

**ESTIMATION OF THE QUALITY AND COMPETITIVENESS OF PORCELAIN
HOUSEHOLD ITEMS SOLD ON THE MARKET OF CHISINAU
ESTIMAREA CALITĂȚII ȘI COMPETITIVITĂȚII ARTICOLELOR DE MENAJ DIN
PORȚELAN, REALIZATE PE PIAȚA mun.CHIȘINĂU**

Mihail CERNAVCA

ORCID: 0000-0002-3284-6399

*Doctor, conferențiar universitar,
Academia de Studii Economice din Moldova,
www.ase.md,
cernavca.mihail@ase.md*

ABSTRACT

The purpose of this article is to estimate the quality and competitiveness of porcelain household items sold on the market of Chisinau. For this purpose we used the organoleptic and physico-chemical methods to assess the quality indices, and to assess the competitiveness we used the Fishbein-Rosenberg method.

Based on the analyzes performed, it was found that the porcelain household items produced in Romania have a higher quality and are more competitive.

KEY WORDS: competitiveness, estimation, porcelain items, quality.

JEL CLASSIFICATION: L 150, L670

Mărfurile ceramice constituie o grupă foarte importantă de mărfuri și cuprinde articole de menaj, articole decorative, obiecte ceramice sanitare, materiale de construcție, ceramică tehnică și altele. În acest articol ne vom axa pe estimarea calității și competitivității articolelor de menaj din porțelan comercializate pe piața municipiului Chișinău. Această piață este formată de mai mulți angrosiști, printre care S.R.L. “Serlandcom” - produse ceramice din România; S.R.L. “Misa” și “Andimargrup” - produse ceramice din Ucraina și S.R.L. “Baran-Vest” - articole din Japonia și China.

Din volumul total de articole de porțelan realizate pe piața municipiului Chișinău cea mai mare pondere o au articolele produse în Ucraina în jur de 60%; 30% constituie articolele din România și 10% revin producătorilor din Japonia, China, Germania, Polonia etc. Analiza gamei sortimentale și calității articolelor de porțelan a fost efectuată în baza datelor S.A. Magazinul Universal Central “UNIC”. Articolele de porțelan constituie 1,97% din volumul total de circulație a mărfurilor în S.A. “UNIC”. Gama sortimentală a articolelor de porțelan este foarte variată. Analiza gamei sortimentale a articolelor de porțelan, comercializate în SA ”UNIC”, după feluri (vezi tab.1) a relevat că farfuriile (adânci și întinse) și ceștile cu farfurioare ocupă 57,4% din volumul total de mărfuri din porțelan realizate consumatorilor.

Articolele de menaj din porțelan, comercializate în seturi și servicii complete (de masă, ceai, cafea etc.), constituie numai 22,3% din volumul total de mărfuri din porțelan comercializate în S.A. “UNIC”. Aceste cifre demonstrează că puterea de cumpărare a consumatorilor scade (populația preferă să cumpere articole detașate, deoarece seturile sunt mai scumpe).

Tabelul 1

Structura gamei sortimentale a articolelor de porțelan comercializate în SA ”UNIC” după feluri

nr. d/o	Denumirea articolului	Ponderea, %
1.	Farfuri (adânci, întinse)	31,2
2.	Cești cu farfurioară,căni (ceai, cafea)	26,2
3.	Servicii de ceai și cafea	15,9
4.	Servicii de masă	6,4

5.	Ceainice	0,9
6.	Farfurioare	9,0
7.	Alte articole (bomboniere, bibelouri, vase, scrumiere, platouri etc.)	10,4
	TOTAL	100,0

Sursa: elaborat de către autor.

