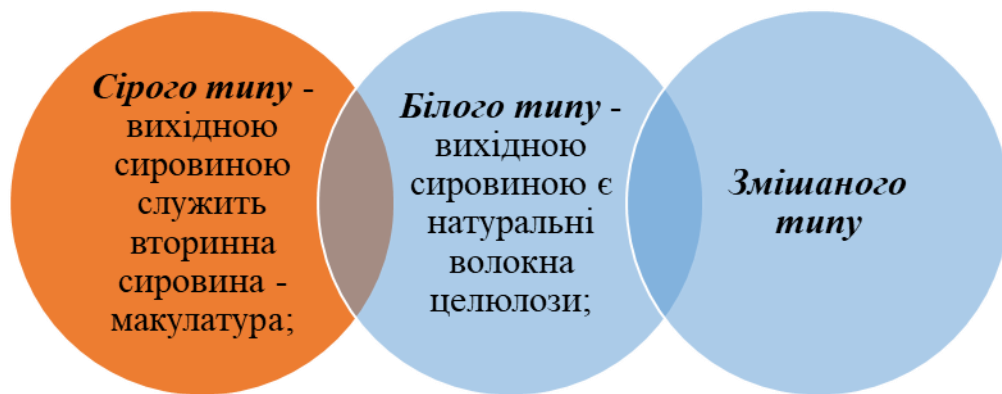


Рис. 8. Класифікація паперу за кольором.

Всі типи туалетного паперу можуть бути пофарбовані в інші кольори і відтінки. Для цього при виробництві в неї додають харчові барвники, які не мають, шкоди здоров'ю.

Туалетний папір буває:

- без запаху;
- ароматизований.

По довжині намотування паперового полотна туалетний папір буває (рис. 9):



Рис. 9. Класифікація туалетного паперу за довжиною намотування.

Так, згідно із ДСТУ 4267:2003, рулончики туалетного паперу виготовляють ароматизовані або неароматизовані, з паперу забарвленого або незабарвленого, одношарового або багатшарового, з нанесенням перфораційної смужки або без неї. Відстань між перфораційними смужками може бути чотирьох варіантів 110, 115, 120 або 130 мм з відхилення ± 5 мм. Папір може бути з тисненням або без нього. Діаметр рулончика повинен бути 95, 110 або 115 мм ± 5 мм, а ширина паперової стрічки 90, 93, 95, 98 або 100 мм. Але цілком дозволяється випускати рулончики інших розмірів [8].

Ще один параметр, за яким розрізняються рулони туалетного паперу, – наявність або відсутність гільз.

На сьогодні ринок туалетного паперу в Україні представлений наступними виробниками [4]:

- Обухів 65 – одношаровий макулатурний папір без гільзи;
- Обухів 65+ – одношаровий макулатурний папір без гільзи, папір-основа рожевого кольору;
- Обухівський – двошаровий папір з гільзою та лінією відриву, випускається в двох варіантах – з целюлозної й макулатурної сировини;
- Диво – дво- та тришаровий папір з гільзою та лінією відриву, з макулатури або целюлози, білий або кольоровий;
- Soffione – дво- та тришаровий преміальний папір з гільзою із 100% целюлози з лінією відриву, білий або декорований, з ароматом та без.
- Кохавинська паперова фабрика
- ТОВ "Екологія плюс"
- ТОВ "Дніпропетровська паперова фабрика"
- ТОВ "Форево № 1"
- та багато ін.

На сьогоднішній день товаровиробники пропонують все більш різноманітніший асортимент виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного. Вони відкриті до екскрементів та змін щодо виробництва. Все це для того, щоб здивувати своєю новинкою споживачів та якомога краще задовольнити їх потреби.

4. Вимоги щодо якості туалетного паперу, пакування та маркування

Навіть найпростіший рулон туалетного паперу виробляється відповідно до державних стандартів. Зокрема на виготовлення паперу туалетного є два стандарти [7]:

- ДСТУ папір туалетний із макулатури ДСТУ 4266:2003;
- рулончики паперу туалетного із макулатури ДСТУ 4267:2003.

Так, перший стандарт поширюється на папір туалетний із макулатури, призначено для виготовлення виробів санітарно-побутового призначення – рулончиків паперу туалетного, і другий – власне, на рулончики паперу туалетного із макулатури, призначеної для використання у побуті [2].

На упаковці вироблених засобів особистої гігієни повинна бути чітко зазначена інформація, яка не змивається, а саме:

- найменування виробу;
- назва торгової марки (при необхідності) і назва виробу;
- назва країни походження, найменування та адреса підприємства-виробника або постачальника його продукції (можуть бути вказані буквами латинського алфавіту);
- дата виготовлення і термін придатності, або кінцевий термін придатності, номер партії або серії;
- позначення НД на дану продукцію (виготовлену в країнах СНД);
- умови зберігання (при необхідності) [9].

