

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра товарознавства, управління безпеністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Позиціонування та управління ланцюгами постачання м'яких меблів

Студентки 2 курсу, 7м групи,
спеціальності 076


«Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»
спеціалізації

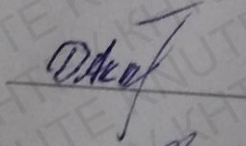
«Товарознавство та
комерційна логістика»

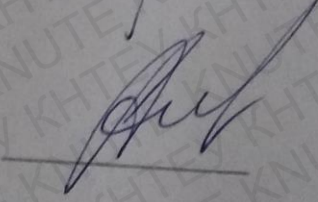
Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

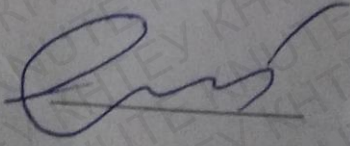
Науковий консультант
канд. екон. наук., доцент

Гарант освітньої програми
док-р техн. наук, професор


Зварич
Вікторії
Владиславівни


Антюшко
Дмитро Петрович


Харсун
Людмила Григорівна


Сидоренко
Олена Володимирівна

Київ 2021

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет туризму та підприємств Кафедра маркетингу та зовнішніх зв'язків
Спеціальність 025 «Рітейл»
Спеціалізація/освітня програма «Маркетинг»

Затверджую
Зав. кафедри Мотушка Ю.М.
«03» 10 2021 р.

Завдання на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студента

Зварих Антонів Владислав Євгенович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)
Позиціонування на управлінні маркетингом

Затверджена наказом ректора від « » 201 р. №
2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту)

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)
Мета роботи проекту (проекту)
Розробити позиціонування на управлінні маркетингом

Об'єкт дослідження назва: «Маркетинг»

Предмет дослідження своєчасна відповідь на

4. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
11	Гарбуш І		

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

- Вступ
- Розділ 1. Аналіз ринку на території дослідження
- 1.1. Сучасний стан наукової роботи в даній галузі
- 1.2. Характеристика державних установ на території дослідження
- Розділ 2. Оцінка якості та екологічності продукції, виробленої на території України
- 2.1. Організація роботи на території дослідження
- 2.2. Характеристика організації та її діяльності
- 2.3. Оцінка якості та екологічності продукції на території дослідження
- Розділ 3. Відповідальність роботи системи управління, у тому числі на території дослідження
- 3.1. Аналіз системи управління на території дослідження
- 3.2. Взаємодія системи управління з іншими системами на території дослідження
- Висновки та рекомендації
- Додатки

6. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи		
		за планом	фактично	
1	2	3	4	
1	Замовлення, укладання виконавчої договірної угоди	30.01.2021	01.03.2021	Р.П.
2	Оформлення на замовлення замовлення на виконання робіт	01.03.2021	01.03.2021	Р.П.
3	Виконання дослідницьких робіт	01.03.2021	20.09.2021	Р.П.
4	Написання 1-го розділу роботи	01.03.2021	10.11.2021	Р.П.
5	Оформлення роботи на розробку на захисті	01.11.2021	01.11.2021	Р.П.
6	Підготовка до захисту роботи на захисті	22-23.11.2021	01.11.2021	Р.П.
7	Зовнішнє рецензування	20.25.11.2021	02.11.2021	Р.П.
8	Захист роботи на ЕК	22.11.2021		

7. Дата видачі завдання «М» Березня 2021 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

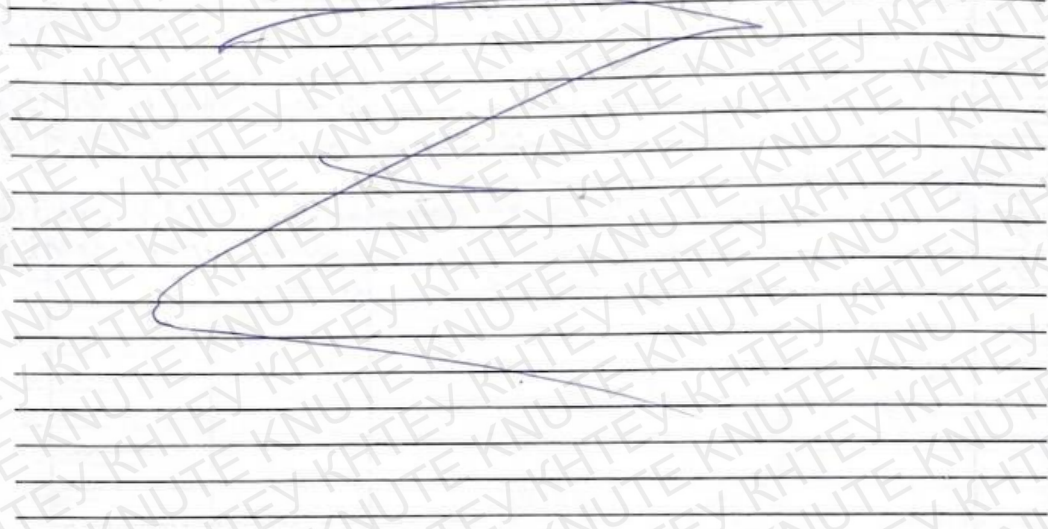
Анжюшко Д. П. Р.П.
(прізвище, ініціали, підпис)9. Гарант освітньої програми Сєроженко О. В.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

Звоніт С. В. Р.П.
(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Випускна кваліфікаційна робота на тему "Позиціонування та управління ланцюгами поставок м'яких медич" Зварис В.В виконана на актуальному темі, має певний інтерес, зважаючи на те, що дослідження науково новинні, практично значимі. Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Матеріал викладено чітко, послідовно, відповідно до вимог ВКР рекомендується до захисту. Електронний варіант роботи надіслав роздрукованому матеріалу



Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Антіюк О. П. *[Signature]* 09.12.2021
 (підпис, дата)

Відмітка про попередній захист

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента

Зварис В.В.
 (прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту на засіданні екзаменаційної комісії.

Гарант освітньої програми *[Signature]* О.В. Сторожко
 (підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри *[Signature]* *[Signature]*
 (підпис, прізвище, ініціали)

« 03 » 12 2021 р.

АНОТАЦІЯ

Зварич В.В. Позиціонування та управління ланцюгами постачання м'яких меблів.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена дослідженню процесів позиціонування м'яких меблів, зокрема диванів, що реалізуються на ринку України, та управління ланцюгами їх постачання на прикладі ТОВ «НСТ Альянс».

У роботі досліджено український ринок м'яких меблів; визначено фактори, що впливають на якість та споживні властивості цих виробів; охарактеризовано їх асортимент в Україні та у світі; здійснено товарознавчу оцінку якості; проаналізовано економічну та логістичну діяльність ТОВ «НСТ Альянс», розроблено шляхи підвищення ефективності управління ланцюгами постачання на ТОВ «НСТ Альянс».

Ключові слова: м'які меблі, оцінка якості, асортимент, позиціонування, ланцюги постачання.

SUMMARY

Zvarych V.V. Upholstered furniture positioning and supply chain management.

The final qualifying work is devoted to the research of positioning process of upholstered furniture, in particular the sofas sold on the Ukrainian market, and their supply chain management on the example of LLC «НСТ Альянс».

The Ukrainian market of upholstered furniture was studied in the work; the factors influencing quality and consumer properties of these products are defined; their range in Ukraine and in the world is characterized; commodity quality assessment was performed; the economic and logistic activity of LLC «НСТ Альянс» was analyzed, the ways of increasing the efficiency of supply chain management at LLC «НСТ Альянс» were developed.

Keywords: upholstered furniture, quality assessment, range, positioning, supply chains.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РИНКУ ТА ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ М'ЯКИХ МЕБЛІВ	10
1.1. Сучасний стан і тенденції розвитку ринку м'яких меблів.....	10
1.2. Чинники формування якості та збереження споживних властивостей м'яких меблів.....	18
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ М'ЯКИХ МЕБЛІВ, ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ	23
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження.....	23
2.2. Споживча оцінка асортименту м'яких меблів.....	28
2.3. Оцінка якості та позиціонування м'яких меблів.....	32
Розділ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАВАННЯ М'ЯКИХ МЕБЛІВ	39
3.1. Дослідження системи управління ланцюгами постачання м'яких меблів ТОВ «НСТ Альянс».....	39
3.2. Ефективність управління ланцюгами постачання м'яких меблів на ТОВ «НСТ Альянс» та напрямки її підвищення.....	45
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність. З розвитком меблевої промисловості все більше уваги приділяється якості меблевих виробів, тому боротьба за споживача потребує виробництва конкурентоспроможних товарів, які мають високий рівень позиціонування, що дозволяє зайняти їм бажане місце на ринку та у свідомості споживачів [1]. Управління ланцюгами постачання, в свою чергу, дозволяє налагодити логістичну діяльність підприємства, зокрема діяльність ланцюгів розподілу задля ефективної реалізації м'яких меблів. Станом на сьогоднішній день, в Україні реалізується велика кількість різних видів м'яких меблів як закордонних так і вітчизняних виробників, конкуренція зростає, так само як і зростають вимоги наявних та потенційних клієнтів [2].

Зважаючи на це, дослідження даної роботи є актуальним в умовах сучасного ринку.

Мета дослідження – оцінка позиціонування м'яких меблів, що реалізується на українському ринку.

Досягнення поставленої мети передбачає формулювання наступних завдань:

- проаналізувати сучасний стану ринку м'яких меблів в Україні;
- охарактеризувати фактори, що впливають на якість та збереження споживних властивостей м'яких меблів;
- оцінити асортимент м'яких меблів, що реалізуються у світі;
- здійснити оцінку якості та позиціонування м'яких меблів;
- дослідити системи управління ланцюгами постачання м'яких меблів на базі підприємства ТОВ «НСТ Альянс»;
- надати рекомендації щодо удосконалення системи управління ланцюгами постачанням м'яких меблів на ТОВ «НСТ Альянс».

Об'єктом дослідження є м'які меблі, що реалізуються на ринку України, ТОВ «НСТ Альянс».

Предметом дослідження є позиціонування та управління ланцюгами постачання м'яких меблів.

Під час написання випускної кваліфікаційної роботи було застосовано наступні *методи дослідження*: теоретичні, органолептичні, експертні, математико-статистичні, аналітичні, порівняльні та графічні.

Наукова новизна полягає в науковому обґрунтуванні запропонованого методологічного апарату позиціонування м'яких меблів на ринку для підвищення ефективності їх збутової діяльності на споживчому ринку.

Практична цінність полягає в тому, що теоретичні аспекти дослідження, висновки та практичні рекомендації можуть бути використані: державними службами з нагляду за якістю та безпечністю меблевих товарів, ТОВ «НСТ Альянс» для впровадження контролю за якістю та вдосконаленню системи управління ланцюгами постачання на підприємстві.

Апробація дослідження. Результати досліджень було викладено та обговорено на VI Міжнародній студентській науково-практичній конференції (м. Київ, Київський національний торговельно-економічний університет, 17 березня 2021 р.) та нагороджено дипломом II ступеня.

Публікація. За результатами досліджень опублікована стаття на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку ринку м'яких меблів в Україні» в збірнику «Інновації в підприємництві і торгівлі» (Додаток А).

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел (54 найменувань) та 3 додатків. Містить 15 таблиць та 13 рисунків. Загальний обсяг роботи – 55 сторінок.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РИНКУ ТА ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ М'ЯКИХ МЕБЛІВ

1.1. Сучасний стан і тенденції розвитку ринку м'яких меблів

Меблі – основна складова інтер'єру житлових і громадських приміщень. Перебуваючи у безпосередньому контакті з людиною, м'які меблі впливають на її працездатність, здоров'я та настрої.

В останні роки меблева промисловість почала набирати оборотів, не дивлячись на складну економічну та політичну ситуацію нашої країни.

Ринок м'яких меблів у наш час є досить стабільним. На ньому не спостерігається різких коливань попиту, за винятком сезонності чи серйозних економічних проблем.

Після анексії Криму та військових дій на сході країни, меблеві підприємства втратили приблизно 20 % ринку збуту. Тому 2014-2016 роки стали переломними для більшості виробників. Досить стабільним і стриманим попитом характеризувався й внутрішній ринок – економічна криза стримувала купівельну спроможність українців [1].

Значна частина меблевих підприємств експортували свої товари до Російської Федерації, проте від співпраці з агресором більшість виробників відмовились. Саме тому для меблевого бізнесу відкриваються нові можливості. Значна частина підприємців зайнялись модернізацією виробництва, удосконаленням технологій виробництва та розширенням асортименту. У зв'язку з цим м'які меблі стали більш конкурентоспроможними, адже рівень їхніх споживчих властивостей підвищився.

Не дивлячись на складне економічне становище, купівельна спроможність почала зростати, а підвищення курсу іноземної валюти призвело до того, що український споживач змушений відмовлятися від імпортних

меблів, надаючи перевагу дешевшим, але не менш якісним вітчизняним аналогам.

На сьогоднішній день на українському меблевому ринку працює більш ніж 3 тис. компаній-виробників, серед яких як великі підприємства, що займаються серійним виробництвом, так і невеликі, що працюють за індивідуальними замовленнями. Українська меблева галузь має значну кількість мікропідприємств, декілька малих і середніх компаній і незначну кількість великих компаній. Кожна з цих груп має свої особливості в тому, що стосується організації виробництва і товарного асортименту. Слід зазначити, що певна частка виробників працюють у тіні, що досить ускладнює аналіз реального стану ринку [2].

На сьогоднішній час в Україні створена потужна база меблевого виробництва. Найбільш відомі вітчизняні виробники м'яких меблів: Dlinestyle (DLS) [3], Creale [4], Divanoff [5], Matroluxe [6], RIVAL [7], Мебельок [8], НСТ «Альянс» [9]. У нашій країні є чимало компаній, які можуть гідно конкурувати з іноземними виробниками. Своїм клієнтам вони можуть запропонувати не тільки відмінну якість, а й лояльні ціни. А в умовах фінансової кризи для споживача це найважливіші умови [10].

Щодо територіального розподілу, то він є нерівномірний. Найбільша частка підприємств припадає на Харківську, Волинську, Київську та Дніпропетровську області. Тут зосереджено приблизно 85% виробників м'яких меблів.

Виробників м'яких меблів в Україні за охопленням ринку можна поділити на такі різновиди (рис. 1.1):



Рис. 1.1. Класифікація виробників м'яких меблів за охопленням ринку
 Розроблено автором на основі [11].

Дрібні виробники - це компанії, що виготовляють меблі на замовлення, мають низьку частку на ринку та мають не дуже високі ціни. «Тіньовики» - виробники, які повністю або частково незаконно займаються підприємницькою діяльністю. Середні та великі компанії – займають значне місце у структурі розподілу, мають великий асортимент меблів різних цінових категорій та достатню базу постійних клієнтів. Трейдери – в основному займаються продажем імпортованих меблів.

Характеризуючи категорії цін м'яких меблів доцільно зазначити такі категорії:

- висока цінова категорія – до цієї категорії належать елітні та дорогі меблі, які виготовляються із натуральної сировини, унікальних матеріалів та мають авторський дизайн. Ринок дороговартісних м'яких меблів не має значних обсягів продажу, але на ньому спостерігається висока конкуренція, яка потребує вагомих зусиль та затрат на просування та рекламу,
- середня цінова категорія представлена меблями, які виготовляються із більш дешевих матеріалів, що доступні для людей із середнім доходом, виготовляються із матеріалів, які є дешевшими. Обсяги продажу у цій категорії значно вищі,
- низька цінова категорія – меблі, що виготовляються з менш якісних та дешевих матеріалів та доступні пересічному споживачеві. Обсяги продажу недорогих меблів трохи знизився, що споживачі орієнтуються на більш високу якість і готові платити більше.