Analiza gamei sortimentale după grupele de complexitate a decorului articolelor de porțelan a relevat că cea mai mare pondere (91%) o au grupele de complexitate de la 6 și mai sus, ceea ce este o situație exagerată. Toți producătorii folosesc pe larg decorarea cu preparate de aur, fapt care duce la scumpirea articolelor. La momentul actual piața municipiului Chișinău este inundată cu articole de semiporțelan, acoperite cu glazură colorată, care ascunde defectele. Dar totodată aceste articole se vînd la niște prețuri foarte înalte. Pentru satisfacerea necesităților consumatorilor, pe lîngă gama sortimentală, o importanță foarte mare o are și calitatea produselor comercializate. Utilitatea articolelor de ceramică pentru consumatori se apreciază reieșind din proprietățile funcționale, ergonomice, estetice și fiabilitatea în consumare. Analizând procesul de consum (exploatare) a articolelor ceramice se poate de observat că fiecare articol, indiferent de destinație îndeplinește două funcții [Сыцко В.Е., 2009]:

- 1.”recepționează” și păstrează bucatele, băuturile (funcția inițială).
- 2.”restitue” bucatele și băuturile total sau parțial după necesitate (funcția finală).

Capacitatea articolelor ceramice de a recepționa și a păstra bucatele și băuturile este determinată de așa proprietăți importante cum ar fi: densitatea ciobului și a glazurii, stabilitatea lor la acțiunea alcaliilor, acizilor, sărurilor și a apei. Proprietățile de bază a veselei care caracterizează stabilitatea ei la acțiunea mediului înconjurător sînt: stabilitatea la lumină, la acțiunea mediului umed, stabilitatea termică, conductibilitatea termică și stabilitatea la schimbările bruște de temperatură.

Rezistența articolelor ceramice față de acțiunea mecanică se caracterizează mai întîi de toate cu: rezistența la compresiune, tracțiune, încovoiere și cu duritatea glazurii [Redeș, A., 2000]. Reieșind din scopul lucrării, la prima etapă, am selectat mostre pentru aprecierea indicilor de calitate a produselor cercetate. Mostrele pentru cercetări au fost selectate la depozitul S.A. „Unic”. Verificarea calității mărfurilor ceramice am făcut-o prin analiza organoleptică și de laborator în conformitate cu documentele normativ-tehnice în vigoare. În dependență de indicii fizico-tehnici și de defectele aspectului exterior (numărul, mărimea și poziția defectelor) articolele de menaj din porțelan se comercializează în trei calități I, II, și III. Pentru aprecierea calității articolelor de menaj de porțelan am efectuat trei serii de încercări a seturilor de ceai pentru 6 persoane produse de uzinele IRIS-Cluj (România) și Coresten (Ucraina). În acest scop au fost selectate cîte 10 articole de același fel din diferite seturi. La început am efectuat analiza organoleptică a articolelor selectate. Analiza mostrelor a demonstrat că după condițiile de admisibilitate pentru fiecare clasă de calitate (80,5 % - Ucraina și 40,1% - România) din articolele cercetate nu corespund cerințelor documentelor normativ-tehnice în vigoare și este necesar de a le transfera într-o clasă de calitate inferioară.

Cele mai frecvente defecte depistate la articolele cercetate sînt defectele de formă (deformarea marginilor față de planul orizontal, ovalitatea și neplanietatea suprafeței de sprijin) și defectele de aspect (pori, bășici, știrbituri, puncte colorate, scurgeri de glazură, lipsă de glazură, decor asimetric, scurgeri de colorant etc.).

La a doua etapă am apreciat în condiții de laborator următorii indici: gradul de alb, transluciditatea, rezistența mecanică, rezistența la șocul termic și higroscopicitatea (vezi tab. 2).

Analiza rezultatelor permite să afirm că după indicii fizico-tehnici seturile de ceai pentru 6 persoane produse în România și Ucraina, corespund cerințelor DNT, iar după defectele de aspect acestea trebuie trecute la clasa a II-a de calitate.

Tabelul 2

Rezultatele analizei calității seturilor de ceai pentru 6 persoane

nr . d/o	Indicii de calitate	Setul de ceai pentru 6 persoane (România)	Setul de ceai pentru 6 persoane (Ucraina)
1.	Gradul de alb, %	65	63
2.	Transluciditatea	foarte bună	foarte bună
3.	Rezistența mecanică	foarte bună	foarte bună
4.	Rezistența la șocul termic, numărul de șocuri	8	8
5.	Higroscopicitatea, %	0,1	0,1