Наведемо загальні органолептичні вимоги до туалетного паперу згідно стандартам (табл.1).

Таблиця 1

Органолептичні вимоги до туалетного паперу

Показники якості	вимоги
Зовнішній вигляд	У виробках допускаються складки, дірчасті і плями (крім плям від масла, патьоків брудної води) розміром від 3 до 7 мм включно в найбільшому вимірі за умови, що їх кількість не перевищує одиниці на десять туалетного

	паперу в листах і чотирьох одиниць на довжину 30 м туалетного паперу в рулонах
Обріз кромки	рівний, чистий
Рельєф тиснення	рівний, чіткий, видимий неозброєним оком, без пропусків.
Стан шарів паперу	скріплені між собою будь-яким способом, що забезпечує міцне прилягання шарів паперу по всій площі багат шарового виробу і дозволяє реалізувати функціональне призначення виробу. Зсув шарів у виробі більш ніж на 3 мм відносно один одного не допускається.
Намотування паперу	щільне, що забезпечує вільне розмотування виробів при його використанні, без затримки і перекосів. При випуску виробів в рулонах з перфорацією аркуші паперу повинні відриватися чітко по перфорації. Допускається незначна деформація рулону по боковій поверхні (зміна форми рулону), якщо вона легко усувається вручну. Не допускається наявність обривів і склеювань суміжних шарів паперу в рулонах.

За фізико-хімічними показниками виробу з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення повинні відповідати вимогам ДСТУ.

Таблиця 2

Фізико-хімічні показники якості туалетного паперу

Показники якості	Група виробів А	
	одношарова	багат шарова
відхилення по ширині та довжині рулону	± 5%	
Ширина	15,0 мм	
Руйнівне зусилля в середньому по двох напрямках, Н, не менше, в сухому стані	2,0	2,5

Вимоги щодо маркування згідно ДСТУ

- найменування виробів товарної марки (при наявності) – країна-виробника;
- найменування підприємство-виробника, юридична адреса товарний знак (при наявності);

- номінальні розміри виробу (довжина та ширина рулону);
- дата виготовлення (рік);
- термін придатності, встановлений виробником;
- позначення діючого стандарту;
- інформація про сертифікацію.

Особливу увагу приділяють якості виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення за органолептичними, фізико-хімічними та гігієнічними (кількість мігруючих шкідливих речовин до модельних середовищ) показниками. Для якості та безпеки продукції виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення повинні відповідати вимогам ДСТУ щодо пакування та маркування.

5. Аналіз якості туалетного паперу

Оцінку якості однотипних зразків туалетного паперу проведемо на відповідність вимогам ДСТУ 4266:2003 [7] та ДСТУ 4267:2003 [2].

Для проведення дослідження було обрано 4 види туалетного паперу, який зустрічається на полицях даної лінії магазинів найчастіше. А саме:

- Обухів 65 (рис. 10);
- Снігова Панда Classic (рис. 11);
- Zewa Deluxe (рис. 12);
- Kleenex Delicate White(рис. 13).

Всі зразки туалетного паперу упаковані в рулони, деякі мають яскравий, привабливий дизайн. Розглянемо їх зовнішній вигляд на прикладах:



Рис. 10. Зовнішній вигляд туалетного паперу «Обухів 65».



Рис. 11. Зовнішній вигляд туалетного паперу «Снігова Панда Classic».



Рис. 12. Зовнішній вигляд туалетного паперу «Zewa Deluxe».



Рис. 13. Зовнішній вигляд туалетного паперу «Kleenex Delicate White».

Всі дані, зазначені на упаковці можемо звести в єдину таблицю (табл. 3)

Таблиця 3

Інформація для споживачів, яка вказана на упаковці

Назва	Склад	Нормативний документ	Розмір листа	Довжина рулону	Термін придатності	Країна виробник
Обухів 65	Макулатурний			65м	Не обмежений	Україна
Снігова Панда Classic	100% целюлоза	ДСТУ426 7:2003	12,5*9,6 см	20,8 м		Україна
Zewa Deluxe	100% целюлоза			21м		Україна
Kleenex Delicate White	100% первинна целюлоза	ГОСТ 52354-2005	97x114 мм	20,1 м		Росія

Одним з факторів, які сприяють продажам туалетного паперу є і зовнішній вигляд самої туалетного паперу. Не всі представлені зразки виготовлені з первинної целюлози. Так Обухів 65 – це макулатурний тип бумаги, а ще 2 зразки виготовлені з целюлози(однак не вказано, що з первинної). Листи туалетного паперу Zewa Deluxe покриті малюнком з ромбовидних точок, Kleenex Delicate White – малюнок у вигляді квітів і точок, Снігова Панда Classic покрита малюнком з дрібних точок і віньєток. Обухів 65 немає зображень, чистий лист сіруватого кольору.