Виготовлення м'яких меблів достатньо цікава ніша для бізнесу, тому обсяги виробництва зростають, а продукція удосконалюється відповідно до вимог споживачів. Обсяг виробництва м'яких меблів в Україні наведено на рис. 1.2.

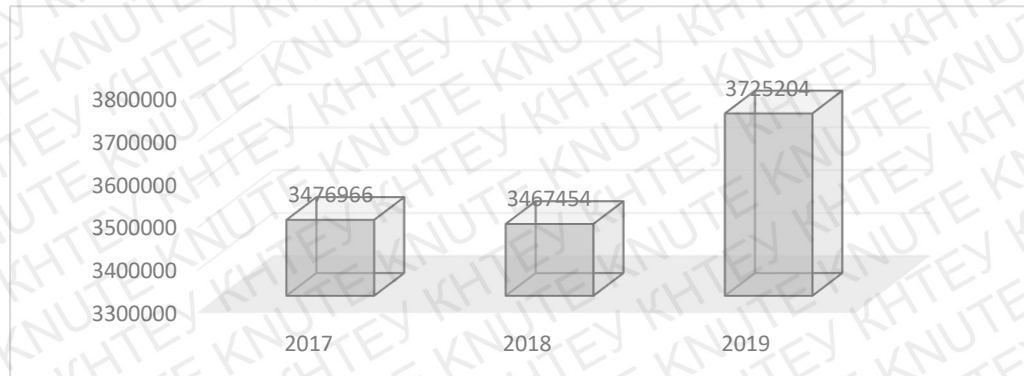


Рис. 1.2. Виробництво м'яких меблів у 2017-2019 роках (у натуральному вираженні)

Розроблено автором на основі [10].

Аналізуючи дані гістограми, можемо побачити, що кількість виготовленої продукції у 2019 році зросла на 7% відносно 2017 року. Відмічається зовсім незначний спад (на 0,3%) в період між 2017 і 2018 роками.

Основними чинниками, що підвищують конкурентоспроможність меблевого виробництва на сьогодні є: автоматизація виробництва, удосконалення управління ресурсами та капіталом, впорядкування логістичних ланцюгів, повна переорієнтація на систему задоволення потреб клієнта (покращення якості та зменшення часу доставки) [12].

Вітчизняної продукції на ринку набагато більше, ніж закордонної, а експорт у нашій державі значно переважає імпорт. Це пов'язано з тим, що, об'єктивно, ціна на вітчизняні меблі є нижчою за імпортні аналоги, тому українська виробнича пропозиція цілком задовольняє український попит, адже купівельна спроможність досі лишається низькою.

М'які меблі завозяться з Китаю, Польщі, Італії, Німеччини, Туреччини, Данії та інших країн. Країни-лідери серед імпорту станом на 2019 рік – Китай,

Данія та Польща (рис. 1.3). Імпортують в основному ті меблі, які в Україні ще ніхто не робить [14].



Рис. 1.3. Структура імпорту м'яких меблів за країнами у 2019 році, %

Розроблено автором на основі [13].

Основні імпортери м'яких меблів в Україні : ТОВ «Епіцентр К», ТОВ «ЮСК Україна», АТ «Новий стиль», ТЗОВ «АРТ-ПРОМ». [15].

Чимало продукції меблевого сегменту Україна експортує. Підписання Угоди про асоціацію з ЄС сприяло виходу підприємств на європейський ринок. Тому вітчизняні меблі набувають популярності серед іноземних компаній, а від цього конкуренція тільки зростатиме. Основними країнами-призначення є Польща, Німеччина, Данія, Білорусь, Румунія, Австрія, Бельгія та інші. Країни-лідери серед експорту станом на 2019 рік – Польща, Німеччина та Данія (рис. 1.4). Основні експортери м'яких меблів в Україні: ТЗОВ «Морган Феніче», АТ «Новий Стиль», ДП «Амбієнте Ферніче Україна», ТЗОВ «Райтекс», ТОВ «ТКМ-ПЛЮС» [15].

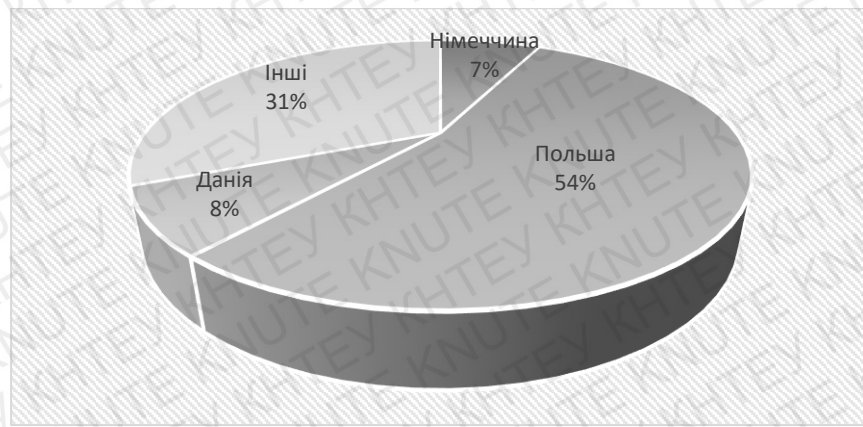


Рис. 1.4. Структура експорту м'яких меблів за країнами у 2019 році, %
Розроблено автором на основі [13].

Виробництво м'яких меблів це одна з тих галузей промисловості, де експорт завжди переважає імпорту. Проте як обсяги імпорту, так і експорту за останні п'ять років мають тенденцію до зростання. (рис. 1.5). Це пояснюється розширенням асортименту та удосконаленням наявної продукції відповідно до попиту як у зарубіжних так і у вітчизняних виробників. Одна з причин яка вплинула на стан експорту – складна економічна ситуація в державі, що підштовхнуло виробників змінити географію держав-імпортерів українських меблів і збільшити потік експорту до держав ЄС [16].

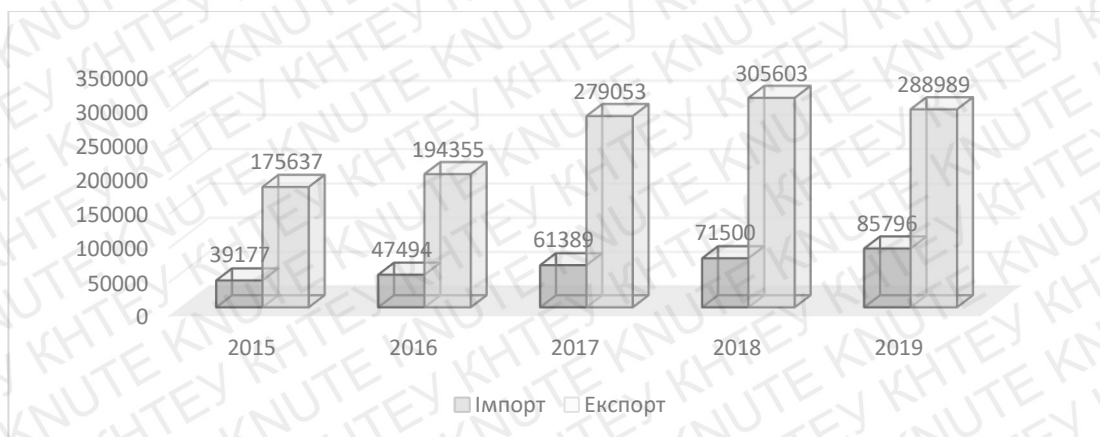


Рис. 1.5. Обсяги імпорту та експорту м'яких меблів,
за 2015 - 2019 роки, тис. дол. США

Розроблено автором на основі [10].

Відповідно даних рис. 1.6, у період з 2015 року по 2019 рік об'єм імпорту зріс на 54%, а експорту на 39%, це свідчить про позитивні зміни у структурі імпорту та експорту м'яких меблів. А в 2019 році обсяги експорту втричі більші за обсяги імпорту.

М'які меблі реалізуються в спеціальних меблевих салонах, магазинах, мультибрендових гіпермаркетах меблів. Найбільш активно зростаючий канал продажу на сьогодні – це онлайн-магазини. Тому практично всі виробники м'яких меблів стараються залучити цей канал збуту, зважаючи на те, що українці дедалі частіше купують товари в Інтернеті.

На основі проведеного аналізу можна засвідчити наявність наступних тенденцій розвитку ринку м'яких меблів:

- розробка нових дизайнерських рішень м'яких меблів. Споживачі втомились від однотипних диванів серійного виробництва, тому необхідно залучати спеціалістів, які знають, як зацікавити нових клієнтів;
- зростання продажів в сегменті розкішних меблів. Ринок розкішних товарів набирає обертів, меблева ніша – не виняток, сучасний покупець готовий переплачувати за унікальність та комфорт [17].
- розвиток онлайн-продажів. Обсяги інтернет-торгівлі з кожним днем лише збільшуються, тому важливо підхопити цю тенденцію, щоб не прогавити потенційного клієнта;
- зростання сегменту меблів з екологічно чистих матеріалів. ХХІ століття – час ощадливого виробництва та усвідомленого споживання. Екологічність та безпечність – це чи не найважливіша тенденція для будь-якої виробничої сфери. [18].
- розробка сегменту м'яких меблів для домашнього офісу. в умовах пандемії набуває популярності дистанційна робота та фріланс, тому виробникам варто звернути увагу на цю можливість;
- популярність багатофункціональних комплексних меблів. Все більше з'являється варіантів малогабаритного житла на одну-дві особи, де

квадратні метри не дозволяють використовувати багато меблів, тому головну роль відіграє саме функціональність.

Проте, незважаючи на значну кількість тенденцій, ринок м'яких меблів має певні труднощі. Основні стримуючі фактори розвитку виробництва меблів в Україні:

- підвищення вартості на сировину і комплектуючі [19]. Ціни на сировину та комплектуючі для виробництва м'яких меблів зростають – тому доводиться підвищувати ціну і на товари. Та не завжди зростання доходів громадян випереджає інфляцію, відповідно, пересічному споживачеві стає все складніше дозволити собі частіше купувати речі не першої необхідності, саме через це зростає частка нереалізованої продукції;
- нестача кваліфікованих кадрів. Для такої галузі в Україні не типовим явищем є навчання колективу, а вже досвідчених працівників лишається все менше, тому що кваліфіковані працівники подібних галузей все частіше виїжджають працювати закордон;
- додаткові витрати у вигляді витрат на зберігання і логістику. Більшість представлених на вітчизняному ринку виробників м'яких меблів тільки починають запроваджувати основні логістичні принципи, зазнаючи значних фінансових витрат. Проте підприємці, які це вчасно зрозуміли і витратили частину своїх коштів на зберігання та ефективну логістику – з часом займатимуть або вже займають лідируючі позиції, а ті, хто працює за старими правилами гри – втрачатимуть потенційних клієнтів;
- нелояльна податкова політика держави. Нестабільність податкового законодавства, надмірний податковий тиск на платників податків та нерівномірність податкового тягаря негативно впливають на будь-яку підприємницьку діяльність в цілому.
- відсутність інвестицій. Через нестабільний економічний стан, високий рівень корупції, нестабільний валютний курс та ряд інших причин, зарубіжні капіталовкладники остерігаються інвестувати в український бізнес [18].

- вплив пандемії COVID-19. Постійні карантинні обмеження, відсутність підтримки підприємців з боку держави в період пандемії, високий рівень захворюваності та безробіття вплинули на те, що значна частка виробників збанкрутували і були змушені припинити свою діяльність, а звичайний споживач не міг дозволити собі купувати м'які меблі.

Проведений аналіз ринку засвідчив, що ринок м'яких меблів постійно розвивається, обсяги виробництва зростають (приріст на 7% в період з 2017 по 2019 рр.), не дивлячись на стримуючі фактори. У структурі імпорту та експорту переважає експорт, при цьому їх показники також зростають (за останні 5 років об'єм імпорту зріс на 54%, а експорту на 39%). Торгівля з європейськими країнами набирає обертів: Українські меблі все частіше замовляє Польща, Данія, Німеччина, Австрія. Ринок м'яких меблів має достатньо тенденцій до зростання, застосовуючи нові підходи у виробництві та розробці нових моделей з врахуванням всіх вимог попиту, особливо цінових факторів, а також сприяючи розвитку торгівлі через Інтернет.

1.2. Чинники формування якості та збереження споживних властивостей м'яких меблів

Виробництво м'яких меблів – це складний технологічний процес, який вимагає контролю на усіх етапах від вибору сировини до умов зберігання готової продукції. Фактори формування якості: вихідна сировина і матеріали, конструкція виробу, технологічний процес виготовлення, умови зберігання, пакування, транспортування.

У залежності від функціонального призначення вихідну сировину та матеріали для виготовлення м'яких меблів поділяють на конструкційні, м'які та пружинні елементи, оббивочні, оздоблювальні, клеючі, фурнітуру, кріпильні вироби тощо [20].

Під час активної експлуатації дивана на каркас йде істотне навантаження, тому вкрай важливо, щоб він був міцним та довговічним. Конструкційні матеріали можуть бути дерев'яні або металеві.

До дерев'яних належать : дерев'яні каркаси різних порід дерев, деревостружкові (ДСП) та дерево-волокнисті плити (ДВП). Ці матеріали досить зручні у виробництві, надійні та нешкідливі. Металеві конструкційні матеріали – це труби та прутки. Меблі із застосуванням таких каркасів міцні та мають довгий термін використання, але вони масивні, не стійкі до корозії, мають невисокі естетичні властивості [21].

Якість м'яких меблів безпосередньо залежить від того, наскільки вони м'які, щільні та пружні. На ці характеристики найголовнішим чином впливає вид наповнювача або пружинні елементи. До останніх належать металеві пружини або пружинні блоки.

Наповнювачі ж мають більшу диференціацію. Найчастіше виробники використовують такі види наповнювача: поролон, синтепон, синтепук, войлок, холовайбер, пінополіуретан, полістирольні кульки [22].

Оббивочні матеріали – це текстильні матеріали, які застосовують для оббивки сидінь, матраців, спинок тощо. Вибір відповідної тканини є однією з найскладніших робіт для виробника оббивки через її специфікацію. [23].

Саме від вибору тканини залежить наскільки готовий виріб мати гарний зовнішній вигляд, відповідати естетичним вимогам, бути зручним в експлуатації та легким у догляді.

Тканини для м'яких меблів поділяються на 8 категорій [24]:

- 1) 0 категорія (полегшені тканини: бавовна, терможаккард, скотчгард);
- 2) 1 категорія (більш щільні тканини: замша, вельвет);
- 3) 2 категорія (щільні шенніл-жаккарди);
- 4) 3 категорія (тканини зі складною фактурною: шенніл, гобелени);
- 5) 4 категорія (важкі типи замші, гобелени, шенніл);
- 6) 5 категорія (найщільніші шенніл-жаккарди з натуральних волокон);
- 7) 6 категорія (штучна шкіра);
- 8) 7 категорія (натуральна шкіра);

Цільове призначення та вимоги споживача й обумовлюють вибір тканини. Якщо, наприклад, необхідно спроектувати диван у кухню – треба відштовхуватись від того, що тканина має бути вологостійкою та легкою в прибиранні, адже кухня – це місце, де відбувається процес приготування та приймання їжі, тому є ризик часто забруднювати матеріал оббивки. Якщо ж йдеться мова про м'які меблі для громадських приміщень – необхідно застосовувати якомога міцніші текстильні матеріали.

Оздоблювальні матеріали необхідні для вдосконалення зовнішнього вигляду м'яких меблів. Це можуть бути різноманітні гудзики, стрічки, накладки, тасьма. Завдяки цим елементам можна удосконалити декорування готового виробу та його деталей, надавши більш привабливий дизайн.