În scopul satisfacerii mai depline a necesităților consumatorilor lucrătorii din întreprinderile comerciale ar trebui să efectueze recepția calitativă și cantitativă a articolelor în corespundere cu DNT în vigoare. Pentru estimarea competitivității articolelor de menaj din porțelan produse de România și Ucraina au fost chestionați 100 clienți care deja au în folosință aceste servicii. Scopul chestionării este de a stabili opiniile cumparatorilor privind calitatea și competitivitatea setului de ceai pe care deja l-au procurat și-l au în exploatare și de determinat care din seturile cercetate corespund mai bine cerințelor populației. Ca modele de bază pentru studiere au fost luate câte un serviciu de ceai din porțelan produse de România și Ucraina [Belostecinic G., 1999]. Pentru cercetare a fost folosit modelul Fishbein-Rosenberg. Respondenții au fost rugați să aprecieze competitivitatea fiecărui set de ceai, acordând note de la 1 (foarte puțin) la 10 (foarte mult). Din totalul persoanelor chestionate (100), 50 au apreciat proprietățile de consum a setului produs în România și 50 – a setului produs în Ucraina. Opiniile eșantionului în ce privește proprietățile consumiste a seturilor de porțelan cercetate sunt arătate în tabelele 3 și 4 determinate după formula:

$$a_i = \frac{\sum_{j=1}^m a_{ij}}{m} \quad (1)$$

- m – numărul total al respondenților;
- a_{ij} – nota acordată de respondent;
- i – numărul de ordine a proprietăților consumiste;
- j – numărul de ordine a respondentului.

Tabelul 3

Opiniile eșantionului în ce privește proprietățile de consum a setului de ceai produs în Ucraina

	Nota acordată										a _i	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1. Proprietățile funcționale:												
- perfecțiunea executării funcționalității de bază	-	-	-	-	-	-	-	30	20	-	-	8,4
2. Proprietățile ergonomice:												
- comoditate în exploatare	-	-	-	-	-	-	-	-	25	25	-	9,5
- inofensivitatea și gradul de poluare	-	-	-	-	-	-	18	20	9	3	-	6,68
3. Proprietățile estetice:												
- integritatea compozițională	-	-	-	-	-	-	15	20	-	15	-	8,3
- design	-	-	-	-	-	-	19	13	19	9	-	8,56
- raționalitatea formei	-	-	-	-	-	-	-	30	15	5	-	8,5
4. Fiabilitatea în exploatare:												
- termen de garanție	-	-	-	-	-	18	12	11	9	-	-	6,0
- longevitatea	-	-	-	-	10	10	8	15	5	2	-	7,02
- capacitatea de păstrare	-	-	-	-	-	-	-	25	20	5	-	8,6

Tabelul 4

Opiniile eșantionului în ce privește proprietățile de consum a setului de ceai produs în România

	Nota acordată										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	a _i
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Proprietățile funcționale: - perfecțiunea executării funcționalității de bază	-	-	-	-	-	15	7	11	14	3	7,66
2. Proprietățile ergonomice: -comoditate în exploatare -inofensivitatea și gradul de poluare	-	-	-	-	-	12	11	11	8	8	7,78
	-	-	-	-	8	18	18	1	4	1	6,56
3. Proprietățile estetice: -integritatea compozițională -design -raționalitatea formei	-	-	-	-	10	9	11	13	7	-	6,56
	-	-	-	19	8	7	10	-	6	-	5,64
	-	-	-	-	-	-	20	17	13	10	9,86
4. Fiabilitatea în exploatare: - termen de garanție -longevitatea -capacitatea de păstrare	-	-	-	-	-	-	-	20	15	15	8,9
	-	-	-	-	-	-	20	10	15	5	9,1
	-	-	-	-	-	-	5	25	20	5	8,6

Nominalizăm rezultatele (suma importanțelor atribuite trebuie să fie egală cu 1) conform următoarelor etape:

1. Apreciem suma importanțelor (notelor) medii pentru fiecare set:

Pentru setul de ceai produs în Ucraina

$$\sum_{i=1}^9 a_i = 8,4 + 9,5 + 7,94 + 9,96 + 7,22 + 7,02 + 8,6 = 75,44$$

Pentru setului de ceai produs în România

$$\sum_{i=1}^9 a_i = 9.86 + 7.78 + 6.56 + 6.56 + 5.64 + 7.66 + 8.9 + 9.1 + 8.6 = 70.66$$

2. Efectuăm „normalizarea” calculând coeficientul de importanță „normalizat” (a_i) pentru fiecare proprietate consumistă a seturilor de majolică analizat. Coeficientul dat se calculă după următoarea formulă:

$$a'_i = \frac{a_i}{\sum_{i=1}^n a_i} \quad (2)$$

Rezultatele calcului acestui coeficient sunt date în tabelul de mai jos.

