

УДК 677: 399. 13

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

А.Ю. ГЕРАСИМОВА, И.А. ЛОМАКИНА, М.Е. ЗАРАЕВА, Б.Н. ГУСЕВ

(Ивановская государственная текстильная академия)

Ассортиментная характеристика является основной для продвижения товаров на потребительском рынке. Существующие подходы [1] в описании ассортиментной характеристики имеют определенные недостатки, которые заключаются в небольшом числе классификационных признаков при систематизации наименований ассортимента, в несоответствии наименований ассортимента его отличительным свойствам, в отсутствии аналитических выражений для количественного соотношения градаций ассортимента.

Для решения проблемы, связанной с расширением числа классификационных признаков, в отличие от [1], первоначально разделим выявленные разнообразные классификационные признаки наименований ассортимента на два вида, а именно со-

держащие количественные и качественные составляющие.

К наименованиям ассортимента, отражающим количественные составляющие, отнесем такие, которые в своем определении (понятии) имеют различные соотношения по градациям ассортимента, а к наименованиям ассортимента, характеризующим качественные составляющие, причислим те, которые не связаны с данными соотношениями.

Для качественной составляющей дополнительно ввели признаки, отражающие устойчивость и привлекательность готовой продукции. При этом под устойчивостью предлагаем понимать способность ассортимента товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары, а под привлекательностью – способность ассортимента това-

ров вызвать положительные эмоции у потребителя.

Для количественной составляющей по признаку объема представления текстильных изделий были введены новые наименования

ассортимента: глубокий, широкий, полный и достаточный.

Усовершенствованная классификация наименований ассортимента по различным признакам приведена в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Признак	Наименования	
	ассортимента	свойства
По объему представления текстильных изделий (количественный)	Видовой	Видопринадлежность
	Глубокий	Глубина
	Групповой	Группировка
	Достаточный	Достаточность
	Марочный	Марочность
	Полный	Полнота
	Простой	Простота
	Развернутый	Развернутость
	Смешанный	Смешанность
	Сложный	Сложность
По степени удовлетворения потребностей потребителей (качественный)	Широкий	Широта
	Рациональный	Рациональность
	Оптимальный	Оптимальность
	Гармоничный	Гармоничность
По характеру потребностей потребителей (качественный)	Сопутствующий	Дополняемость
	Реальный	Реальность
По устойчивости ассортимента (качественный)	Прогнозируемый	Прогнозируемость
	Динамичный	Динамичность
	Стабильный	Стабильность
	Амплитудный	Периодичность
По привлекательности текстильных изделий (качественный)	Неравномерный	Неравномерность
	Новый	Новизна
	Современный	Современность
	Оригинальный	Оригинальность

Необходимо отметить, что увеличение количества наименований ассортимента в то же время должно расширить и существующий ряд свойств ассортимента. В этом направлении выделение новых свойств предлагается синхронизировать с соответствующими наименованиями ассортимента. Например, по признаку, отражающему степень удовлетворения потребностей потребителей, различают рациональный, оптимальный, гармоничный и сопутствующий ассортимент. Следовательно, сопряженные с ними свойства имеют аналогичные или схожие названия: рациональность, оптимальность, гармоничность и дополняемость (см. табл. 1).

В направлении построения аналитических выражений для количественного соотношения градаций ассортимента предва-

рительно уточнили состав имеющихся градаций. В частности, в общероссийском классификаторе продукции (ОКП) [2] с целью ее кодирования выделены пять высших классификационных группировок (класс, подкласс, группа, подгруппа и вид), а также разрешены внутривидовые группировки для дальнейшей конкретизации продукции.

Высшие классификационные группировки имеют длину кодового обозначения в пять разрядов, а конкретная продукция, представленная в полной (ассортиментной) номенклатуре, имеет длину кодового обозначения в десять разрядов. При этом следует иметь в виду, что градация, относящаяся к классу, занимает два разряда. Таким образом, максимальное возможное число градаций не должно превышать де-

вяти ступеней и поэтому для конкретизации отдельных видов продукции используем подкласс (пк), группу (г), подгруппу (пг), вид (в), подвид (пв), наименование (н) и торговую марку (тм).