Важливу роль відіграють також клейові матеріали: клеї з різним складом та походженням. У м'яких меблях та оббивці меблів клеї використовують для з'єднання окремих деталей та елементів із застосуванням різноманітного обладнання, при складальних і інших роботах, тому асортимент цих матеріалів дуже великий. Меблевий клей повинен мати ряд характеристик, щоб підтримувати якість готової продукції. До них належать: еластичність, екологічність, хімічна стійкість, довговічність, прозорість та відсутність пожовтіння з часом [25;26].

Фурнітура та кріпильні вироби з'єднують елементи меблів та іноді відіграють декоративну роль. До них належать: меблеві замки, ручки, скло для елементів виробу, цвяхи, скоби тощо [20]. Від їхньої якості залежить наскільки міцно буде триматися підсумкова конструкція, наскільки виріб буде цілісним та комфортним у використанні.

Наступним важливим чинником формування якості та збереження споживних властивостей м'яких меблів є конструкція виробу.

Конструкція готового продукту має забезпечити його придатність протягом визначеного виробником терміну експлуатації. Конструктивні показники визначають доцільність конструкції виробу, раціональний вибір матеріалів, призначення розмірів елементів відповідно до навантажень на них

і умов експлуатації.. Зразкова конструкція характеризується досконалістю форми та простотою компонування, забезпечує зручність і мінімілізує затрати часу та праці у процесі збирання виробу та його ремонту [25].

Технологічний процес виготовлення м'яких меблів - це складний процес, що складається з кількох етапів, які включають: підготовку сировини, розкрій, механічну обробку заготовок, з'єднання деталей, оббивку, обробку та складання готового виробу, пакування.

Організація технологічного процесу, специфіка та обсяг товарів, що випускаються є тим, що відрізняє технологічний процес виробництва меблів. Це пов'язано з пошуком необхідних конструктивних особливостей виробів та експлуатаційно-технічних параметрів, які необхідні під час застосування у виробничому процесі певних технологічних засобів, технологічного оснащення, інструментів тощо. Нехтування організацією технологічного процесу та його контролю призведе до втрати властивостей готового виробу та ставить під сумнів всі інші фактори формування якості [26,27].

Заключним етапом у формуванні якості м'яких меблів є умови їх зберігання, пакування, транспортування. Готовий товар може мати ідеальні характеристики, відповідати всім вимогам споживача та пунктам технічних регламентів, проте істотне порушення правил його пакування, збереження, перевезення обов'язково призведуть до погіршення якості товару, що поступає в реалізацію. Це стосується не лише самого виробу, а і його деталей, фурнітури та допоміжних елементів.

Усі супутні одиниці мають бути упаковані окремо від товару (в коробку чи пакет) та відповідно підписані. Корпусні великі елементи м'яких меблів необхідно доставляти у розібраному вигляді, обмотані спеціальною плівкою та скотчем. Пакування має максимально забезпечити захист меблів від забруднення та пошкодження. Перевезення меблевих виробів має відбуватися лише критим транспортом, призначеним для вантажоперевезень. Умови зберігання мають відповідати конкретним умовам, які не вплинуть на якість елементів виробу, та готового товару в цілому (температура повітря не нижче

+2 °C та вологості повітря від 45 % до 70 %, відстань від опалювальних приладів не менше ніж 1 м, захист від потрапляння прямих сонячних променів) [28].

Підготовчі роботи та ретельний підхід до цих факторів допоможуть надалі уникнути пошкодження меблів, нанесення подряпин і тріщин, втрати окремих дрібних елементів, покращать зручність доставки та збережуть споживні властивості м'яких меблів.

Чинники, що впливають на якість та збереження споживних властивостей м'яких меблів відіграють важливу роль у формуванні готового виробу. Адже для виробництва меблів використовуються різні матеріали, комплектуючі деталі, а також складна технологія виготовлення, які в значній мірі формують споживчі властивості готової продукції. За умови дотримання всіх вимог до відповідних факторів можна отримати дійсно якісний товар, який задовільнить вимоги навіть найвибагливішого споживача.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ М'ЯКИХ МЕБЛІВ, ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження

Позиціонування будь-якого товару на ринку уособлює його конкурентоспроможність, а сама позиція відповідає запиту споживача щодо уявлення бажаних характеристик. Це один із найефективніших методів конкурентної боротьби на споживчих ринках. Основною метою позиціонування є вироблення прихильності споживачів до товарів виробника завдяки їхнім позитивним відмінностям від інших товарів, що представлені на ринку та зрештою за рахунок якісних позицій сформувати позитивний імідж бренду [29;30]. Тому одне з найголовніших завдань виробника –підвищення якості, яке можна виконати шляхом покращення споживних властивостей. Проте для того, щоб правильно спланувати, контролювати та стимулювати цей процес, необхідно проаналізувати сукупність споживних властивостей притаманних даному виду виробу. Ця інформація повинна найбільш повно інформувати про якість і бути виражена кількісно для зручності користування нею. Для цього існує багато методів кількісної оцінки якості. Серед таких методів важливе місце займає метод експертних оцінок.

Метод експертних оцінок — це науковий метод, який дозволяє отримати об'єктивну оцінку щодо конкретного виробу на основі певної сукупності індивідуальних думок експертів. Його застосовують у тому випадку, коли важко побудувати інші моделі, що виражають кількісну залежність між ознаками [30].

Експерт у даному випадку виступає спеціалістом, якому довірена можливість висловити свою суб'єктивну думку з приводу конкретних характеристик меблевого виробу [31].

Слід зазначити, що в дослідженні експертами (практичними спеціалістами), було визначено осіб, у яких є великий досвід у сфері меблевого виробництва.

Для аналізу було обрано 5 зразків диванів різних виробників, що реалізуються на території України, саме:

- зразок 1 – диван «Фьюжн», виробник ТОВ «НСТ Альянс» (Україна);
- зразок 2 – диван «Рест», виробник ПП «Модерн» (Україна);
- зразок 3 – диван «Bonito Carrusino», виробник фабрика «DeltaSalotti» (Італія);
- зразок 4 – диван «Челсі», виробник ТОВ «Матролюкс» (Україна);
- зразок 5 – диван «Дипломат», виробник ТОВ «Диванофф» (Україна).

Ці моделі наведено в Додатку Б.

З метою систематизації послідовності етапів дослідження було розроблено план проведення досліджень (рис. 2.1). Робота проводилася в 4 основні етапи:

- 1 етап – аналіз маркування зразків диванів;
- 2 етап - визначення основних показників їх споживних властивостей для оцінки рівня якості диванів та визначення вагомості вибраних показників для оцінки рівня якості шляхом їх ранжування експертною групою та рівня узгодженості думок експертів;
- 3 етап – виставлення експертами оцінок показникам якості диванів та розрахунок рівня якості кожного дивану окремо.
- 4 етап – надання рекомендацій щодо покращення споживних властивостей м'яких меблів.

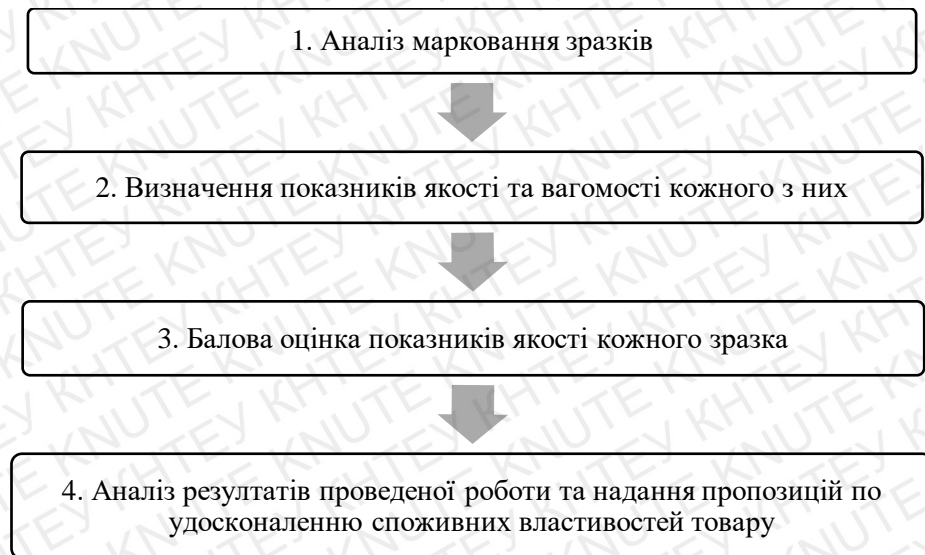


Рис.2.1.Схема проведення товарознавчої експертизи диванів

Оцінка маркування проводилась на відповідність Закону України «Про захист прав споживачів» [32] та ДСТУ ГОСТ 16371:2016 «Меблі. Загальні технічні умови» [33].

Найпопулярніший вид м'яких меблів з огляду на його функціональність – це диван. Будь-які меблеві вироби, у тому числі й дивани мають значний ряд якісних характеристик, тому для оцінки рівня якості диванів було визначено 10 показників їх споживних властивостей диванів, які необхідно враховувати експертам під час оцінки виробів (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Показники споживних властивостей диванів

Номер властивості	Назва властивості	Одиниця вимірювання
X1	Розмір спального місця	балова оцінка
X2	Раціональність форми	балова оцінка
X3	Зручність користування	балова оцінка
X4	Механізм трансформації	балова оцінка
X5	Цілісність композиції	балова оцінка
X6	М'якість	балова оцінка
X7	Кольорова гама	балова оцінка
X8	Матеріал оббивки	балова оцінка
X9	Матеріал наповнення	балова оцінка
X10	Матеріал корпусу	балова оцінка

Для визначення вагомості вибраних показників для оцінки рівня якості шляхом їх ранжування експертною групою необхідно скористатися наступними формулами:

$$S_{\text{ср}} = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{n} \quad (2.1)$$

Де: $S_{\text{ср}}$ = середня величина сумарних рангів;

$\sum_{i=1}^n S_i$ – сума сумарних рангів;

n – кількість оцінювальних показників.

Коефіцієнт вагомості показників, який розраховується за такою формулою:

$$a_i = \frac{S_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \quad (2.2)$$

Де: a_i = коефіцієнт вагомості показників;

S_i = сумарний ранг показника;

$\sum_{i=1}^n S_i$ = сума сумарних рангів.

Сума розрахованих коефіцієнтів вагомості повинна дорівнювати одиниці, тобто: $\sum_{i=1}^n a_i = 1$.

Коефіцієнт узгодженості думок експертів. Чим ближче цей показник до одиниці, тим більш узгоджені думки експертів ($W_g \rightarrow 1$), :

$$W_g = \frac{\sum_{i=1}^n (d_i)^2}{1/12 m^2 (n^3 - n)} \quad (2.3)$$

Де: W_g = коефіцієнт узгодженості думок експертів;

$\sum_{i=1}^n (d_i)^2$ = сума квадратів відхилення від середньої величини сумарних рангів;

m^2 = кількість експертів, піднесена до квадрату;

n^3 - кількість експертів, піднесена до кубу.

n – кількість експертів.

Рівень якості вибраних моделей диванів за формулою:

$$P_{\text{я}} = \sum_{i=1}^n a_i * g_i \quad (2.4)$$

Де : $P_{\text{я}}$ – рівень якості;

$\sum_{i=1}^n a_i$ – коефіцієнт вагомості i -того показника;
 g_i – відносний показник якості, який розраховується за формулою (формулу обираємо ту, при якій збільшення відносного показника відповідає підвищенню якості товару):

$$g_i = \frac{P_{\text{досл}}}{P_{\text{баз}}} \quad (2.5)$$

Де: $P_{\text{досл}}$ – значення параметру досліджуваного показника;
 $P_{\text{баз}}$ – значення параметру базового показника;

Під час оцінки показників бали виставлялись наступним чином:

X1 – розмір спального місця: до уваги бралось оптимальне співвідношення довжини та широти спального місця для нормального відпочинку людини. Найоптимальніше значення отримувало максимальний бал від експерта;

X2 – раціональність форми : наскільки функціонально-конструктивна пристосованість відповідає формам дивану;

X3 – зручність користування : чим комфортніше відчували себе експерти у досліджуваних зразках – тим вищі були бали;

X4 – механізм трансформації : найзручніший механізм трансформації для диванів – євро-книжка (максимальна кількість балів) інші механізми трансформації менш зручні, тому їм ставилась нижча оцінка (4 бали);

X5 – цілісність композиції : чим більш гармонійно виглядав диван разом з усіма своїми частинами та чим більш єдиними були її елементи – тим бал був вищий. Найбільш цілісні зразки отримали 5 балів.

X6 – м'якість : залежить від товщини використаного наповнювача. 5 балів отримали зразки з достатньою товщиною наповнення, 4 бали – з меншою.

X7 – кольорова гама : найбільш доречні кольорові рішення отримували 5 балів, якщо виникали сумніви у актуальності та доцільності підібраних кольорів – бал знижувався;

X8 – матеріал оббивки : тканини 4-ї категорії отримали 5 балів, 3-ї категорії – 4 бали.

X9; X10– матеріал наповнення; матеріал корпусу : у всіх зразках в якості матеріалу наповнення використовувались високоякісні види поролону, синтепону та синтепуху, а матеріал корпусу – дерев'яний (вільха або сосна хорошої якості) – тому за цими показниками всі моделі диванів отримали максимальну оцінку.

Виставлення балів показникам споживних властивостей відбувалось відповідно до вимог та ДСТУ ГОСТ 16371:2016 «Меблі. Загальні технічні умови» [33] та ДСТУ EN 12520:2018 «Меблі. Міцність, довговічність та безпека. Вимоги до меблів для сидіння побутової призначеності» [34]

2.2. Споживча оцінка асортименту м'яких меблів

Асортимент – це певна група товарів, що пов'язані один з одним через схожість функціонально-корисних властивостей, особливостей виготовлення, реалізації та споживання, оптимальне співвідношення яких забезпечує відповідність пропозиції структури поточного й перспективного попиту [35].

Асортимент будь-якого торговельного підприємства формується та оптимізується з урахуванням закономірностей попиту споживачів та пропозиції постачальників, відповідністю сировини, технологічних можливостей підприємства, асортименту конкуруючих підприємств, прибутковості виробництва. Управляючи асортиментом, крім досягнення

відповідності асортименту цілям і ресурсам бізнесу, необхідно забезпечити його відповідність умовам зовнішнього середовища (ринку) [36].

До асортименту м'яких меблів в основному відносять лише дивани та ліжка, проте це помилкова думка, адже асортимент меблевих виробів постійно зростає та оновлюється. Зараз найпоширенішими видами м'яких меблів є: дивани, ліжка, крісла, крісло-ліжка, банкетки, пуфи, стільці (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2

Основні різновиди м'яких меблів

Вид	Зовнішній вигляд	Визначення [37]
Диван		Комфортабельний меблевий виріб для сидіння та лежання кількох людей, з м'якою спинкою, а також з підлокітниками або без них, може мати розкладний механізм.
Ліжка		Комфортабельний меблевий виріб для сидіння та лежання, призначений для відпочинку і сну людини в положенні лежачи, конструкція якого включає каркас ліжка та матрац та може доповнюватись конструкційними деталями.
Крісло		Комфортабельний меблевий виріб для сидіння однієї людини, з м'якою спинкою, з підлокітниками або без підлокітників.

Продовження таблиці 2.2

Крісло-ліжко		Крісло, що має розкладний механізм та трансформується у спальне місце.
Банкетка		Лава для сидіння однієї і більше осіб, без спинки, з оббитих м'яким сидінням, встановленим на чотирьох, шести і більше ніжках, що має низькі підлокітники, або без них.
Пуф		Круглий, квадратний або багатокутний каркасний чи безкаркасний меблевий виріб для розміщення сидячи однієї людини, у вигляді чохла з еластичним наповнювачем.