Згідно ДСТУ проведемо аналіз маркування на предмет її відповідності вимогам стандарту, достатності і правдивості інформації (табл. 4)

Таблиця 4

Відповідність маркуванню досліджених зразків

Показники маркування	Обухів 65	Снігова Панда Classic	Zewa Deluxe	Kleenex Delicate White
найменування виробів товарної марки (при наявності) – країна-виробника	+	+	+	+
найменування підприємство-виробника, юридична адреса товарний знак (при наявності)	+	+	+	+
номінальні розміри виробу (довжина та ширина рулону)	+	+	+	-
дата виготовлення (рік)	+	+	+	+
термін придатності, встановлений виробником	+	+	+	-
позначення діючого стандарту	+	+	+	+
інформація про сертифікацію	+	+	+	-

Таким чином, не усі зразки відповідають вимогам стандарту щодо маркування. Так, зразок №4 не має інформації про сертифікацію, термін придатності та розмір рулону.

Результати дослідження за органолептичними показниками наведено у таблиці 5.

Таблиця 5

Порівняльна оцінка органолептичних показників виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення різних товаровиробників

Показники якості	Зразки			
	Обухів 65	Снігова Панда Classic	Zewa Deluxe	Kleenex Delicate White
Зовнішній вигляд	Іноді зустрічалися дірки і виявлено 2 плями (розміром 3-5мм)	складки	відповідний	Були виявлені складки та плями (розміром 3-7мм)
Обріз кромки	рівний, чистий	рівний, чистий	рівний, чистий	рівний, чистий
Рельєф тиснення	рівний, чіткий	рівний, чіткий	рівний, чіткий	рівний, чіткий
Стан шарів паперу	-	Міцне прилягання шарів паперу	Міцне прилягання шарів паперу	Зсув шарів у виробі більш ніж на 4 мм
Намотування паперу	щільне	щільне	щільне	Деформація по боковій поверхні рулону

Таким чином усі зразки відповідають вимогам стандарту за органолептичними показниками, окрім зразка № 4 який не пройшов перевірку за органолептичними показниками.

Результати дослідження за фізико-хімічними показниками виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення наведено в таблиці 6.

Таблиця 6

Відповідність фізико-хімічним показникам виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного

Показники якості	Зразки			
	Обухів 65	Снігова Панда Classic	Zewa Deluxe	Kleenex Delicate White

відхилення по ширині та довжині рулону	±5мм	±7мм	±9мм	±3мм
Ширина	±7мм	±8мм	±5мм	±5мм
Руйнівне зусилля в середньому по двох напрямках, Н, не менше, в сухому стані	±4мм	±3мм	±7мм	±9мм

Таким чином усі зразки відповідають вимогам ДСТУ щодо фізико-хімічних показників якості.

Отже, не всі зразки успішно пройшли випробування на відповідність вимогам нормативної документації. Зразок під № 4 не мав відповідного маркування і мав недоліки за фізико-хімічними показниками.

6. Пропозиції для маркетингу туалетного паперу

Туалетний папір – продукт досить нудний і банальний, і тим не менше цей продукт масового попиту і щоденного використання постійно привертає увагу підприємців, які знаходять цікаві ідеї щодо її удосконалення.

Для того, щоб туалетний папір більше купували можемо розглянути декілька маркетингових пропозицій.

1. Слідкувати за якістю виготовленої продукції.
2. Робити розумну ціну, за представлену якість.
3. Зацікавити споживачів.

Якщо з першим і другим пунктом все зрозуміло, то давайте детальніше розглянемо 3 пропозицію.

Такі ідеї можуть здатися цілком незвичними, однак більшості людям такі ідеї сподобаються. Можна проводити час розглядаючи щось цікаве, щось що тобі подобається. До речі, можна створювати туалетний папір за рубриками, для різних членів суспільства та їх інтересами. Наприклад: туалетний папір, для тих ,хто на дієті.

