

АНАЛИЗ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ

Власова Е.Н., доц.

*Ивановский государственный политехнический университет,
г. Иваново, Российская Федерация*

Реферат. В статье рассмотрены особенности формирования ассортимента постельного белья на примере предприятия ООО «Ника-Текс» г. Иваново. Проанализированы показатели ассортимента в динамике, оценена рациональность ассортимента. Проведен совмещенный ABC- и XYZ-анализ ассортимента постельного белья.

Ключевые слова: ассортимент, белье постельное, ABC- и XYZ-анализ.

Целью исследования является анализ ассортимента постельного белья, представленного на потребительском рынке Ивановской области. Задачи исследования: выявить основных производителей данной продукции, оценить конкурентоспособность производителей КПБ в эконо-сегменте, на примере продукции одного из предприятий проанализировать ассортимент постельного белья и разработать рекомендации по его совершенствованию.

Постельное белье является необходимым видом товара для ежедневного использования. Покупка белья потребителями ведется достаточно часто. На потребительском рынке Ивановской области представлено много оптовых и розничных торговых предприятий, реализующих данную продукцию. Актуальность выбранной темы исследования объясняется тем, что основные производители постельного белья располагаются в Ивановской области, а их суммарный объем производства составляет более 70 % от общего количества продукции данного вида в России [1]. Для организаций, которые производят и реализуют постельное белье через посредников или фирменные магазины, результаты данного исследования представляют интерес с точки зрения оценки состояния и перспектив развития данного сегмента рынка, поиска путей совершенствования торгового ассортимента, что позволит выстоять в конкурентной борьбе и увеличить доходность бизнеса.

Российские компании производят весь спектр постельных принадлежностей от наволочек и пододеяльников до полотенец. Доля импортного товара составляет 33 %. Среди марок лидерами на рынке постельного белья РФ являются: «Мона Лиза», «Волшебная ночь», «Хлопковый рай», «Любимый дом», «Унисон», «Романтика», «Василиса». Основными компаниями, выпускающими постельное белье, являются: «Волжская Текстильная Компания», Корпорация «Нордтекс», Альянс «Русский Текстиль», «ТДЛ», «Шуйские ситцы», Ивановское текстильное объединение (ИТО) и ООО «Монолит». В Ивановской области сосредоточено более 200 предприятий, выпускающих постельное белье. Недорогое белье из бязи и сатина предлагают на рынке г. Иваново российские компании «АртДизайн» (АртПостель), «Космо-Текс» (Pastilla) и «СайлиД». К производителям премиального белья из дорогих тканей относятся: Asabella, Kingsilk, OnSilk, German Grass, Luxberry. В эконо-сегменте состав производителей насчитывает более 100 организаций, а магазинов мелкооптовой и розничной торговли – около 25.

Анализ торгового ассортимента постельного белья далее осуществлялся на базе предприятия ООО «Ника-Текс» г. Иваново. Данное предприятие является поставщиком белья для крупных магазинов («Дом текс», сеть «Радость») и мелких розничных павильонов в различных районах г. Иваново (в ТЦ «РИО», «Текстиль Профи», «Текстиль Макс» и др.). ООО «Ника-Текс» поставяет продукцию и в соседние регионы, такие как г. Владимир, Кострома, Ярославль и др.

Товарный ассортимент характеризуется широтой, полнотой, обновлением, устойчивостью и рациональностью. Формулы для расчета показателей ассортимента (соответствующих коэффициентов) приведены в [2]. Коэффициенты весомости (В) определялись с помощью 5 экспертов. Они характеризуют важность отдельных свойств для формирования ассортимента (табл. 1).

Таблица 1 – Ранжирование свойств ассортимента постельного белья

Свойства	Эксперт					Сумма	В
	1	2	3	4	5		
Широта	4	4	3	2	2	15	0,30
Полнота	3	1	4	3	1	12	0,24
Устойчивость	1	2	1	4	3	11	0,22
Новизна	2	3	2	1	4	12	0,24
Всего						50	1,00

Рациональность ассортимента характеризует его способность наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей. Расчет коэффициента рациональности (Кр) для ООО «Ника-Текс» представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели ассортимента ООО «Ника-Текс»

Исследуемая дата	Широта		Полнота		Устойчивость		Новизна		Кр
	Кш	Вш	Кп	Вп	Ку	Ву	Кн	Вн	
На 01.12.2016	0,73	0,30	0,52	0,24	0,59	0,22	0,20	0,24	0,52
На 01.03.2017	0,76	0,30	0,58	0,24	0,61	0,22	0,22	0,24	0,55
На 01.06.2017	0,79	0,30	0,53	0,24	0,62	0,22	0,23	0,24	0,56

Данные таблицы 2 свидетельствуют о небольшом повышении Кр в 2017 году (0,56) по сравнению с 2016 годом (0,52), однако он находится на среднем уровне [3]. ООО «Ника-Текс» необходимо добавить в ассортимент тюфячные изделия, нижние наволочки для подушек, увеличить число разновидностей тканей для пошива постельного белья. Пока оно выпускается только из бязи и сатина.

ABC – анализ ассортимента показывает вклад каждого товара в общий результат продаж предприятия, а XYZ-анализ – стабильность или нестабильность спроса. Чем стабильнее спрос на товар, тем легче им управлять, ниже потребность в товарных запасах. В ассортименте ООО «Ника-Текс» были выделены три группы продукции – А, В и С, которые отличаются по вкладу в прибыль: А – важные товары, приносящие 50 % прибыли; товары В – «средние» по важности (30 %); товары С – «проблемные» (20 % прибыли) [4].