За характером виробництва меблі ділиться на три підгрупи виробів:

- 1) експериментальні вироби (нові зразки розроблених виробів, що виробляють з метою дослідження відповідності споживчим та виробничим вимогам);
- 2) серійні вироби (випускаються партіями, виробництво відбувається на принципі повторення);
- 3) масові вироби (виготовляються у значній кількості, безперервно протягом тривалого часу та не зазнають глобальних змін) [38].

Зважаючи на фактичні потреби ринку, значна увага приділяється оптимізації асортименту меблів. Цьому сприяє оновлення технологій,

обладнання, матеріалів та вплив провідних дизайнерських тенденцій. Випуск товарів сучасних дизайнів та стилів з покращеними споживними властивостями дозволяє оновлювати м'які меблі кожні 5 років.

У сучасних умовах при формуванні асортименту більша увага приділяється вимогам споживача. Виготовляється значна кількість малогабаритних м'яких меблів, універсально-збірних, вбудованих, що особливо важливо для обстановки приміщень невеликої площі [25;38].

Пандемія Covid-19 також вплинула на меблевий асортимент. Оскільки люди частіше лишаються та працюють дома, а отже, проводять більше часу з меблями у себе в оселях, їм необхідні меблі підвищеного комфорту та зносостійкості. Тому виробники активно впроваджують нові ідеї для того, щоб покращити перебування людей удома за рахунок м'яких меблів та їх різновидів.

Меблева промисловість почала надавати особливу увагу художнім меблям. Адже смаки та вимоги покупців змінюються та прогресують щодня. Поряд зі звичайними виробами, виробляються меблі підвищеної естетичності, із застосуванням різноманітних дизайнерських рішень та елементів художнього декорування. [39]

Тенденції при розробці нових моделей :

- зменшення терміну експлуатації меблевих виробів за рахунок частішої зміни поведінки споживачів під впливом дизайнерських тенденцій та моди;
- активне залучення дизайнерів до процесу створення м'яких меблів та формування власних трендів;
- завдяки ретельній увазі до екологічного підходу у виробництві меблів впроваджуються нові технології та більш безпечні та екологічні матеріали у виробництві;
- увага до зносостійкості та функціональності м'яких меблів також набирає обертів, виробники намагаються виготовляти меблі, які будуть стійкими до механічних подряпин та пошкоджень;

- потреба населення у «розумних» меблях: приховані відділи для зберігання, роз'єми у м'яких меблях тощо.

Асортимент м'яких меблів налічує значну кількість видів виробів, має тенденцію до урізноманітнення та оптимізації відповідно до виробничих та споживчих змін на ринку, виробники використовують нові підходи до створення меблів, що в свою чергу, забезпечує ринкову перевагу виробникам у конкурентному середовищі меблевого ринку.

2.3. Оцінка якості та позиціонування м'яких меблів

Маркування меблевих виробів повинно забезпечувати надання споживачу необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товар. Визначення відповідності маркування проведено відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів» [32] та ДСТУ ГОСТ 16371:2016 «Меблі. Загальні технічні умови» [33].

Результати аналізу маркування дослідних зразків диванів наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Результати аналізу маркування зразків м'яких меблів

Вимоги до маркування	1.«Фьюжн»	2.«Рест»	3.«Bonito Carruccino»	4.«Челсі»	5.«Дипломат»	Відповідність вимогам
Повна назва товару	Диван	Диван	Диван	Диван	Диван	Усі зразки відповідають
Найменування країни-виробника	Україна	Україна	Італія	Україна	Україна	Усі зразки відповідають
Найменування фірми-виробника	ТОВ «НСТ Альянс»	ПП «Модерн»	Фабрика «DeltaSalotti»	ТОВ «Метролюкс»	ТОВ «Диванофф»	Усі зразки відповідають
Дата випуску, термін експлуатації	16.02.21, 5 років	Липень 2021 року, 4 роки	Вересень 2020 5 років	29.08.2019, 7 років	12.05. 2021	Усі зразки відповідають, крім 5
Габаритні розміри та маса виробу	220 x 112 x 75 см, 75 кг	220 x 120 x 78 см, 83	210 x 115 x 75 см 79кг	230 x 125 x 85 см 84 кг	220 x 115 x 75 см 89	Усі зразки відповідають

Продовження таблиці 2.3

Умови зберігання і реалізації	Зберігати меблі в сухому місці, берегти від потрапляння прямих сонячних променів. Температура зберігання не нижче +20С, відносна вологість повітря від 45 до 70 %	Температура зберігання: від 20-28С, відносна вологість повітря : від 40 до 70%	-	Приміщення для зберігання меблів повинно бути сухим, обладнане вентиляцією та захищене від впливу сонячного світла. Температура - +20 до28С, відносна вологість - від 45 до 70	-	Відповідають зразки під №1,2,4. Не відповідають: 3,5.
Штрих-код	Наявний	Наявний	Наявний	Наявний	Наявний	Усі зразки відповідають
Гарантійний термін	18 місяців	12 місяців	12 місяців	24 місяці	12 місяців	Усі зразки відповідають
Юридична адреса виробника	Україна, м. Біла Церква, вул. Глиняна, 476	Україна, м. Біла Церква, вул. Тарашанська, 197	Via Lazio, 7 Santeramo In Colle BA, Italy	Україна, м.Дніпро, вул. Шевченка, 10, офіс 402	Україна, м.Київ, вул. Гната Хоткевича, 27а	Усі зразки відповідають

Проаналізувавши маркування аналогів диванів можна зробити висновок про повну відповідність вимогам щодо правил маркування меблевих товарів таких виробників: ТОВ «НСТ Альянс», ПП «Модерн» та ТОВ «Метролюкс». Фабрика «DeltaSalotti» не вказала інформації щодо умов зберігання та реалізації, а ТОВ «Диванофф» не вказали даних щодо терміну експлуатації та умов зберігання та реалізації.

Результати оцінки вагомості вибраних показників для оцінки рівня якості шляхом їх ранжування експертною групою наведена в таблиці 2.4

Таблиця 2.4

Вагомість вибраних показників

Експерти	Оцінювальні показники									
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
1	9	8	10	4	7	3	5	6	2	1
2	10	8	9	4	6	3	5	7	1	2
3	8	9	10	6	5	3	4	7	2	1
4	9	8	10	2	7	5	4	6	3	1
S	36	33	39	16	25	14	18	26	8	5
d	14	11	17	-6	3	-8	-4	4	-14	-17
d ²	196	121	289	36	9	64	16	16	196	289
a _i	0,164	0,150	0,177	0,073	0,113	0,064	0,082	0,118	0,036	0,023

Розраховуємо середню величину сумарних рангів

$$S_{\text{сер}} = \frac{36+33+39+16+25+14+18+26+8+5}{10} = \frac{220}{10} = 22;$$

Розраховуємо відхилення від середньої величини сумарних рангів кожного показника:

$$dX1 = 36 - 22 = 14;$$

$$dX6 = 14 - 22 = -8;$$

$$dX2 = 33 - 22 = 11;$$

$$dX7 = 18 - 22 = -4;$$

$$dX3 = 39 - 22 = 17;$$

$$dX8 = 26 - 22 = 4;$$

$$dX4 = 16 - 22 = -6;$$

$$dX9 = 8 - 22 = -14;$$

$$dX5 = 25 - 22 = 3;$$

$$dX10 = 5 - 22 = -1.$$

Розраховуємо коефіцієнти вагомості заданих показників:

$$a_{i(x1)} = 36/220 = 0,164;$$

$$a_{i(x5)} = 25/220 = 0,113;$$

$$a_{i(x2)} = 33/220 = 0,150;$$

$$a_{i(x6)} = 14/220 = 0,064;$$

$$a_{i(x3)} = 39/220 = 0,177;$$

$$a_{i(x7)} = 18/220 = 0,082;$$

$$a_{i(x4)} = 16/220 = 0,073;$$

$$a_{i(x8)} = 26/220 = 0,118;$$

$$a_{i(x9)} = 8/220 = 0,036;$$

$$a_{i(x10)} = 5/220 = 0,023.$$

Сума розрахованих коефіцієнтів вагомості :

$$\sum_{i=1}^n a_i = 0,164+0,150+0,177+0,073+ 0,113+0,064+0,082+0,118+0,036+0,023 =$$

1.

Розраховуємо коефіцієнт узгодженості думок експертів :

$$W_g = \frac{\sum_{i=1}^n (d_i^2)}{1/12 m^2 (n^3 - n)} = \frac{196+121+289+36+9+64+16+16+196+289}{\frac{1}{12} 16 (1000-10)} = \frac{1232}{1320} = 0,933;$$

За результатами розрахунків показники, які характеризують якість товару у порядку спадання їх значущості можна поставити в ряд:

X3 – X1– X2 – X8 – X5 – X7 – X4 – X6 – X9 – X10.

Найбільш вагомими є показники Х3 (зручність користування), Х1 (розмір спального місця), Х2 (раціональність форми), Х8 (матеріал оббивки).

Оскільки $W_g = 0,933$ ($W_g \rightarrow 1$), то результати експертного ранжування можна вважати достатньо об'єктивними і достовірними, а думки експертів узгодженими.

Оцінка експертами показників якості зразків м'яких меблів відображена у Додатку В.

Отримані результати щодо балової оцінки узагальнено та викладено відповідно до вагомості показників у порядку зростання у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Порівняльна характеристика моделей диванів різних виробників

Показники в порядку зростання вагомості	Модель дивану, виробник				
	«Фьюжн», ТОВ «НСТ Альянс» (Україна)	«Рест», ПП «Модерн» (Україна)	«Bonito Сарруссіно», фабрика «DeltaSalotti» (Італія)	«Челсі», ТОВ «Матролюкс» (Україна)	«Дипломат», ТОВ «Диванофф» (Україна)
Х3 – Зручність користування	4,75	4,75	4,75	4,75	4,75
Х1 – Розмір спального місця	4,75	4,25	5	5	5
Х2 – Раціональність форми	5	4,25	4,75	5	4,5
Х8 – Матеріал оббивки	4,75	5	4,75	5	5
Х5 – Цілісність композиції	4,75	5	4,75	4,25	3,5
Х7 – Кольорова гама	5	3,5	4,5	5	4
Х4 – Механізм трансформації	5	4	4	5	4
Х6 – М'якість	5	4	5	4	5
Х9 – Матеріал наповнення	5	5	5	5	5
Х10 – Матеріал корпусу	5	5	5	5	5

Проаналізувавши дані таблиць, диван «Фьюжн» українського виробника ТОВ «НСТ Альянс» можна вважати базовим зразком, тому що дана модель має найкращу сукупність базових показників, що характеризують оптимальний рівень якості продукції.

Розрахунки рівня якості наведених вище показників вибраних моделей диванів наведено в таблицях 2.6– 2.9.

Таблиця 2.6

Розрахунок рівня якості дивану «Рест»

Показник	Абсолютне значення показника		Відносний показник (g_i)	Коефіцієнт вагомості показника(a_i)	$g_i \cdot a_i$
	досліджуваного товару ($P_{досл.}$)	базового зразка ($P_{баз.}$)			
X1	4,25	4,75	0,895	0,164	0,147
X2	4,25	5	0,85	0,150	0,128
X3	4,75	4,75	1	0,177	0,177
X4	4	5	0,8	0,073	0,058
X5	5	4,75	1,053	0,113	0,112
X6	4	5	0,8	0,064	0,051
X7	3,5	5	0,7	0,082	0,057
X8	5	4,75	1,053	0,118	0,124
X9	5	5	1	0,036	0,036
X10	5	5	1	0,023	0,023
Сума	-	-	-	1	0,913

Таблиця 2.7

Розрахунок рівня якості дивану «Bonito Carrussino»

Показник	Абсолютне значення показника		Відносний показник (g_i)	Коефіцієнт вагомості показника(a_i)	$g_i \cdot a_i$
	досліджуваного товару ($P_{досл.}$)	базового зразка ($P_{баз.}$)			
X1	5	4,75	1,053	0,164	0,173
X2	4,75	5	0,95	0,150	0,143
X3	4,75	4,75	1	0,177	0,177
X4	4	5	0,8	0,073	0,058
X5	4,75	4,75	1	0,113	0,113
X6	5	5	1	0,064	0,064
X7	4,5	5	0,9	0,082	0,074
X8	5	5	1	0,118	0,118
X9	5	5	1	0,036	0,036
X10	5	5	1	0,023	0,023
Сума	-	-	-	1	0,979

Таблиця 2.8

Розрахунок рівня якості дивану «Челсі»

Показник	Абсолютне значення показника		Відносний показник (g_i)	Коефіцієнт вагомості показника(a_i)	$g_i \cdot a_i$
	досліджуваного товару ($P_{досл.}$)	базового зразка ($P_{баз.}$)			
X1	5	4,75	1,053	0,164	0,173
X2	5	5	1	0,150	0,150
X3	4,75	4,75	1	0,177	0,177
X4	5	5	1	0,073	0,073
X5	4,25	4,75	0,895	0,113	0,101
X6	4	5	0,8	0,064	0,051
X7	5	5	1	0,082	0,082
X8	5	5	1	0,118	0,118
X9	5	5	1	0,036	0,036
X10	5	5	1	0,023	0,023
Сума	-	-	-	1	0,984

Таблиця 2.9

Розрахунок рівня якості дивану «Дипломат»

Показник	Абсолютне значення показника		Відносний показник (g_i)	Коефіцієнт вагомості показника(a_i)	$g_i \cdot a_i$
	досліджуваного товару ($P_{досл.}$)	базового зразка ($P_{баз.}$)			
X1	5	4,75	1,053	0,164	0,173
X2	4,5	5	0,9	0,150	0,135
X3	4,75	4,75	1	0,177	0,177
X4	4	5	0,8	0,073	0,058
X5	3,5	4,75	0,74	0,113	0,084
X6	5	5	1	0,064	0,064
X7	4	5	0,8	0,082	0,066
X8	5	5	1	0,118	0,118
X9	5	5	1	0,036	0,036
X10	5	5	1	0,023	0,023
Сума	-	-	-	1	0,934

Рівень якості досліджуваної моделі «Рест» складає 0,913, «Bonito Carrussino» - 0,979, «Челсі» - 0,984, «Дипломат» - 0,934. Якщо рівень якості менше одиниці ($R_j < 1$), то рівень якості досліджуваного товару є низьким. Проте зважаючи на те, що показники максимально наближені до одиниці,

можна визначити їхній рівень якості як задовільний, адже за умови виправлення кількох показників, можна отримати вищий показник якості.

Тому можна вважати, що диван виробника ТОВ «НСТ Альянс» - «Фьюжн» є високоякісним товаром, а максимальну оцінку отримав за такі показники як: раціональність форми, кольорова гама, механізм трансформації, м'якість, матеріал наповнення та матеріал корпусу.

Найменш якісним зразком виявився диван «Рест» виробника ПП «Модерн» з рівнем якості 0,913. Низькі бали даний товар отримав за такими показниками: механізм трансформації, м'якість, кольорова гама.

Рівень якості зразків є відносною характеристикою позиціювання та якості продукції, яка ґрунтується на порівнянні значень оцінюваних показників якості продукції з базовими значеннями відповідних показників. У процесі експерименту було виявлено, що найбільш вагомими показниками для м'яких меблів є : зручність користування, розмір спального місця, раціональність форми, матеріал оббивки. Проте під час виробництва та реалізації важливо брати до уваги всі властивості, що оцінювались у даному експерименті, навіть найменш вагомі. Особливу увагу необхідно зосередити на таких характеристиках як: раціональність форми, кольорова гама, розмір спального місця та цілісність композиції, адже для більшості зразків саме ці показники стали спільним недоліком.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ М'ЯКИХ МЕБЛІВ

3.1. Дослідження системи управління ланцюгами постачання м'яких меблів ТОВ «НСТ Альянс».