- pentru setul produs în Ucraina

$$\sum_{i=1}^9 a_i = 0,111 + 0,126 + 0,105 + 0,110 + 0,132 + 0,113 + 0,096 + 0,093 + 0,114 = 1$$

- pentru setul de ceai produs în România

$$\sum_{i=1}^9 a_i = 0.139 + 0.110 + 0.093 + 0.093 + 0.08 + 0.108 + 0.126 + 0.129 + 0.122 = 1$$

3. Pentru ca să determinăm care din seturile analizate corespund cel mai mult cerințelor consumatorilor, trebuie să calculăm valoarea medie pentru fiecare set în parte. Pentru calculul acesta se va folosi următoarea formulă:

$$I = \sum_{i=1}^n P_i \cdot a_i', \text{ unde } (3)$$

I – indicatorul sintetic al calității modelelor (seturilor)

P – aprecierile (notele) medii „normalizate” ale proprietăților consumiste

a_i – coeficientul de importanță „normalizat” a fiecărei proprietăți

Aprecierile medii trebuie situate pe o scală de la „0” la „1”, prin urmare mediile se vor împărți la 10. Valorile aprecierilor medii „normalizate” ale proprietăților consumiste și coeficienții de importanță „normalizați” sunt arătate în tabelul 5.

Pe baza rezultatelor obținute din tabelul 5 calculăm indicatorul sintetic al calității (pe baza proprietăților consumiste) pentru fiecare set în parte.

- Calculul indicatorului sintetic al calității pentru setul produs în Ucraina

$$I = 0,85 + 0,111 + 0,95 * 0,126 + 0,8 * 0,105 + 0,762 * 0,110 + 0,744 * 0,132 + 0,744 * 0,113 + 0,85 * 0,096 + 0,632 * 0,093 + 0,88 * 0,114 = 0,715$$

- Calculul indicatorului sintetic al calității pentru setul produs în România

$$I = 0.986 \cdot 0.139 + 0.778 \cdot 0.110 + 0.656 \cdot 0.093 + 0.656 \cdot 0.093 + 0.564 \cdot 0.08 + 0.766 \cdot 0.108 + 0.89 \cdot 0.126 + 0.91 \cdot 0.129 + 0.86 \cdot 0.122 = 0.855$$

Tabelul 5

Valorile aprecierilor medii și a coeficienților de importanță „normalizați” pentru fiecare set de porțelan

Proprietățile consumiste	Aprecierile medii „normalizate”		Coeficienții de importanță „normalizați”	
	Ucraina	România	Ucraina	România
1.Perfecțiunea executării funcționalității de bază	0,85	0,986	0,111	0,139
2.Comoditatea în exploatare	0,95	0,778	0,126	0,110
3.Inofensivitatea și gradul de poluare	0,668	0,656	0,105	0,093
4.Integritatea compozițională	0,83	0,656	0,110	0,093
5.Design	0,856	0,564	0,132	0,08
6.Raționalitatea formei	0,84	0,766	0,113	0,108
7.Termen de garanție	0,6	0,89	0,096	0,126
8.Longevitatea	0,702	0,91	0,093	0,129
9.Capacitatea de păstrare	0,88	0,86	0,114	0,122

CONCLUZIE

Făcând o analiză a rezultatelor obținute putem face următoarea concluzie: cel mai bine satisface cerințele consumatorilor setul de ceai produs în România primind cea mai înaltă apreciere. Acest set de porțelan este mai calitativ, având proprietăți consumiste mai înalte și deci este mai competitiv față de setul produs de Ucraina.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. BELOSTECINIC, G. Concurență. Marketing. Competitivitate. - Chișinău, ASEM, 1999. - 287p.
2. REDEȘ, A., ș.a. Merceologia industrială, Ed. Eficient, București, 2000.
3. СЫЦКО, В.Е. Товароведение непродовольственных товаров. – Минск: Высшэйшая школа, 2009 – 670 с.