На основе ABC - анализа ассортимента постельного белья ООО «Ника-Текс» за второй квартал 2017 года установлено, что к товарам группы А относятся три варианта комплектов постельного белья (КПБ): размеров евро, двухспальные и двухспальные с простыней евро. К товарам группы В отнесены КПБ евро на резинке, семейный и семейный с простыней на резинке. Группа С включает 18 позиций, в т.ч. 3 варианта размеров КПБ, 3 варианта пододеяльников, 6 простыней и 6 наволочек.

Проанализировав вклад каждой позиции продукции в объем продаж, можно сделать вывод, что все наволочки, пододеяльники, простыни, КПБ 1,5-спальные, мини евро и 2-спальные евро на резинке нуждаются в разнообразии ассортимента по используемым материалам. Предприятию стоит снизить цены на ряд позиций, а так же добавить в ассортимент тюфячные изделия и нижние наволочки. Для увеличения продаж стоит провести ряд мероприятий (акции, скидки и др.).

Объектом XYZ-анализа являлись позиции постельного белья (шт.). Сгруппировав данные по объему продаж для каждого вида белья за квартал, рассчитывались средние значения продаж и их коэффициенты вариации. К категории Х отнесены 19 ассортиментных позиций, в т.ч. все варианты размеров КПБ, 5 простыней, 3 наволочки и 2 пододеяльника размеров евро и полуторный. Колебания спроса на них незначительны, спрос устойчив. Следовательно, по этим товарам можно делать оптимальные запасы. К категории Y отнесены 5 размерных позиций: 3 наволочки, простыня евро на резинке и двухспальный пододеяльник. Данные товары имеют колебания в спросе и средний прогноз продаж. Коэффициент вариации составляет 10–25%. В категории Z (товары с нерегулярным потреблением) тенденции спроса отсутствуют, точность прогноза продаж невысокая. Коэффициент вариации превышает 25 %. К данной категории на ООО «Ника-Текс» изделия не отнесены, что является хорошим показателем формирования структуры ассортимента. Результаты анализа были отражены в совмещенной матрице ABC- и XYZ-анализа.

На основе полученных данных выявлено, что 6 наименований постельного белья группы АХ (КПБ евро; КПБ 2-спальный; КПБ 2-спальный с евро простыней) и ВХ (КПБ евро на резинке; КПБ семейный; КПБ семейный на резинке) отличаются высоким товарооборотом и стабильностью спроса. Необходимо обеспечить их постоянное наличие на складе, но не следует создавать избыточных запасов. Для товаров групп СХ и СУ можно использовать

систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой запас. 13 позиций товаров (СХ) при низком вкладе в сбыт имеют высокую стабильность продаж. Пять изделий СУ (пододеяльник 2-х спальный; наволочки 50х50 см, 40х60 см и 40х40 см, простыня евро на резинке) при низком вкладе в сбыт имеют средний прогноз продаж из-за нестабильности продаж.

Таким образом, на основе проведенного исследования сделаны следующие выводы:

1. Изучен региональный рынок постельного белья, выявлены его основные участники и наличие брендовой продукции.

2. Рассчитаны показатели широты, полноты, новизны, устойчивости и рациональности ассортимента.

3. С помощью ABC- и XYZ-анализа установлен вклад каждого вида и размера постельного белья в общий объем продаж ООО «Ника-Текс». Разработаны рекомендации по совершенствованию структуры ассортимента предприятия с учетом состояния регионального рынка и расчета показателей ассортимента.

Список использованных источников

1. Андреева Н. В., Власова Е. Н. Проблемы развития потребительского рынка текстильных товаров (на примере Ивановской области)/ Изв. вузов. Технология текстильной промышленности. – 2014. – №4. – С. 32-38.
2. Зонова Л. Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие / Л. Н. Зонова, Л. В. Михайлова, Е. Н. Власова; отв.ред. Ж. Ю. Койтова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 192 с.
3. Прокина К. С., Власова Е. Н. Исследование ассортимента комплектов постельного белья / Молодежь и XXI век – 2017 : материалы VII Международной молодежной научной конференции (21-22 февраля 2017 года), в 4-х томах, Том 1, Юго-Зап. гос. ун-т. – Курск : ЗАО «Университетская книга», 2017. – С. 255–258.
4. Власова Е. Н., Тихомирова А. Ю. ABC- и XYZ-анализ ассортимента мебели / Актуальные проблемы потребительского рынка товаров и услуг: сб. статей IV международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Кировского ГМУ 19 апреля 2017 года. – Киров : ФГБОУ ВО Кировский ГМУ Минздрава России, 2017. – С. 49–52.

УДК 658.562.3

ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА НА ЭТАПАХ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

Дрягина Л.В., доц., Гянис А.С., студ.

*Ивановский государственный политехнический университет,
г. Иваново, Российская Федерация*

Реферат. В статье рассмотрены виды и методы контроля продукции, проанализированы элементы системы профилактики брака на предприятии. Разработан алгоритм проведения операционного контроля технологического процесса, положенный в основу стандарта организации.

Ключевые слова: качество продукции, контроль, методы контроля, система контроля качества на предприятии, технологический процесс, стандарт организации.

Качество продукции относится к числу важнейших критериев функционирования предприятия в условиях относительно насыщенного рынка и преобладающей неценовой конкуренции. Повышение технического уровня и качества продукции определяет темпы научно-технического прогресса и рост эффективности производства в целом, оказывает существенное влияние на интенсификацию экономики, конкурентоспособность отечественных товаров и жизненный уровень населения страны. Эффективно управлять качеством продукции - значит активно использовать экономические и организационные рычаги воздействия на разработку, производство и эксплуатацию изделий.

Одной из важнейших функций действующей на предприятии системы управления качеством является контроль. От степени совершенства контроля, его технического оснащения и организации во многом зависит эффективность производства в целом [1].