У сучасних умовах ефективність логістичної діяльності підприємств безпосередньо залежить від формування ними ефективних ланцюгів поставок і впровадження принципів управління ланцюгами поставок, що відповідають вимогам сучасного етапу розвитку економіки та логістики. Ланцюги постачань охоплюють у собі комплекс видів діяльності підприємства та сукупність організацій, завдяки яким матеріальні потоки проходять під час свого транспортування від постачальника початкового рівня до кінцевого споживача. Тобто логістичні ланцюги постачання – це формалізована мережа між компанією та її постачальниками для виготовлення та поширення нового продукту.[40;41].

Товариство з обмеженою відповідальністю «НСТ Альянс» - це Білоцерківська компанія, що динамічно розвивається та працює на меблевому ринку з 1994 року. До основних елементів формування ланцюга постачань даного підприємства належать: постачальники сировини, постачальники матеріалів та готових частин, перевізники, складські підприємства, підприємства оптової та роздрібною торгівлі, масові та індивідуальні споживачі. Основні елементи формування логістичного ланцюга наочно відображені на рис.3.1.

Не зважаючи на жорстку конкуренцію на ринку м'яких меблів та економічну кризу, підприємство обов'язково повинне приносити прибуток. Для цього потрібно постійно аналізувати та скорочувати витрати на транспортування та дистрибуцію, оптимізувати асортимент товарів та їх цінову політику, мінімізувати запаси виробів, що недостатньо реалізуються та знижувати витрати на їх зберігання [42].

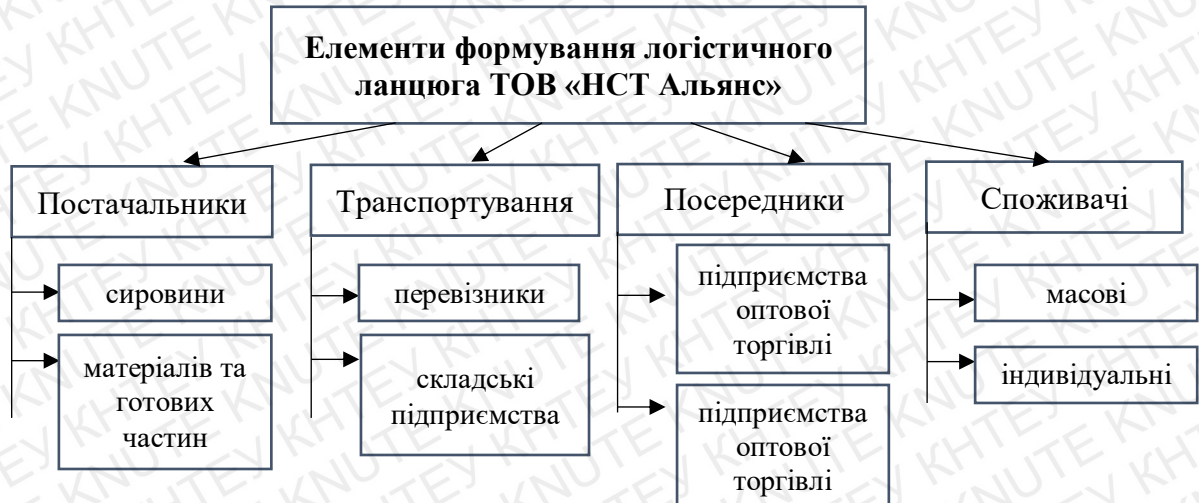


Рис.3.1. Основні елементи формування логістичного ланцюга ТОВ «НСТ Альянс» [розроблено автором на основі даних підприємства]

На сьогоднішній день меблева фабрика «НСТ Альянс» постачає на ринок достатню кількість позицій м'яких меблів, головною класифікаційною ознакою яких є поділ на асортиментні групи за призначенням. За призначенням виробник виділяє такі асортиментні групи: м'які меблі для жилих кімнат (спальні, дитячі кімнати, вітальні), окремо для кухні, м'які меблі для офісу, бару, готелю (рис.3.1) [43].

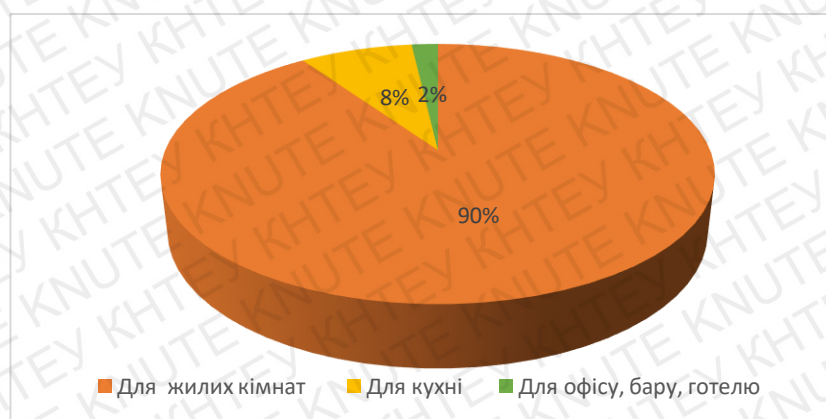


Рис. 3.2. Товарна структура постачання м'яких меблів ТОВ «НСТ Альянс» у 2020 р., %. [розроблено автором на основі даних підприємства]

З структури обсягу постачання м'яких меблів за призначенням видно, що він є нерівномірним, проте це обумовлено сучасним ринковим попитом на меблі для жилих кімнат, аніж окремо для кухні чи офісів, барів та готелів. [44].

Зважаючи на те, що мати стабільних постачальників – це необхідна умова успішної діяльності підприємства, всі фірми-постачальники є перевіреними протягом років та ретельно відібраними серед інших існуючих фірм. Із більшістю з них ТОВ «НСТ Альянс» працюють уже більше 10-ти років. Джерела постачання сировинних матеріалів наведені у таблиці 3.1:

Таблиця 3.1

Група товарів	Джерела постачання
Лісо-, пиломатеріали	ТОВ «Вікос» ТОВ «Зелена Вуд Україна Л»
Металоконструкції	ПП «Авалонінвест»
Матеріали з пластмас	ПП «Браво»
Клеї, фарби, ґрунтовки	ПП «Браво»
Фурнітура	ПП «Браво»; ТОВ «Віяр»
Тканини	ТОВ «Apparel», ТОВ «Divotex» ТОВ «Ексім-текстиль», ТОВ «Ideal Textile»
Поролон, пружинні конструкції	ТОВ «Divotex»

табл.3.1. Джерела постачання сировинних матеріалів [розроблено автором на основі даних підприємства]

Реалізація товарів здійснюється через інтернет-магазин підприємства та власний фізичний магазин, а також через інші меблеві магазини. Основні магазини клієнти: «Б-52», «Мебельок», «Табуретка», «Шуруп», «Солоха», «Мебліум», «Elit-Matras», «Дім меблів», «Instyle»,

Для перевезення вантажів на підприємстві застосовують власний автотранспорт. Загальна кількість автомобілів відвантажених від головного складу до підприємств-посередників наведена на рис.3.3.

Проаналізувавши дані графіку, можна побачити, що кількість поставок протягом трьох років лише зростає: обсяг відвантажених автомобілів у 2020 році зріс на 72,5% у порівнянні з 2018, що обумовлено активним

розширенням підприємства та зростання обсягів замовлень меблевих виробів. Зростає також і кількість авто в автопарку підприємства час від часу збільшує кількість вантажних машин.

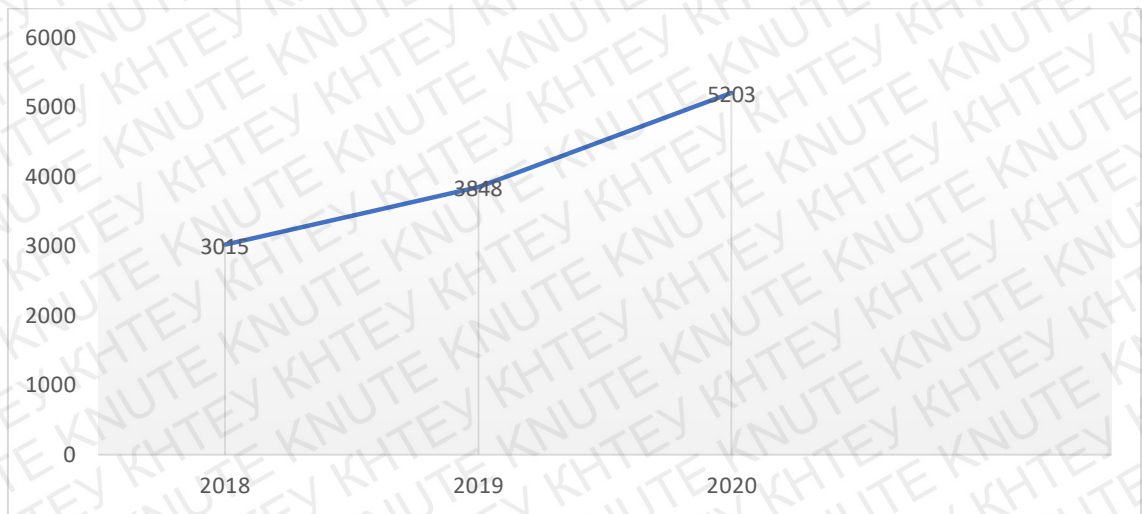


Рис.3.3. Динаміка кількості відвантажень меблевої продукції автомобільним транспортом з головного складу ТОВ «НСТ Альянс» за 2018-2020 рр. [розроблено автором на основі даних підприємства]

Проаналізувавши дані графіку, можна побачити, що кількість поставок протягом трьох років лише зростає: обсяг відвантажених автомобілів у 2020 році зріс на 72,5% у порівнянні з 2018, що обумовлено активним розширенням підприємства та зростання обсягів замовлень меблевих виробів. Зростає також і кількість авто в автопарку підприємства час від часу збільшує кількість вантажних машин.

Процес організації перевезення м'яких меблів не складний, проте потребує конкретних вимог, які в основному заключаються у відповідному транспортному пакуванні товарів, правильному підборі транспорту для перевезення, умов температури та вологості у транспортному засобі, а також має бути підкріпленим відповідними нормативними документами.

ТОВ «НСТ Альянс» під час перевезення меблевих виробів дотримуються вимог наказу Міністерства транспорту України «Про затвердження Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні» [45].

Ефективність управління перевезеннями на підприємстві ТОВ «НСТ Альянс» можна оцінити за допомогою аналізу фінансової ефективності операційної діяльності підприємства за останні кілька років (табл.3.2).

Таблиця 3.2

Показники фінансових результатів діяльності ТОВ «НСТ Альянс»

Показник	2019 рік, тис грн	2020 рік, тис грн
Чистий дохід	274 000	291000
Інші доходи	9800	5300
Собівартість	48000	56000
Інші витрати	12200	15600
Інші витрати	120	520

Щоб краще проаналізувати фінансові результати суб'єкта господарювання ТОВ «НСТ Альянс» варто провести розрахунки суми доходів, витрат, прибутку, абсолютного та відносного відхилення фінансових результатів та підвести підсумки за доходами, витратами та прибутком.

Абсолютне відхилення визначається за формулою 3.1. [46].

$$\Delta = x_1 - x_2 \quad (3.1)$$

де:

x1- Фінансовий результат за 2020 рік

x2- Фінансовий результат за 2019 рік

Відносне відхилення визначається за формулою 3.2. [46].

$$\lambda = \frac{\Delta}{x_1} * 100 \quad (3.2)$$

Сума доходів визначається сумою чистого доходу, інших операційних доходів та інших доходів. Сума витрат визначається сумою собівартості,

інших операційних витрат та інших витрат. Прибуток до оподаткування визначається різницею між доходами та витратами.

Після проведення фінансових розрахунків узагальнено результати представлено в таблиці 3.3.:

Таблиця 3.3

Показники динаміки фінансових результатів діяльності ТОВ «НСТ Альянс»

Показник	2019 рік, грн	2020 рік, грн	Абсолютне відхилення (грн)	Відносне відхилення, %
Чистий дохід	274000	293000	19000	6,5
Інші доходи	9800	8300	-1500	18
Сума доходів	283800	301300	17500	5,8
Собівартість	204000	216000	12000	5,5
Інші витрати	12200	15600	3400	21,8
Сума витрат	216 200	231600	15400	6,6
Прибуток	67600	69700	2100	3

Проаналізувавши фінансові результати ТОВ «НСТ Альянс» можна зробити висновки про приріст прибутку в 2020 році. Порівняно з 2019 роком, ріст прибутку до оподаткування в 2020 році становив 3%, що свідчить про позитивні результати. Проте цього недостатньо, тому компанії потрібно працювати в напрямку оптимізації витрат, зокрема логістичних.

Задля детальнішого аналізу результатів, слід провести розрахунок рентабельності витрат, яка розраховується за формулою 3.3 [46].

$$P = \frac{\text{Витрати}}{\text{Прибуток}} * 100 \quad (3.3)$$

Проводимо розрахунок рентабельності за 2019 та 2020 роки.

Рентабельність витрат станом на 2019 рік:

$$P = \frac{67600}{216200} * 100 = 31,3\%$$

Рентабельність витрат з станом на 2020 рік:

$$P = \frac{69700}{231600} * 100 = 30,1\%$$

Проаналізувавши результати розрахунків рентабельності витрат за 2019 та 2020 роки, можна зробити висновок про те, що порівняно результатами 2019 року, у 2020 році рентабельність витрат зменшилась на 1%. Такі результати свідчать про те, що підприємству необхідно здійснити оптимізацію процесу управління постачанням та витратами.

Функціональна робота ланцюгів поставок на підприємстві ТОВ «НСТ Альянс» пов'язана з невизначеністю за рахунок недостатньої координації й інформаційного обміну, а також недостатнього рівня оптимізації асортименту, що виробляється. Цей недолік можна виправити за допомогою підвищення якості координації між відділами та сприянню доступності до інформації всіх учасників ланцюга поставок, а також за рахунок аналізу та оптимізації асортименту товарів. Також, підприємству варто звернути увагу на більш сучасні системи управління транспортною логістикою та складськими мережами.

3.2. Ефективність управління ланцюгами постачання м'яких меблів на ТОВ «НСТ» та напрямки її підвищення.

У нинішніх ринкових умовах важливо правильно обирати стратегії діяльності залежно від змін внутрішнього та зовнішнього середовища задля забезпечення прибутковості підприємства. Одна із базових стратегій щодо ефективного управління ланцюгами поставок – це оптимізація товарного асортименту.

Стратегічний аналіз товарного асортименту дозволяє розробити доцільну систему управління товарними запасами задля підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку. Для цього доцільно використовувати один із найбільш популярних та ефективних методів аналізу асортименту – АВС-аналіз. Цей метод дозволяє визначити роль та місце в

торговельно-технологічному процесі кожної товарної позиції та визначити рейтинг товарів за конкретними критеріями та, зрештою, визначити, який результат забезпечує кожна з позицій [47;48].

Найважливішими показниками аналізу асортиментної поведінки є прибуток і товарообіг. Аналізувати дані показники необхідно одночасно, щоб мати змогу оцінити як рентабельність товару, так і структуру асортименту найбільш рентабельний позицій [49].

Завдання ABC-аналізу полягає у тому, щоб визначити найбільш пріоритетні позиції в асортименті, шляхом ділення товарних запасів на три категорії: А – найбільш цінні (складають 80 % результату), В – проміжні (складають 15% результату), С – найменш цінні (складають 5 % результату) [47;50].