Як зразок наведемо приклад японських виробників, які зробили туалетний папір у вигляді вимірювальної рулетки. На рулоні цього незвичайної туалетного паперу нанесена мірна шкала в сантиметрах, для того щоб її покупець не втрачав дарма часу в туалеті, а скориставшись функціональністю туалетного паперу справив необхідні вимірювання обсягів свого тіла. Зрозуміло, що ставку японські виробники цієї незвичайної туалетного паперу роблять в основному на тих, що прагне схуднути – на жінок, хоча користуватися нею дозволяється всім. Цікаво, що крім сантиметрової шкали вимірювань, на папері нанесені ілюстрації фізичних вправ, які можна виконувати тут же, в туалеті, не встаючи з унітазу (рис. 2.6.).



Рис. 14. Зображення японської туалетної бумаги.

Ще декілька цікавих прикладів маркетингового ходу (рис.2.7.).



Рис. 15. Приклади, як можна оформлювати туалетний папір.

Таким чином, креативною ідеєю – є нанесення на туалетний папір:

- Картинок коміксів (для проведення часу з задоволенням);
- Англійських слів (для вивчення);
- Кросвордів;
- Анекдотів;
- Можливо, якісь рецепти для господинь;
- Смішних картинок і тд.

Креативна ідея – це створення чогось нового. Зміна соціальних, політичних та економічних особливостей суспільства безсумнівно впливає на ринок. Креатив пронизує усі сфери сучасного життя.

Креативна ідея – це конкурентна перевага. Максимальна ставка на креатив береться на озброєння не лише західними, а й вітчизняними виробниками.

Виробники, конкуруючи один з одним, вдосконалюють власні товари, роблячи їх прийнятнішими та кориснішими для споживачів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Туалетний папір – це продукт, яким користується регулярно кожна людина. І хоч про нього не прийнято говорити, бо він такий простий і водночас важливий атрибут гігієни, від його якості залежить здоров'я людини – тому він повинен відповідати державним стандартам.

Туалетний папір призначений для задоволення потреб людей. Він є у кожному будинку.

Нині на полицях магазину туалетний папір є на будь-який смак (різного кольору, тиснення, з ароматизаторами тощо), вітчизняного виробництва та імпортований.

Безпечність паперу й готових виробів санітарно-гігієнічного призначення (СГП) та їх якість залежать насамперед від вихідної сировини і технології виробництва, яка є досить складною. При виготовленні такої продукції використовують первинну (целюлозу) та вторинну (макулатуру) сировину.

На вітчизняному ринку присутня велика кількість виробників паперової продукції СГП. Проте нині дуже гостро спливла проблема перевірки якості цих виробів.

На підставі проведених в роботі досліджень можна зробити наступні висновки:

- Дослідження ринку виробів з паперу показали, що на ринку України з'явилися передумови для стрімкого зростання досліджуваних сегментів. Так само дана ситуація буде сприяти зростанню виробництва у вже існуючих виробників або виходів на ринок нових гравців. Сьогодні ринок туалетного паперу перенасичений і змушує виробників, відповідно, ретельніше займатися маркетингом. Форми конкурентної боротьби між виробниками в принципі звичайні.

- На формування якості та споживчих властивостей виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення впливає сировина та технологія виробництва.
 - На сьогоднішній день товаровиробники пропонують все більш різноманітніший асортимент виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного. Вони відкриті до екскрементів та змін щодо виробництва. Все це для того, щоб здивувати своєю новинкою споживачів та якомога краще задовольнити їх потреби.
 - Особливу увагу приділяють якості виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення за органолептичними, фізико-хімічними та гігієнічними (кількість мігруючих шкідливих речовин до модельних середовищ) показниками. Для якості та безпечності продукції виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення повинні відповідати вимогам ДСТУ щодо пакування та маркування.
 - Отже, не всі зразки успішно пройшли випробування на відповідність вимогам нормативної документації. Зразок під № 4 не мав відповідного маркування і мав недоліки за фізико-хімічними показниками.
 - Креативна ідея – це створення чогось нового. Зміна соціальних, політичних та економічних особливостей суспільства безсумнівно впливає на ринок. Креатив пронизує усі сфери сучасного життя. Креативна ідея – це конкурентна перевага. Максимальна ставка на креатив береться на озброєння не лише західними, а й вітчизняними виробниками.
- Виробники, конкуруючи один з одним, вдосконалюють власні товари, роблячи їх прийнятнішими та кориснішими для споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
2. Рулончики паперу туалетного із макулатури. Технічні умови: ДСТУ 4267:2003. – К.: Держспоживстандарт України, 2004.
3. Папір і картон. Визначення міцності при розтягуванні після занурення у воду: ДСТУ ISO 3781:2005. – К.: Держспоживстандарт України, 2006.
4. Виробництво туалетного паперу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.papir.kiev.ua/products/tissue/virobnictvo-tualetnogo-paperu/>
5. Макулатурний туалетний папір "Обухів 65" і "Обухів 65+" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tissue.com.ua/ua/obukhov-ukr>
6. Обухівський туалетний папір [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tissue.com.ua/ua/obuhivsk-ua>
7. Папір туалетний із макулатури. Технічні умови: ДСТУ 4266:2003. – К.: Держспоживстандарт України, 2004.
8. Ароматизатори туалетного паперу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pogliad.ua/ru/news/chernovtsy/tualetniy-papir-obirayte-m-yakiy-i-bez-aromatizatoriv-163530>
9. Целюлозно-паперова промисловість [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/data/upload/publication/uk/ua/12752/3214.htm>.
10. Концепція загальнодержавної цільової програми розвитку целюлозно-паперової промисловості України на 2020 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ligazakon.ua/summary_news/news/2009/9/3/16637.htm
11. Зінченко Д. В. Проблеми та перспективи розвитку целюлозно-паперової промисловості України в умовах світового ринку [Електронний ресурс] / Д.В. Зінченко, Д.Р. Дунська // Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук. праць. – 2014. – Вип. 8. – Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/ru/node/>

