

- 01-01.- Минск: Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь, 1992. – 10 с.
3. ГОСТ 9913-90 Материалы текстильные. Методы определения стойкости к истиранию. – Введ 1991.07.01. – Минск - Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь, 1992. – 12 с.
4. ГОСТ Р 50025-92 Полотна и изделия трикотажные. Метод определения пиллингуемости. – Введ 1993.06.30. – Москва - Государственный комитет по стандартизации Российской Федерации, 1993. – 5 с.

УДК 658.628:684.45

АНАЛИЗ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА КОРПУСНОЙ МЕБЕЛИ

Власова Е.Н., доц.

Ивановский государственный политехнический университет,

г. Иваново, Российская Федерация

Реферат. В статье рассмотрены особенности формирования ассортимента корпусной мебели на примере магазина в г. Иваново. Разработана классификация и изучена структура ассортимента. Проанализированы его показатели в динамике, проведен ABC- и XYZ-анализ ассортимента корпусной мебели.

Ключевые слова: ассортимент, рациональность, корпусная мебель, ABC- и XYZ-анализ.

Исследование торгового ассортимента корпусной мебели проводилось на базе специализированного мебельного магазина «Ладья», расположенного в г. Иваново. Для систематизации ассортимента вначале была разработана общая классификация корпусной мебели, которая составлялась на базе изучения учебной литературы по товароведению [1] и нормативных документов: ОК 034-2014, ЕТТ ЕАЭС и ГОСТ 20400-2013. На основе общей классификации была разработана классификация торгового ассортимента корпусной мебели для магазина «Ладья» (таблица 1).

Таблица 1 – Классификация торгового ассортимента корпусной мебели

Признак классификации	Классификационная группа
По виду исходного материала	из древесных материалов; из металла; из полимерных материалов; комбинированная
По назначению	бытовая; составные части мебели
По способу производства	столярная; прессованная
По функциональному использованию	для хранения одежды, посуды, белья, и книг; для приготовления и приема пищи; для работы; для прочих нужд
По половозрастному признаку	для взрослых; для детей
По конструктивно - технологическому признаку	корпусная; передвижная; секционная; комбинированная; встроенная
По комплектности	штучная; комплектная (гарнитуры, наборы)
По эксплуатационным признакам	для жилых помещений; для общественных помещений
По характеру производства	серийная
По видам изделий	шкаф (для одежды, белья, под мойку, настенный, для книг, кухонный); стол (кухонный, журнальный, обеденный, туалетный, компьютерный); комод; стеллаж; тумба; сервант

На основе данных таблицы 1 можно сделать следующие выводы. В магазине не реализуется мебель следующих групп: по способу производства - гнутая, гнуто-клееная, плетеная, формованная, штампованная и литая; по функциональному использованию - для сидения и лежания, культурно-массовых нужд; по конструктивно-технологическому признаку - брусковой, трансформируемой и разборной; по эксплуатационному признаку - для дач; по характеру производства – экспериментальная и массового производства.

Структура ассортимента магазина «Ладья» по фирмам-изготовителям определена на

основе прайс-лист магазина. Установлено, что наибольший удельный вес в ассортименте занимает корпусная мебель производства «Son&c» (г. Пенза) - 36,2 %, а наименьший «Кураж» (г. Рязань) – 6,9 %. На продукцию фирмы «Лером» приходится 19 %, «Мебель Москва» - 24,1 %, «Неман» - 13,8 %. В структуре ассортимента мебели по функциональному использованию наибольшую долю занимает мебель для хранения одежды, посуды, белья и книг (74,1 %) и для приготовления и приема пищи (22,4 %), а наименьшую - мебель для работы (3,5 %). Структура ассортимента магазина по используемым материалам выглядит таким образом: ЛДСП – 50 %, МДФ - 36,2%, массив древесины - 8,6 %, стекло - 3,5 %, металл - 1,7 %. ЛДСП и МДФ составляют большую часть ассортимента мебельной продукции магазина «Ладья», так как эти материалы относительно качественные и недорогие. Массив древесины - это экологически чистый материал, цена у него намного выше, поэтому доля в ассортименте ниже.

К факторам, влияющим на формирование ассортимента магазина, относятся: спрос, ассортиментный профиль, состояние материально-технической базы, цена товара. Покупатель мебели всегда определяет для себя предельную сумму покупки. Поэтому одним из критериев рационального построения ассортимента служит обеспечение правильного сочетания товаров с различной стоимостью. Товарный ассортимент характеризуется широтой, полнотой, новизной, устойчивостью и рациональностью. Формулы для расчета показателей ассортимента приведены в [2]. Коэффициенты весомости (B_i) определялись с помощью 5 экспертов, они характеризуют важность отдельных свойств при формировании ассортимента (таблица 2).

Таблица 2 – Ранжирование свойств ассортимента корпусной мебели

Свойства	Эксперт					Сумма	B_i
	1	2	3	4	5		
Широта	4	4	3	1	3	15	0,30
Полнота	3	1	4	3	2	13	0,26
Устойчивость	1	2	1	2	1	7	0,14
Новизна	2	3	2	4	4	15	0,30
						50	1,00

Для количественной оценки указанных свойств были определены их коэффициенты в динамике на три даты исследования (таблица 3). С помощью полученных данных рассчитывался коэффициент рациональности (K_p).