Розрахунок ABC-аналізу для м'яких меблів в ТОВ «НСТ Альянс» за внеском у товарообіг наведено в таблиці 3.4

Таблиця 3.4

**ABC-аналіз асортименту ТОВ «НСТ Альянс»
за перше півріччя 2021 р.**

№ пор.	Найменування	Обсяг постачання (продажу), шт	Частка від загального обсягу, %	Кумулятивна сума, %	Група
1	Диван на дерев'яному каркасі "Фьюжн"	54	10,8%	10,84%	А
2	Безкаркасний пуф "Фараон"	45	9,0%	19,88%	А
3	Диван на дерев'яному каркасі "Омега"	35	7,0%	26,91%	А
4	Безкаркасний пуф "Стерео"	34	6,8%	33,73%	А
5	Диван на дерев'яному каркасі "Лотос"	34	6,8%	40,56%	А
6	Диван на дерев'яному каркасі "Честер"	32	6,4%	46,99%	А
7	Безкаркасне крісло "Одісей"	28	5,6%	52,61%	А
8	Ліжко "Діана"	23	4,6%	57,23%	А
9	Ліжко "Каміла"	21	4,2%	61,45%	А
10	Диван на дерев'яному каркасі "Лукас"	19	3,8%	65,26%	А
11	Ліжко "Лугано 2"	19	3,8%	69,08%	А
12	Диван на дерев'яному каркасі "Танго"	17	3,4%	72,49%	А
13	Ліжко "Рів'єра"	17	3,4%	75,90%	А
14	Ліжко "Лугано"	16	3,2%	79,12%	А

Продовження таблиці 3.4

15	Ліжко "Ванесса"	16	3,2%	82,33%	В
16	Диван на дерев'яному каркасі "Бонус"	15	3,0%	85,34%	В
17	Безкаркасний диван "Лада плюс"	10	2,0%	87,35%	В
18	Диван на дерев'яному каркасі "Віраж"	9	1,8%	89,16%	В
19	Безкаркасний диван "Максимус"	8	1,6%	90,76%	В
20	Диван на дерев'яному каркасі "Бостон"	8	1,6%	92,37%	В
21	Диван на дерев'яному каркасі "Доміно"	7	1,4%	93,78%	В
22	Диван на дерев'яному каркасі "Диско"	7	1,4%	95,18%	В
23	Диван на дерев'яному каркасі "Манчестер"	6	1,2%	96,39%	С
24	Безкаркасний диван "Іванна"	5	1,0%	97,39%	С
25	Безкаркасний диван "Спейс"	4	0,8%	98,19%	С
26	Диван на металевому каркасі "Оззі"	3	0,6%	98,80%	С
27	Диван на металевому каркасі "Бридж"	2	0,4%	99,20%	С
28	Диван на дерев'яному каркасі "Тріумф"	2	0,4%	99,60%	С
29	Безкаркасний диван "Люсі"	1	0,2%	99,80%	С
30	Безкаркасний диван "Лада"	1	0,2%	100,00%	С
	Сума	498	100,0%		

Джерело: складено на основі даних відділу управління логістики ТОВ «НСТ Альянс»

Графічне відображення результатів АВС-аналізу за обсягом продажу за перше півріччя 2021 представлено на рис. 3.4.

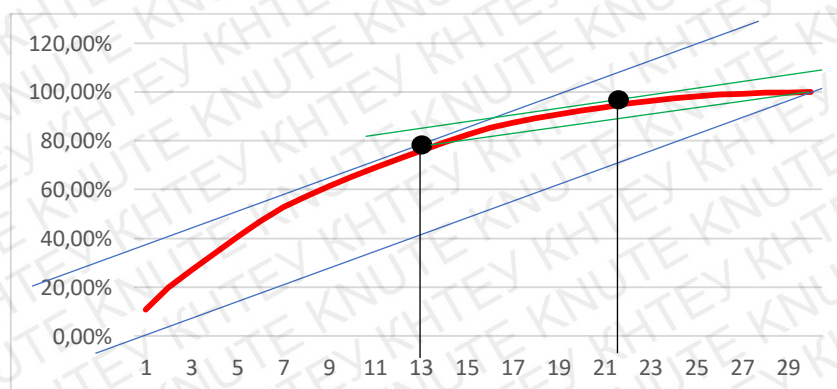


Рис. 3.4. Графічна інтерпретація АВС-аналізу асортименту ТОВ «НСТ Альянс» за обсягом продажу

Проте аналізу лише за обсягом продажу недостатньо, адже товарні групи, які займають слабкі позиції за цим показником можуть приносити високий прибуток. Тому необхідно також оцінити асортимент за внеском кожної товарної групи в прибуток. Розрахунок АВС-аналізу для м'яких меблів в ТОВ «НСТ Альянс» за внеском у прибуток наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

АВС-аналіз асортименту ТОВ «НСТ Альянс» за внеском товарних груп у прибуток за перше півріччя 2021 р.

№ пор.	Найменування	Валовий прибуток, грн	Частка від загального обсягу, %	Кумулятив на сума %	Група
1	Диван на дерев'яному каркасі "Фьюжн"	432 000	12,8%	12,78%	А
2	Ліжко "Діана"	345000	10,2%	22,98%	А
3	Диван на дерев'яному каркасі "Лотос"	272000	8,0%	31,03%	А
4	Диван на дерев'яному каркасі "Честер"	224000	6,6%	37,65%	А
5	Диван на дерев'яному каркасі "Омега"	210 000	6,2%	43,87%	А
6	Ліжко "Каміла"	210000	6,2%	50,08%	А
7	Ліжко "Лугано 2"	171000	5,1%	55,14%	А
8	Ліжко "Ванесса"	160000	4,7%	59,87%	А
9	Ліжко "Рів'єра"	146200	4,3%	64,19%	А
10	Диван на дерев'яному каркасі "Лукас"	133 000	3,9%	68,13%	А
11	Диван на дерев'яному каркасі "Танго"	127500	3,8%	71,90%	А
10	Диван на дерев'яному каркасі "Лукас"	133 000	3,9%	68,13%	А
11	Диван на дерев'яному каркасі "Танго"	127500	3,8%	71,90%	А
12	Ліжко "Лугано"	126400	3,7%	75,64%	А
13	Диван на дерев'яному каркасі "Бонус"	97500	2,9%	78,52%	А
14	Безкаркасний пуф "Фараон"	90 000	2,7%	81,18%	В
15	Безкаркасний диван "Лада плюс"	80000	2,4%	83,55%	В
16	Диван на дерев'яному каркасі "Віраж"	64800	1,9%	85,47%	В
17	Диван на дерев'яному каркасі "Доміно"	63000	1,9%	87,33%	В
18	Диван на дерев'яному каркасі "Диско"	58000	1,7%	89,05%	В
19	Безкаркасний пуф "Стерео"	56000	1,7%	90,70%	В
20	Диван на дерев'яному каркасі "Бостон"	54400	1,6%	92,31%	В
21	Безкаркасне крісло "Одісей"	45000	1,3%	93,64%	В
22	Безкаркасний диван "Іванна"	42000	1,2%	94,89%	В
23	Безкаркасний диван "Максимус"	40000	1,2%	96,07%	С
24	Диван на дерев'яному каркасі "Манчестер"	36000	1,1%	97,13%	С
25	Безкаркасний диван "Спейс"	27600	0,8%	97,95%	С
26	Диван на металевому каркасі "Оззі"	21000	0,6%	98,57%	С
27	Диван на металевому каркасі "Бридж"	21000	0,6%	99,19%	С
28	Диван на дерев'яному каркасі "Тріумф"	12000	0,4%	99,55%	С
29	Безкаркасний диван "Люсі"	7800	0,2%	99,78%	С
30	Безкаркасний диван "Лада"	7500	0,2%	100%	С
	Сума	3 380 700	100,0%		

Графічне відображення результатів ABC-аналізу за внеском товарних груп у прибуток за перше півріччя 2021 представлено на рис. 3.5.

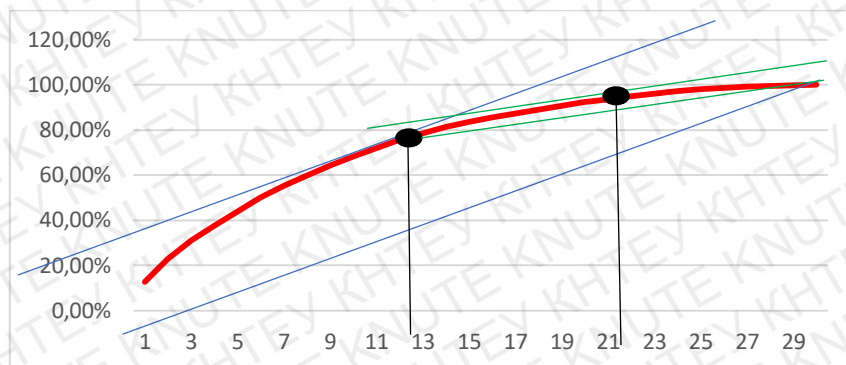


Рис.3.4. Графічна інтерпретація ABC-аналізу асортименту ТОВ «НСТ Альянс» за внеском товарних груп у прибуток

Необхідно поєднати дані проведених аналізів за двома параметрами для оптимальної класифікації та розуміння товарних груп. Відображення результатів ABC-аналізу по групам за обсягом продажів та за внеском товарних груп у прибуток наведено в таблиці 3.6

Таблиця 3.6

**Співставлення ABC-аналізу асортименту ТОВ «НСТ Альянс»
за групами за обсягом продажів та за внеском у прибуток
за перше півріччя 2021 р.**

№ пор.	Найменування	Група за кількістю продажу	Група за сумою продажу
1	Диван на дерев'яному каркасі "Фьюжн"	A	A
2	Ліжко "Діана"	A	A
3	Диван на дерев'яному каркасі "Лотос"	A	A
4	Диван на дерев'яному каркасі "Честер"	A	A
5	Диван на дерев'яному каркасі "Омега"	A	A
6	Ліжко "Каміла"	A	A
7	Ліжко "Лугано 2"	A	A
8	Ліжко "Ванесса"	B	A
9	Ліжко "Рів'єра"	A	A
10	Диван на дерев'яному каркасі "Лукас"	A	A
11	Диван на дерев'яному каркасі "Танго"	A	A
12	Ліжко "Лугано"	A	A
13	Диван на дерев'яному каркасі "Бонус"	B	A

Продовження таблиці 3.6

14	Безкаркасний пуф "Фараон"	A	B
15	Безкаркасний диван "Лада плюс"	B	B
16	Диван на дерев'яному каркасі "Віраж"	B	B
17	Диван на дерев'яному каркасі "Доміно"	B	B
18	Диван на дерев'яному каркасі "Диско"	B	B
19	Безкаркасний пуф "Стерео"	A	B
20	Диван на дерев'яному каркасі "Бостон"	B	B
21	Безкаркасне крісло "Одісей"	A	B
22	Безкаркасний диван "Іванна"	C	B
23	Безкаркасний диван "Максимус"	B	C
24	Диван на дерев'яному каркасі "Манчестер"	C	C
25	Безкаркасний диван "Спейс"	C	C
26	Диван на металевому каркасі "Оззі"	C	C
27	Диван на металевому каркасі "Бридж"	C	C
28	Диван на дерев'яному каркасі "Тріумф"	C	C
29	Безкаркасний диван "Люсі"	C	C
30	Безкаркасний диван "Лада"	C	C

Відповідно до отриманих результатів та враховуючи різні параметри АВС-аналізів можна виділити 9 товарних груп за співвідношенням обсягу продажів та за внеском товарних груп у прибуток (рис. 3.5).

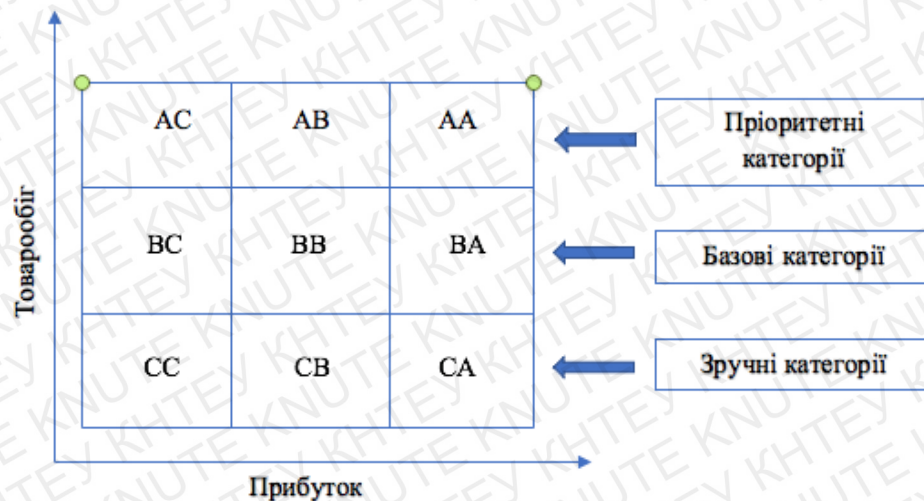


Рис.3.5. Поєднання полів матриці за обсягом продажів та прибутком
Джерело: побудовано автором на основі [51].

У нашому випадку в асортименті представлено 7 груп з 9: AA, AB, BB, BA, BC, CC, CB. Немає таких груп: AC, CA (рис.3.6) Це означає, що в асортименті немає значного відхилення від обсягів продажів та цін товарів.

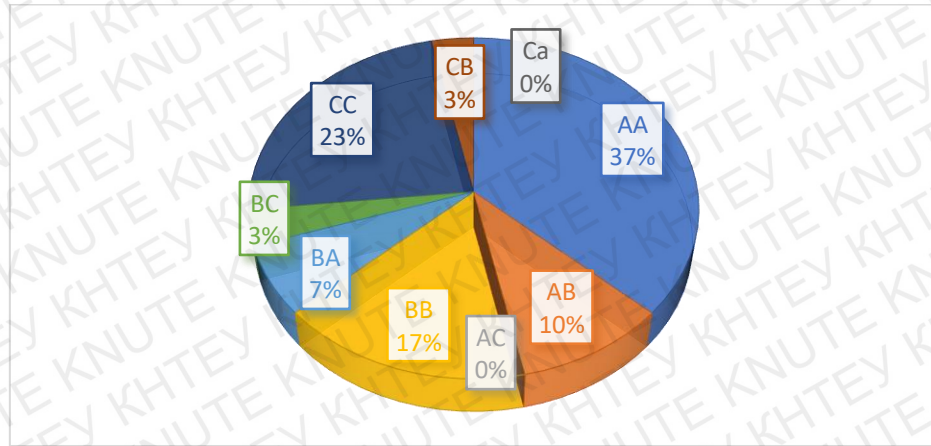


Рис.3.6. Структура асортименту за групами за результатами ABC-аналізу

Товари таких груп як AA, AB, AC – є найважливішими в загальному асортименті та приносять найбільший дохід. Це пріоритетні групи товарів, і саме за ними приходять цільовий споживач, отже за такими товарами завжди необхідно вести контроль наявності. До групи AA належать товари, що приносять найбільшу частинку прибутку. В асортименті ТОВ «НСТ Альянс» такі товари складають 37% продажів. За ними необхідний постійний контроль та підтримка продажів (рекламні пропозиції, акції).

До груп AB та BA належать товари, які мають високий показник або за обсягом прибутку або за кількістю продажів та середній показник за іншим параметром. В асортименті ТОВ «НСТ Альянс» такі товари складають 17% продажів. Задля регулювання реалізації цими товарами підприємству необхідно слідкувати за тим, щоб дані позиції не втрачали своїх показників та знаходились у своїй ніші [52].

До групи AC належать товари, які продаються у великій кількості, але приносять незначний прибуток. На підприємстві ТОВ «НСТ Альянс» таких товарів не виявлено. Це означає, що потенційні позиції цієї групи перейшли до позиції BC. Зважаючи на те, що саме за цим товаром йде основний потік відвідувачів, підприємству необхідно зосередити свою увагу на недорогих, проте потенційно привабливих товарних одиницях.

Товари таких груп як ВА, ВВ, ВС – є базовими, адже формують споживчу цінність у конкурентному середовищі.

