

А. С. Скирковская

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — В. В. Садовский, д-р техн. наук, профессор

ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТА БЕЛЬЕВЫХ ИЗДЕЛИЙ НА ПРИМЕРЕ ТУП «КОНТЕ ШОП»

Цель данного исследования заключается в проведении оценки показателей ассортимента и их анализе на примере ТУП «Конте Шоп» (табл. 1).

Таблица 1

Соотношение фактического и планового (на сайте) наличия размеров
в торговом объекте

По размерам	Факт	План
65	1	1
70	1	1
75	1	1
80	1	1
85	1	1
90	1	1
95	1	1
100	1	1
105	0	1
110	0	1
115	0	1
Итого	8	11

Коэффициент полноты ассортимента бюстгалтеров составляет 0,72. Это означает, что ассортимент достаточно широкий, но для максимального удовлетворения потребностей торговой организации следует провести мероприятия по его расширению (табл. 2).

Таблица 2

Соотношение фактического и планового (на сайте) наличия
различных конструкций верха бюстгалтеров в торговом объекте

По конструкции верха	Факт	План
1	2	3
Пуш-ап	1	1
Для подростков	0	1
Бралетт	0	1

1	2	3
Бандо	0	1
Балконет	0	1
Мягкая чашка	1	1
Для кормящих	1	1
Бескаркасный	1	1
Большие размеры	0	1
Формованная чашка	1	1
Плотная чашка	0	1
Spacer	0	1
Итого	5	12

Коэффициент широты ассортимента 0,41 указывает на то, что ассортимент имеет низкое разнообразие. Торговой организации следует расширить ассортимент другими видами конструкций верха бюстгалтеров [1].

Согласно полученным данным можно сделать вывод о том, что ассортимент достаточно полный, но для максимального удовлетворения потребностей торговой организации следует провести мероприятия по расширению размерного перечня, а также добавить другие виды конструкций верха бюстгалтеров.

Источник

1. Антинескул, Е. А. Теоретические основы товароведения : учеб. пособие / Е. А. Антинескул, А. Р. Гарипова, А. А. Ясырева. — Пермь : Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2019. — 101 с.

Я. А. Смирнова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **В. В. Садовский**, д-р техн. наук, профессор

РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ЖЕНСКИХ ВЕРХНИХ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ОАО «ГУМ»

Создание оптимальной структуры ассортимента реализуемых товаров является важнейшей задачей каждого торгового предприятия, так как это максимально обеспечивает удовлетворенность потребите-