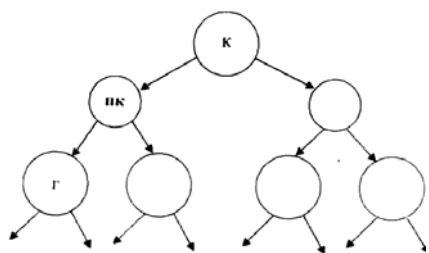


Рис. 1

При использовании последовательно всех ступеней градации классификационную группировку продукции можно представить в виде ориентированного графа (дерева) (рис.1).

В случае отсутствия отдельных ступеней классификационную группировку лучше дать в форме бесконтурного графа (рис.2).

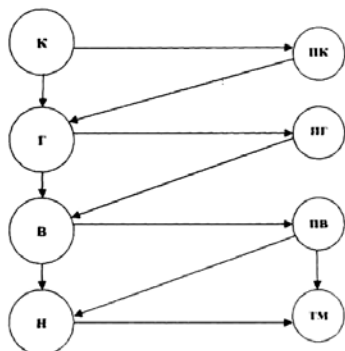


Рис. 2

$$K_n = \sum_{n=1}^{K_k} \sum_{s=1}^{(m_{пк})_n} \sum_{q=1}^{(m_{г})_s} \sum_{r=1}^{(m_{пг})_q} \sum_{j=1}^{(m_{в})_r} \sum_{i=1}^{(m_{пв})_j} (m_n)_i, \quad (3)$$

где $(m_{пк})_n$ – количество разветвлений при делении n-го класса на подклассы; $(m_{г})_s$ – количество разветвлений при делении s-го подкласса на группы; $(m_{пг})_q$ – количество разветвлений при делении q-й группы на подгруппы; $(m_{в})_r$ – количество разветвлений при делении r-й подгруппы на виды; $(m_{пв})_j$ – количество разветвлений при делении j-го вида на подвиды; $(m_n)_i$ – количе-

Анализ ассортимента текстильных изделий [3] показывает, что на каждой ступени градации возможно различное число разветвлений на градации более низкого уровня.

Рассмотрим следующие варианты разветвления: при числе m разветвлений, где $m = \text{const}$ на всех ступенях градации; при разветвлении, где $m_j = \text{const}$ на одной ступени градации и при разветвлении, где $m_j \neq \text{const}$ на всех ступенях градации.

При разветвлении, где $m = \text{const}$ на всех ступенях градации, формула для нахождения количества наименования K_n ассортимента материалов выглядит следующим образом:

$$K_n = K_k m^c, \quad (1)$$

где K_n – количество наименований, шт.(кг, м); K_k – количество классов (подклассов, групп, подгрупп, видов,...), шт. (кг, м); c – число ступеней градаций.

При разветвлении, где $m_j = \text{const}$ на одной ступени градации, выражение имеет следующий вид:

$$K_n = K_k m_{пк} m_{г} m_{пг} m_{в} m_{пв} m_n. \quad (2)$$

В случае отсутствия одной из ступеней градации число разветвлений m на соответствующем уровне принимается равным 1.

При разветвлении, где $m_j \neq \text{const}$ на всех ступенях градации, формулу можно представить так:

ство разветвлений при делении i-го подвида на наименования.

При отсутствии одной из ступеней градации на какой-либо ветке n количество разветвлений m при делении предыдущей ступени градации принимается за единицу.

Выражения (1)...(3) позволяют последовательно решать задачи по автоматизированному учету процесса формирования ассортимента текстильных изделий с уче-

том требований производителей и потребителей продукции. Приведем следующий пример расчета.

В торговое предприятие ООО "Ткани" (г. Иваново) поступила партия хлопчатобумажных тканей различных наименований, а именно:

- три рулона ситца гладкокрашеного (арт. 43);
- два рулона ситца набивного (арт. 8);
- три рулона ткани сорочечной "Свежесть" отбеленной;
- два рулона ткани блузочной отбеленной (арт. 861);
- два рулона ткани плательной "Метелица" отбеленной;
- один рулон ткани мебельной "Ван" пестротканой;
- два рулона ткани мебельно-декоративной "Фасонная" пестротканой;

- один рулон ткани для рабочей одежды хлопкополиэфирной набивной;
- два рулона ткани костюмной "Алей" джинсовой хлопкополиэфирной пестротканой;

- один рулон ткани костюмной "Юность" хлопковискозной меланжевой пестротканой;
- два рулона ткани вельвет-корд "Искра" хлопкополиэфирной гладкокрашеной.