До групи ВВ належать товари, які забезпечують середні показники за визначеними параметрами. Вони не потребують особливої уваги, проте бажано підтримувати їхні позиції. . В асортименті ТОВ «НСТ Альянс такі товари складають 17% продажів, цей показник є завеликим для даної категорії, тому необхідно переглянути доцільність деяких позицій, що належать до цієї групи [53].

До групи ВС належать товари, які продаються на середньому рівні, проте приносять не великий прибуток. На підприємстві ТОВ «НСТ Альянс такі товари складають 3% продажів. Важливо не допустити переходу цих позицій до групи СС, тому необхідно час від часу стимулювати продажі таких товарів і нагадувати про них споживачу.

Товари груп СА, СВ, СС – товари «зручних» категорій. До них належать нові позиції, позиції, які мало продаються та приносять небагато прибутку.

До групи СА належать товари, які приносять високий прибуток, проте не продаються у достатній кількості. Зазвичай це нові товари, або товари унікальної пропозиції. В асортименті ТОВ «НСТ Альянс» таких товарів не виявлено, отже необхідно звернути увагу на урізноманітнення товарного асортименту ексклюзивними та новими позиціями [54].

До групи СВ належать товари, які приносять середній рівень доходів, проте мають невисокий товарооборот. Такі групи товарів необхідно стимулювати різноманітними рекламними заходами, щоб не допустити їхній перехід до групи СС. В асортименті ТОВ «НСТ Альянс такі товари складають 3% продажів.

До групи СС належать товари, які займають найгіршу позицію. Вони рідко продаються та приносять низькі прибутки. На підприємстві ТОВ «НСТ Альянс такі товари складають 22% продажів, що є незадовільним показником. Позиції з даної групи необхідно переводити до інших позицій за рахунок

стимулювання збуту та покращення властивостей цих товарів, а також переглянути доречність наявності в асортименті кожного з них.

Кожному сучасному підприємству для успішного управління ланцюгами постачання необхідний оптимізований підхід до асортименту товарів, який би враховував зміни обсягів споживання. Ефективність управління товарним асортиментом полягає у його періодичному аналізі та вдосконаленні.

Окрім оптимізації асортименту, підприємству ТОВ «НСТ Альянс» необхідно звернути увагу на логістику розподілу, щоб забезпечити ефективну організацію розподілу м'яких меблів. Адже у нестійких економічних умовах та перенасиченості товарів на меблевому ринку посилюється значимість розподільної системи, тому звичайна виробничо-збутова модель є застарілою. Необхідно оптимізувати не лише асортиментну політику, а і процес купівлі товарів, збільшити кількість точок збуту, полегшити механізм придбання меблів їхнього виробництва та поєднувати маркетинг та логістику в процесі управління каналами збуту.

Проведений ABC – аналіз асортименту меблевої продукції ТОВ «НСТ Альянс» показав внесок кожної товарної групи. В процесі аналізу виявлено ряд недоліків, відповідно до яких можна встановити, що асортимент ТОВ «НСТ Альянс» потребує певних змін. Коригування асортименту компанії за рахунок перегляду ефективності за контролюванням груп СС та ВВ принесе значний прибуток компанії.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Проведений аналіз ринку свідчить, що за останні роки ринок м'яких меблів України набув значного розвитку, що обумовлено головним чином підвищенням попиту на меблеві вироби та ростом економіки країни в цілому. Валовий обсяг меблевої продукції, виготовленої вітчизняними підприємствами зростає з кожним роком. Відповідно до проведеного аналізу ринку, обсяги виробництва м'яких меблів зростають: приріст на 7% в період з 2017 по 2019 рр. У структурі імпорту та експорту переважає експорт. За останні 5 років об'єм імпорту зріс на 54%, а об'єм експорту збільшився на 39%. Основні імпортери українських меблів: Польща, Данія, Німеччина, Австрія. Ринок м'яких меблів має значну кількість тенденцій для розвитку.

2. Встановлено, що основними факторами, які визначають якість та рівень споживних властивостей м'яких меблів, є вихідна сировина і матеріали, конструкція виробу, технологічний процес виготовлення, умови зберігання, пакування, транспортування. Всі ці в значній мірі формують якість та успішність позиціонування готової продукції. За умови дотримання всіх вимог до відповідних чинників при виробництві можна отримати виріб з високим рівнем якості.

3. Результати проведеного дослідження свідчать, що асортимент м'яких меблів досить широкий, адже налічує значну кількість видів товарів з різноманітними властивостями. Основними видами м'яких меблів, що представлені на ринку є дивани, ліжка, крісла, крісло-ліжка, банкетки, пуфи, стільці. Асортимент меблевих виробів має схильність до оптимізації відповідно до швидкої зміни споживчих вимог та високої конкуренції на ринку. Виробники активно залучають у процес виробництва меблевих дизайнерів для відповідності модним тенденціям. Також важливою умовою розвитку сучасного успішного підприємства є введення поняття екологічності для продукції, що виготовляється.

4. На основі використання експертного методу оцінки якості та позиціонування м'яких меблів встановлено, що найбільш вагомими критеріями при виготовленні сучасних меблів є: зручність користування, розмір спального місця, раціональність форми, матеріал оббивки. Проте не менш важливими є й інші показники: раціональність форми, кольорова гама, механізм трансформації, м'якість, матеріал наповнення та матеріал корпусу. Найкращим досліджуваним зразком виявився диван «Фьюжн» від українського виробника ТОВ «НСТ Альянс», найгіршим - «Рест» виробника ПП «Модерн». Тому останньому необхідно переглянути підходи до технології виробництва та застосованої сировини. Що стосується ТОВ «НСТ Альянс», то результати дослідження свідчать про високу конкурентоспроможність продукції на меблевому ринку, а також хороший рівень позиціонування.

5. Аналіз результатів розрахунків рентабельності витрат підприємства «НСТ Альянс» за 2019 та 2020 роки, свідчать про зменшення рентабельності витрат на 1%, тому підприємству необхідно здійснити оптимізацію процесу управління постачанням та витратами. Окрім цього, прослідковується ріст прибутку на 3% у 2020 році, проте даний показник недостатньо високий і свідчить про необхідність удосконалення системи витрат, зокрема логістичних, оптимізацію асортименту, налагодження збутової політики, а також підвищити координацію між відділами задля усунення інформаційних недоліків.

6. Зважаючи на те, що ефективність управління асортиментом залежить від його контролю та періодичного аналізу, було проведено АВС-аналіз, який виявив певні недоліки в асортиментній політиці ТОВ «НСТ Альянс». Тому підприємству було запропоновано відкоригувати наявний асортимент задля збільшення обсягів реалізації та прибутковості компанії. Окрім цього, підприємству необхідно переглянути підхід до збутової логістики та об'єднати її з маркетинговим підходом у процесі управління каналами збуту.

На основі проведеного досліджень було розроблено наступні пропозиції:

- для підвищення якості м'яких меблів, що реалізуються на ринку України їх виробникам необхідно звернути увагу на тенденції, що присутні на ринку м'яких меблів: екологічність, зносостійкість, актуальні дизайнерські рішення, функціональність комплексних меблів. А також покращувати якість м'яких меблів за рахунок покращення їх споживних властивостей, зокрема: зручність користування, розмір спального місця, раціональність форми, матеріал оббивки, раціональність форми, кольорова гама, механізм трансформації, м'якість, матеріал наповнення та матеріал корпусу. Виробникам необхідно звернути увагу на всі ці показники комплексно, а не зосереджуватись на кількох основних.

- для розширення та оптимізації асортименту виробникам і суб'єктам реалізації доцільно відвідувати вітчизняні та закордонні меблеві виставки та покази, щоб переймати позитивний досвід українських та іноземних конкурентів, запрошувати для розробки нових моделей компетентних дизайнерів, час від часу аналізувати стан свого асортименту, переглядати доцільність наявності у ньому товарів, які не продаються або експериментувати з їх споживними властивостями та рівнем позиціонування з метою удосконалення цих меблів та в результаті прийняти рішення про їх вилучення або покращення.

- для удосконалення збутової діяльності організацій, що займаються виробництвом даної продукції, доцільним є зниження цін до рівня конкурентів, оновлення клієнтської бази, збільшення кількості точок збуту та покращення позиціонування товарів завдяки удосконаленню споживних властивостей м'яких меблів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шевченко Г.С., Прокопович О.Р. Аналіз стану меблевого ринку як метод прийняття маркетингових рішень. *Наук. вісн. НЛТУ України* : зб. наук. пр. 2017. № 18.2. С. 110-113.
2. Козка О. Меблевий сектор. Газета “Природа і суспільство. URL : <https://ekoinform.com.ua/?p=5507>
3. Офіційний веб-сайт інтернет-магазину м’яких меблів Dlinestyle (DLS). URL : <https://dls.ua>
4. Офіційний веб-сайт інтернет-магазину м’яких меблів Creale. URL : <http://www.create.com.ua>
5. Офіційний веб-сайт інтернет-магазину м’яких меблів Divanoff. URL : <https://divanoff.com.ua>
6. Офіційний веб-сайт інтернет-магазину м’яких меблів Matroluxe. URL : <https://matroluxe.ua>
7. Офіційний веб-сайт інтернет-магазину м’яких меблів RIVAL. URL : <https://mebli.zt.ua>
8. Офіційний веб-сайт інтернет-магазину м’яких меблів Мебельок. URL : <https://www.mebelok.com>
9. Офіційний веб-сайт інтернет-магазину м’яких меблів НСТ Альянс. URL : <https://nst-alliance.com.ua>
10. Меблевий бізнес в Україні. Особливості національного ринку. Публікація 8 липня, 2017. URL : <https://gordonua.com/ukr/news/business/-meblevij-biznes-v-ukrajini-osoblivosti-natsionalnogo-rinku-196595.html>
11. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Кійко О. У пошуках принца або три історії про виробництво меблів в Україні. URL : <https://tmvd.nltu.edu.ua/orest-kiiko-u-poshukakh-pryntsa-abo-try-istorii-pro-vyrobnytstvo-mebliv-v-ukraini-chastyna-persha/>

13. Офіційний веб-сайт Державної фіскальної служби України. URL : <http://sfs.gov.ua/>
14. Олександр Лук'янченко. Які меблі купують українці. Публікація 2 березня, 2020. URL : <https://biz.nv.ua/ukr/experts/mebli-shcho-obirayut-ukrajinci-smart-rishennya-ta-krisla-temnih-koloriv-tendenciji-na-rinku-mebliv-50073352.html>
15. Аналітичний огляд ринку меблів України. *Українська асоціація меблевиків*. URL : <https://uafm.com.ua/wp-content/uploads/2018/07/oglyad-rynku-mebliv-2018>
16. Патіс В.Р. Весна на ринку меблів. *Галицькі контракти*. 2001. № 14. С. 22-25.
17. Огляд ринку меблів в Україні : Тенденції розвитку. Публікація 7 листопада 2018. URL: <https://rubarbs.com/ua/article/oglyad-rynku-mebliv-v-ukraini-tendentsii-rozvitku>
18. Панченко Ю. З меблями на вихід: Як галузь робить перші кроки на ринку ЄС. *Європейська правда*. Публікація 15 листопада 2016. URL : <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/11/15/7057254/>
19. Ринок меблів в Україні. URL : <http://navro.org/rinok-mebliv-v-ukra%20ni/>
20. М. П. Зрезарцев, В. М. Зрезарцев, В. П. Параніч. Товарознавство непродовольчих товарів: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури». 2009, 161 с.
21. С.В. Волошина, Д.Р. Калініченко. Товарознавство непродовольчих товарів : навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ. 2017, 30 с.
22. Tatjana Doneva, Mihail Namicev. Analysis of the technology of making of chair in the process of production. *Journal of Process Management New Technologies International*. 2019. №7, с.15-25
23. James Gibbons. Types of upholstery fabric. October 17, 2019. URL : <https://revolutionfabrics.com/blogs/gotcha-covered/upholstery-fabric-types>

24. Danny Lipford. Furniture stuffing 101: What you need to know. <https://todayshomeowner.com/homeowners-guide-to-furniture-stuffing-upholstery-foam-batting-and-animal-hair/2/>
25. Категорії меблевих тканин. URL : https://www.zlatamebel.ua/auxpage_kategorii-mebelnykh-tkaney
26. О. П. Олійник, Л. Р. Гнатюк, В. Г. Чернявський. Конструювання меблів та обладнання інтер'єру : підручник. Київ: НАУ. 2014, с. 19-36.
27. Furniture adhesive. AdhesivePlatform. URL: <https://www.adhesiveplatform.com/furniture-adhesive/>
28. ДСТУ 4414:2005. Меблі за індивідуальним замовленням. Загальні технічні умови. [Чинний від 01.07.2006]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2006, с. 9-10.
29. Лотиш О.Я., Сегментація ринку як інструмент стратегічного аналізу галузі. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 121 ст. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/24-1-2017/28.pdf>
30. Горбатенко В., Петренко І. Метод «Делфі» та специфіка його застосування у прогнозних розробках. Політичний менеджмент №6. 2008, 177-179 с.
31. Зозульов О. Стратегії ринкового позиціонування товару на споживчому ринку. *Економіка України*. № 10. 2006, с. 43-48 .
32. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ (Редакція станом на 01.08.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
33. ДСТУ ГОСТ 16371:2016. Меблі. Загальні технічні умови. [Чинний від 01.10.2016]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2016, с. 7-11.
34. ДСТУ EN 12520:2018. Меблі. Міцність, довговічність та безпека. Вимоги до меблів для сидіння побутової призначеності. [Чинний від 01.01.2020]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2018, с. 5-12.
35. Капустіна Т. А. Маркетингова стратегія як один із напрямів стратегічного менеджменту підприємства : Збірник матеріалів Всеукраїнської

науково-практичній конференції. Менеджмент соціокультурної діяльності: стан та перспективи. Луганськ.: ЛДКіМ, 2012. с. 66–73.

36. Басюк О. В. Експертний аналіз інтернет – сайтів турфірм як метод покращення їх економічної діяльності. URL:

<https://core.ac.uk/download/pdf/147039794.pdf>

37. ДСТУ 2080–92. Продукція меблевого виробництва. Терміни та визначення. [Чинний від 01.07.1993]. Вид. офіц. Київ : Український державний інститут по проектуванню меблів та столярних виробів «Укрдіпромеблі», 1992, с. 7-11.

38. Наконечна А. Виробництво та реалізація меблів в Україні, 2014. URL: <https://docviewer.yandex.ua>

39. Кійко О. А. Проблеми інноваційної діяльності у меблевій промисловості України. Журнал : Про меблі . – №4. 2007, с. 23

40. Колодізева Т. О. Сучасні підходи до проектування ланцюгів поставок підприємств. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : Мат-ли Міжнар. наук.-практ. конф.: ВД "ІНЖЕК". 2013, с. 216–219.

41. Lee Hau L. Zarządzanie łańcuchem dostaw: Sekret najbardziej efektywnych łańcuchów dostaw. Harvard business school press. 2006, P. 99–128.

42. Платонов О. І. Ланцюг поставок у мультимодальних перевезеннях : вісн. Академії митної служби України. Економіка. №2. 2013, с. 61 – 64.