АНОТАЦІЯ
на конкурсну роботу
Гайдук О.М.

**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЯКОСТІ ТА АСОРТИМЕНТУ
ТУАЛЕТНОГО ПАПЕРУ В МЕРЕЖІ МАГАЗИНІВ ТОВ «АТБ-маркет»**

Актуальність. Туалетний папір – це продукт, яким користується регулярно кожна людина. І хоч про нього не прийнято говорити, бо він такий простий і водночас важливий атрибут гігієни, від його якості залежить здоров'я людини – тому він повинен відповідати державним стандартам.

Туалетний папір призначений для задоволення потреб людей. Він є у кожному будинку.

Нині на полицях магазину туалетний папір є на будь-який смак (різного кольору, тиснення, з ароматизаторами тощо), вітчизняного виробництва та імпортований.

Безпечність паперу й готових виробів санітарно-гігієнічного призначення (СГП) та їх якість залежать насамперед від вихідної сировини і технології виробництва, яка є досить складною.

На вітчизняному ринку присутня велика кількість виробників паперової продукції СГП. Проте нині дуже гостро спливла проблема перевірки якості цих виробів.

Метою наукової роботи є оцінка якості, аналіз асортименту туалетного паперу, що реалізуються в роздрібній торгівельній мережі м. Дніпро ТОВ «АТБ-маркет» та розробка пропозицій щодо маркетингу виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного.

Для досягнення поставленої мети були виконані наступні **завдання**:

- проаналізувати ринок туалетного паперу;
- визначити фактори, що формують якість та споживні властивості туалетного паперу;
- розглянути класифікація та асортимент туалетного паперу;

- розглянути вимоги щодо якості туалетного паперу, пакування та маркування;

- проаналізувати якість туалетного паперу в магазині ТОВ «АТБ-маркет»;

- зробити пропозиції щодо маркетингу туалетного паперу.

Методи дослідження. Методологічною і теоретичною основою дослідження стали досягнення сучасної економічної науки, загальноекономічні методи аналізу закономірностей товарного виробництва. Процеси формування і розвитку концентрації конкурентного середовища на ринку вивчалися з використанням системного підходу і структурного аналізу. Інформаційну базу дослідження склали законодавчі та інші нормативні акти, статистичні матеріали та періодичні видання; наукові розробки вітчизняних і закордонних вчених. При дослідженні якості оцінювалися органолептичні та фізико-хімічні показники.

Загальна характеристика роботи. У роботі розглянуто та проаналізовано ринок виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення, розглянуто класифікацію та асортимент сучасного ринку цих виробів. Досліджено відповідність обраних зразків вимогам діючих нормативних документів.

Апробація. Відповідно до плану науково-дослідних робіт Вищого навчального закладу «Університет імені Альфреда Нобеля» за темою кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності «Формування механізмів управління підприємствами» (державний реєстраційний номер 0115U000062) автор дослідження «Порівняльна характеристика якості та асортименту туалетного паперу в мережі магазинів ТОВ «АТБ-маркет» приймав участь у виконанні робіт щодо аналізу якості та асортименту виробів з паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення (довідка № 78/1 від 04.02.19 р., довідка № 38/19 від 16.01.19 р.)

Наукова робота складається із вступу, шістьох питань, висновків викладених на 30 сторінках машинописного тексту. Робота ілюстрована 15 рисунками, 6 таблицями, при написанні використано 11 літературних джерел.