Необходимо рассчитать, каково количество наименований K_n ассортимента хлопчатобумажных тканей, поступивших в магазин "Ткани".

Предварительно установим ступени градации ассортимента для данной группы товаров. В табл. 2 последовательно показаны разветвления на градации ассортимента текстильной продукции (на примере хлопчатобумажных тканей, поступивших в магазин).

Т а б л и ц а 2

Название градации	Наименование ассортиментной градации
Класс	Текстильные и одежно-обувные товары
Подкласс	Текстильные товары
Группа	Тканые полотна
Подгруппа	1. Ткани хлопчатобумажные, 2. Смешанные (из смеси волокон и комбинации х/б пряжи с другими нитями)
Вид	1.1. Бельевые ткани 1.2. Плательные ткани 1.3. Мебельно-декоративные ткани 2.1. Одежные ткани 2.2. Ворсовые ткани
Подвид	1.1.1. Гладкокрашенные 1.1.2. Набивные 1.2.1. Отбеленные 1.3.1. Пестротканые 2.1.1. Набивные 2.1.2. Пестротканые 2.2.1. Гладкокрашенные
Наименование	1.1.1.1. Ситец гладкокрашенный (арт.43) 1.1.2.1. Ситец набивной (арт. 8) 1.2.1.1. Ткань сорочечная "Свежесть" отбеленная 1.2.1.2. Ткань блузочная отбеленная (арт. 861) 1.2.1.3. Ткань плательная "Метелица" отбеленная 1.3.1.1. Ткань мебельная "Ван" пестротканая 1.3.1.2. Ткань мебельно-декоративная "Фасонная" пестротканая 2.1.1.1. Ткань для рабочей одежды хлопкополиэфирной набивная (арт. 3568) 2.1.2.1. Ткань костюмная "Алей" джинсовой хлопкополиэфирная пестротканая 2.1.2.2. Ткань костюмная "Юность" хлопковискозная меланжевая пестротканая 2.2.1.1. Ткань вельвет-корд "Искра" хлопкополиэфирной гладкокрашеной

Поскольку на всех ступенях градации число разветвлений на ступени более низкого уровня не одинаково (то есть $m \neq \text{const}$), то применим соответствующую

формулу для расчета количества наименований K_n ассортимента текстильной продукции, а именно:

$$K_n = \sum_{n=1}^{K_k} \sum_{s=1}^{(m_{pk})_n} \sum_{q=1}^{(m_r)_s} \sum_{r=1}^{(m_{pr})_q} \sum_{j=1}^{(m_b)_r} \sum_{i=1}^{(m_{pb})_j} (m_n)_i.$$

Согласно табл. 2 имеем следующие

данные:

$$K_k=1, (m_{pk})_n=1, (m_r)_s=1, (m_{pr})_q=2, (m_b)_1=3, (m_b)_2=2, (m_{pb})_{11}=2, (m_{pb})_{12}=1, (m_{pb})_{13}=1, (m_{pb})_{21}=2, (m_{pb})_{22}=1, (m_n)_{111}=1, (m_n)_{112}=1, (m_n)_{121}=3, (m_n)_{131}=2, (m_n)_{211}=1, (m_n)_{212}=2, (m_n)_{221}=1.$$

Используя приведенные значения, получаем количество наименований K_n ассортимента тканей хлопчатобумажных равное 11.

Наиболее эффективное использование данная формула имеет при большом количестве наименований продукции.

ВЫВОДЫ

1. Усовершенствована классификация ассортимента текстильных изделий в направлении разделения количественных и качественных признаков, а также обоснованного введения новых признаков классификации.

2. Введены новые свойства ассортимента текстильных изделий, расширяющие его конкурентные преимущества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Николаева М.А. Товароведение и экспертиза потребительских товаров. – М.: ИНФРА-М, 2003.
2. Общероссийский классификатор продукции. – М.: Статистика, 1995.
3. Бузов Б.А. Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности (швейное производство): учебник для студ. высш. учеб. заведений / Б.А. Бузов, И.Д. Алыменкова; под ред. Б.А. Бузова. – М.: Издательский центр "Академия", 2004.

Рекомендована кафедрой материаловедения и товароведения. Поступила 06.04.07.