Таблица 3 – Показатели ассортимента магазина «Ладья»

Исследуемая дата	Широта		Полнота		Устойчивость		Новизна		K_p
	Кш	Вш	Кп	Вп	Ку	Ву	Кн	Вн	
На 01.01.2016	0,43	0,30	0,72	0,26	0,59	0,14	0,30	0,30	0,50
На 01.04.2016	0,40	0,30	0,84	0,26	0,59	0,14	0,28	0,30	0,51
На 01.08.2016	0,36	0,30	0,86	0,26	0,62	0,14	0,29	0,30	0,51

Данные таблицы 3 свидетельствуют о стабильности значения K_p . Причиной невысокого уровня K_p является падение спроса на корпусную мебель в связи с уменьшением доходов населения. Полученные значения коэффициента полноты (K_p) достаточно высоки (0,72; 0,84 и 0,86 соответственно), поэтому можно сказать, что ассортимент корпусной мебели в магазине полный, однако по таким товарам, как столы кухонный и компьютерный мала вероятность удовлетворения потребительского спроса, т.к. $K_p = 0,25$. Коэффициент широты ($K_{ш}$) имеет достаточно низкие значения, что свидетельствует об узком ассортименте корпусной мебели. Данное количество товаров не достаточно, чтобы любой потребитель смог приобрести мебель в магазине «Ладья» в соответствии со своими потребностями и материальными возможностями. $K_{ш}$ снизился за указанный период, что можно объяснить уменьшением товарных позиций стеллажей, комодов, тумб и сервантов в ассортименте.

Коэффициент устойчивости (K_u) позволяет заключить, что ассортимент устойчив. Это можно объяснить постоянным наличием в магазине традиционных видов изделий по невысокой цене, которые всегда пользуются массовым спросом покупателей. Коэффициент новизны (K_n) соответствует низкому уровню, следовательно, ассортимент практически не обновляется. Необходимо увеличивать закупку разновидностей товаров, которые предлагаются предприятиями-изготовителями. Желательно, начать сотрудничество с мебельной компанией «Артмебелитт», продукция которой обладает современным дизайном и средним уровнем цен.

Таким образом, в данном исследовании были рассчитаны в динамике основные

показатели ассортимента магазина: структура в натуральном выражении, коэффициенты широты, полноты, новизны, устойчивости и рациональности. Магазины необходимо проводить мероприятия по оптимизации структуры с целью повышения рациональности ассортимента, увеличить число новых моделей корпусной мебели; добавить мебель актуальной цветовой гаммы, оформленной в стиле прованс, с эффектом патинирования или старения. Нарядно смотрится и мебель с полированной отделкой в стиле арт-деко, которая охотно покупается для общих комнат.

ABC - анализ ассортимента показывает вклад каждого товара в общий результат магазина, а XYZ-анализ - стабильность или нестабильность спроса. Чем стабильнее спрос на товар, тем легче им управлять, ниже потребность в товарных запасах. В ассортименте были выделены три группы А, В и С, которые отличаются по вкладу в прибыль магазина: А - важные товары, приносящие 50 % результата; товары В - «средние» по важности (30 %); товары С - «проблемные» товары (20 %). Проведя ABC - анализ ассортимента мебели магазина установлено, что к товарам группы А относятся кухонный шкаф-стол, шкафы для посуды, белья, под мойку и настенные. К товарам группы В - шкаф для одежды, кухонный шкаф, стол туалетный, шкаф для книг, компьютерный стол; к товарам группы С - столы обеденный и журнальный, комод, стеллаж, тумба и сервант. Проанализировав вклад каждой разновидности корпусной мебели в объем продаж магазина, можно сделать выводы, что ассортимент столов обеденных и журнальных, комодов, стеллажей, тумб и сервантов нуждается в развитии. Рекомендуется расширить ассортимент и снизить цены на эти товары.

Объектом XYZ-анализа являются разновидности корпусной мебели (шт.). Сгруппировав данные по объему продаж для каждого вида корпусной мебели за квартал, рассчитывались средние значения продаж и их коэффициенты вариации. К категории X относятся: шкаф для белья, шкаф под мойку, кухонный шкаф, тумба и шкаф для одежды. Колебания спроса незначительны, спрос на них устойчив. Следовательно, по этим товарам можно делать оптимальные запасы. К категории Y отнесены кухонный шкаф-стол, стол туалетный и журнальный, настенный шкаф, шкаф для посуды, комод, шкаф для книг, стеллаж и сервант. Эти товары, имеют колебания в спросе и средний прогноз продаж. Коэффициент вариации составляет 10-25 %. В категории Z (товары с нерегулярным потреблением) какие-либо тенденции спроса отсутствуют, точность прогноза продаж невысокая. Коэффициент вариации превышает 25 %. К данной категории относятся обеденный стол и компьютерный стол.

Таким образом, по результатам ABC- и XYZ-анализа были выявлены товары пользующиеся постоянным спросом (шкафы для белья и под мойку, кухонный шкаф-стол, для посуды, настенный), с незначительным колебанием в спросе (шкафы для книг, одежды и кухонный, столы туалетный и компьютерный) и с нерегулярным спросом (тумба, столы журнальный и обеденный, комод, стеллаж, сервант).

Список использованных источников

1. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова; под общ. ред. проф. С.А. Вилковой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 500 с.
2. Зонина Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие / Л.Н. Зонина, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова; отв.ред. Ж.Ю. Койтова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. - 192 с.

УДК 685.34.019.1

ХАРАКТЕР ИЗНОСА ПОДОШВ ПОСТУПАЮЩЕЙ В РЕМОНТ ОБУВИ

Долган М.И., асс.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье рассмотрен характер поверхности износа низа обуви на примере подошв обуви, которая поступала в ремонт одной из мастерских города Витебска. Приведены изображения поверхности износа подошв для обуви с материалом подошв из