43. База даних компаній. Бізнес-гід : URL: <https://business-guide.com.ua>

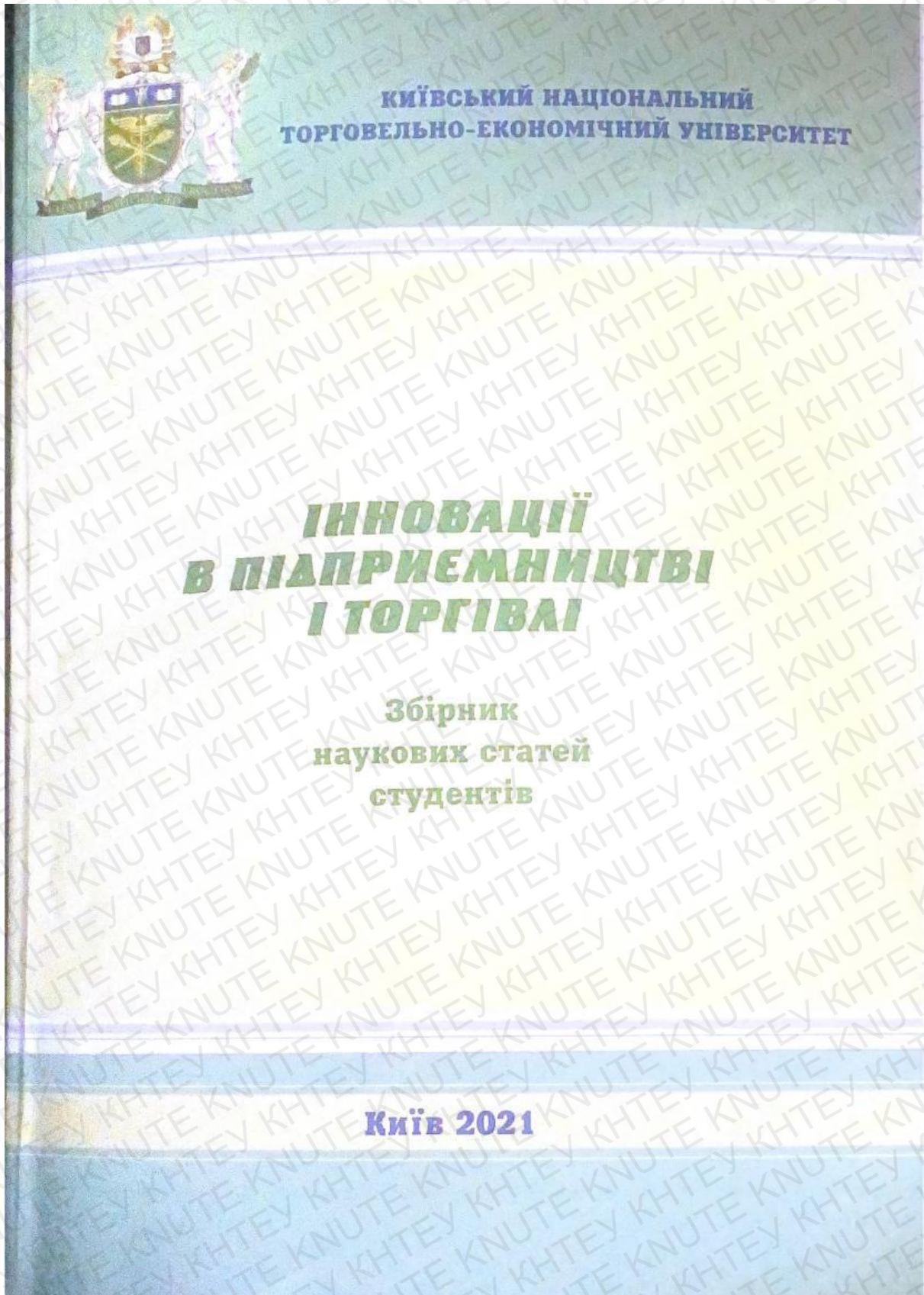
44. Шваб К. М. Четверта промислова революція: як до неї готуватися: НУБіП. 2016. URL :

<https://web.archive.org/web/20161008190215/http://nubip.edu.ua/node/23076>.

45. Посилкіна О. В. Методичні підходи до побудови інтегрованих логістичних систем у фармації : наук.-метод. рек.: НФаУ. 2012. 32 с.

46. Закон України «Про затвердження Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0128-98#Text>

47. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку. Звіт про фінансові результати. від 31.03.1999р. Бухгалтерський облік і аудит. №6, 1999. .
48. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : підручник. Київ: Центр учбової літератури. 2013, 504 с.
49. М. Василевський, І. Білик, О. Дейнега, М. Довба, О. Костюк, Є. Крикавський, С. Кубів, С. Леонова, П. Малолепші, О. Мних, С. Нікшич, І. Петецький, О. Попко, І. Рикованова, Н. Савіна, Л. Сопільник, Н. Чернописька, Л. Юрченко, Л. Якимишин, Л. Янковська; За наук. ред. Є. Крикавського та С. Кубіва: Економіка логістичних систем: Монографія. Видавництво Національного університету "Львівська політехніка". 2008, 596 с.
50. Павлова М. Б. Умови і чинники формування асортименту в крупноформатних підприємствах торгівлі. Актуальні Проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції: матер.наук.конференції: ЛКА. Львів. 2015, с.341-343.
51. Скригун Н.П. Використання портфельного і однопродуктового аналізу для розробки асортиментної політики. Формування ринкових відносин в Україні: збірник наукових праць. 2011, с.1-8.
52. Павлова М. Б. Основні показники асортименту товарів в роздрібній торгівлі. Торговля. Комерція. Підприємництво. №20. Львів, 2016. с.127-129.
53. Чукурна О. П. Особливості використання АВС-аналізу на підприємствах роздрібно торгівлі України : вісник соціально-економічних досліджень. № 40. 2010. с. 200–207.
54. Гончар Л.А Структурування асортименту підприємства за його аналізом: Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. №1. 2013. с.89-96.



Зварич В.

Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет торгівлі та маркетингу
Кафедра товарознавства, управління безпечністю
та якістю
Кафедра торговельного підприємництва та логістики

ІННОВАЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ І ТОРГІВЛІ

**Збірник наукових статей студентів,
які здобувають освітній ступінь «магістр»
за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»,
спеціалізаціями «Організація роздрібної та оптової торгівлі»,
«Логістика та управління ланцюгами постачання»,
«Товарознавство та комерційна логістика»,
«Категорійний менеджмент у ритейлі»**

Київ 2021

РИНДЮГ М. Сучасні інструменти управління логістичними процесами на складі підприємства.....	299
САЄНКО О. Дослідження інтегрованих ланцюгів постачання виробничого підприємства ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод».....	304
САМЛЯК Д. Управління логістичною діяльністю ТОВ «Епіцентр-К».....	309
СОІНА М. Аналіз системи управління ланцюгами постачання фармацевтичними препаратами на підприємстві АТ «Київмедпрепарат».....	316
ТЕЛПАЙЛО В. Організація постачання товарів ТОВ «РОКЕТ ДЕЛІВЕРІ».....	321
ШАПОВАЛ О. Дослідження стану управління ланцюгами постачання обладнання ТОВ «Керамітек».....	327
ТОВАРОЗНАВСТВО ТА КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА	
БАЗАРОВ А. Експертиза якості безалкогольних напоїв.....	335
БОВКУН І. Якість пасти арахісової.....	340
БОНДАР Ю. Порівняльна оцінка якості йогуртів безлактозних різних виробників.....	347
БОНДАРЕНКО Р. Порівняльна оцінка якості м'ясних консервів.....	352
БОНДАРЧУК А. Аналіз стану та перспектив розвитку ринку молочка кокосового.....	358
ВАЛЮШКО М. Інформаційний супровід та конкурентоспроможність природно-лікувальних столових мінеральних вод.....	366
ВІННИЦЬКИЙ А. Порівняльна оцінка якості годинників наручних.....	371
ЖЕЛІБА Б. Стан та перспективи розвитку ринку сушених рибних товарів в Україні.....	376
ЗВАРИЧ В. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку м'яких меблів в Україні.....	381

Продовження додатку А

12. Стасишен М. С. Економічні проблеми відродження рибного господарства України / М. С. Стасишен // Рибне господарство України. Київ, 2019. № 4 (81). С. 42–47.
13. Статистика товарно-харчова по групам у 2020 році / Державне агентство рибного господарства України. – Режим доступу : http://darg.gov.ua/_statistika_tovarno_harchova.
14. Сумарний обсяг імпорту та експорту окремих груп товарів за кодами УКТЗЕД / Державна фіскальна служба України. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/f2a>.
15. Україна: АгроЗЕД-підсумки-2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agroconf.org/content/ukrayina-agrozepidsumki-2020>.
16. Шкарупа О. В. Рибна галузь України. Проблеми і перспективи / О. В. Шкарупа, В. Ф. Пличко // Рибне господарство України. Київ, 2019. № 5 (82). С. 3–8.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра техн. наук, професора
СИДОРЕНКО О. В.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ М'ЯКИХ МЕБЛІВ В УКРАЇНІ

**ЗВАРИЧ В., 2 курс ФТМ КНТЕУ,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
спеціалізація «Товарознавство та комерційна логістика»**

У статті проаналізовано стан українського ринку м'яких меблів. Наведено обсяги виробництва, а також експорту та імпорту м'яких меблів. Розглянуто проблеми даного сегменту та визначено основні тенденції і шляхи підвищення конкурентоспроможності.

The article analyzes the state of the Ukrainian upholstered furniture market. The volumes of production, as well as export and import of upholstered furniture are given. The problems of this segment are considered and identified the main trends and ways to increase competitiveness.

В останні роки все більше уваги приділяється якості меблевих виробів, тому боротьба за споживача потребує виробництва конкурентоспроможних товарів, які мають високі споживні властивості. Станом на сьогодні, в Україні реалізується велика кількість різних видів м'яких меблів як закордонних, так і українських виробників. При цьому більш ніж половину попиту задовольняють українські виробники [1]. Ринок м'яких меблів у нашій країні постійно розвивається, попри нестачу сприятливих чинників. Значна частина виробників працюють нелегально, а це відповідно, погіршує становище підприємств, що працюють відкрито, адже сплачуючи всі податки, важко чесно конкурувати на ринку. Крім того, виробники м'яких меблів не мають належної підтримки від держави, тому не створено сприятливих умов для розвитку даного сегмента. Розвиток економіки країни залежить від аналізу та пошуку методів розвитку ринку меблів, що обумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням формування та стану ринку м'яких меблів в Україні присвячено праці вітчизняних науковців: Г.С. Шевченко [2], М.С. Білика, Д.С. Боляновської, О.В. Здрока, Р.О. Мамчин [4, 5], Н.Туницького [6], Т.О.Кондрацюк [7], Г.В. Костюк [8] та інших. Таким чином, проведений аналіз досліджень і публікацій засвідчує актуальність вивчення стану вітчизняного ринку м'яких меблів.

Об'єктом дослідження є м'які меблі.

Предметом дослідження є стан ринку м'яких меблів, тенденції його розвитку та розширення.

Мета статті – аналіз сучасного стану, динаміки та тенденцій розвитку ринку м'яких меблів.

У процесі дослідження використовувались методи статистичного та графічного аналізу. Інформаційною базою для дослідження були: офіційна статистична звітність даних Державної служби статистики України та Державної фіскальної служби, наукові дослідження та інтернет-ресурси.

Ринок м'яких меблів є достатньо стабільним. На ньому не спостерігається різких перепадів попиту, а незначні зниження попиту відбуваються тільки під час серйозних економічних проблем.

Після анексії Криму і військових дій на сході країни меблеві підприємства втратили приблизно 20 % ринку збуту. Тому 2014-2016 роки стали переломними для більшості виробників. На внутрішньому ринку також спостерігався спад – економічна криза підірвала купівельну спроможність українців [3].

Значна частина меблевих підприємств експортували свої товари до Російської Федерації. А від співпраці з Російською Федерацією більшість виробників відмовились. Тому останні роки для меблевого бізнесу відкриваються нові можливості. Задля підтримки конкурентного становища велика частина підприємців модернізують своє виробництво, розширюють асортимент та експериментують з новими технологіями. У зв'язку з цим м'які меблі стали більш конкурентоспроможними.

Проте за останні роки купівельна спроможність стала зростати. Зростання курсу долара призвело до того, що український споживач змушений відмовлятися від імпортованих меблів, віддаючи перевагу вітчизняним аналогам.

У нинішній час на українському меблевому ринку працює більш як 3 тис. компаній-виробників, серед яких як великі підприємства, що займаються серійним виробництвом, так і невеликі, що працюють за індивідуальними замовленнями. Українська меблева галузь має велику кількість мікропідприємств, декілька малих і середніх компаній і незначну кількість великих компаній. Кожна з цих груп має свої особливості в тому, що стосується організації виробництва і товарного асортименту. Слід зазначити, що певна частка виробників працюють у тіні, що досить ускладнює аналіз реального стану ринку [9].

На сьогоднішній час в Україні створена потужна база меблевого виробництва. Найбільш відомі вітчизняні виробники м'яких меблів: Dlinestyle (DLS), Creale, Divanoff, Matroluxe, Тола, Меблі-Холдинг, ПІНКСДРЕВ, RIVAL, Мебельок, Табуретка та інші.

Найбільша частка підприємств припадає на Харківську, Волинську, Київську та Дніпропетровську області. Тут зосереджено приблизно 85% виробників м'яких меблів.

У нашій країні є чимало компаній, які можуть гідно конкурувати з іноземними виробниками. Своім клієнтам вони можуть запропонувати не тільки відмінну якість, а й лояльні ціни. А в умовах фінансової кризи для споживача це найважливіші умови [10].

Виробників м'яких меблів в Україні за охопленням ринку можна поділити на наступні різновиди (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація виробників м'яких меблів за охопленням ринку
Розроблено автором на основі [3].

Дрібні виробники – це компанії, що виготовляють меблі на замовлення, мають низьку частку на ринку та мають не дуже високі ціни. «Гіньовики» – виробники, які повністю або частково незаконно займаються підприємницькою діяльністю. Середні та великі компанії – займають значне місце у структурі розподілу, мають великий асортимент меблів різних цінних категорій та достатню базу постійних клієнтів. Трейдери – в основному займаються продажем імпортованих меблів.

Характеризуючи цінний розподіл на ринку м'яких меблів, можна виділити наступні категорії (рис.2).



Рис. 2. Класифікація м'яких меблів за показником вартості
Розроблено автором

Характеризуючи категорії цін м'яких меблів доцільно зазначити:

- висока цінова категорія – до цієї категорії належать елітні та дорогі меблі, які виготовляються із натуральної сировини, унікальних матеріалів та мають авторський дизайн. Ринок дороговартісних м'яких меблів не має значних обсягів продажу, але на ньому спостерігається висока конкуренція, яка потребує вагомих зусиль та затрат на просування та рекламу.
- середня цінова категорія представлена меблями, які виготовляються із більш дешевих матеріалів, що доступні для людей із середнім доходом, виготовляються із матеріалів, які є дешевшими. Обсяги продажу у цій категорії значно вищі.
- низька цінова категорія – меблі, що виготовляються з менш якісних та дешевих матеріалів та доступні пересічному споживачеві. Обсяги продажу недорогі меблі трохи знизився, що споживачі орієнтуються на більш високу якість і готові платити більше.

Виготовлення м'яких меблів достатньо цікава ніша для бізнесу, тому обсяги виробництва зростають, а продукція удосконалюється відповідно до вимог споживачів. Обсяг виробництва м'яких меблів в Україні наведено на рис. 3.



Рис. 3. Виробництво м'яких меблів у 2017-2019 роках (у натуральному вираженні)
Розроблено автором на основі [11].

Продовження додатку А

Аналізуючи дані гістограми, можемо побачити, що кількість виготовленої продукції у 2019 році зростає на 7% відносно 2017 року. Відмічається зовсім незначний спад (на 0,3%) в період між 2017 і 2018 роками.

Основними чинниками, що підвищують конкурентоспроможність меблевого виробництва на сьогодні є: автоматизація виробництва, удосконалення управління ресурсами та капіталом, впорядкування логістичних ланцюгів, повна переорієнтація на систему задоволення потреб клієнта (покращення якості та зменшення часу доставки. [12].

Вітчизняної продукції на ринку набагато більше, ніж закордонної, а експорт переважає імпорт. М'які меблі завозяться з Китаю, Польщі, Італії, Німеччини, Туреччини, Данії, та з інших країн. Країни-лідери серед імпорту станом на 2019 рік – Китай, Данія та Польща (рис. 4).

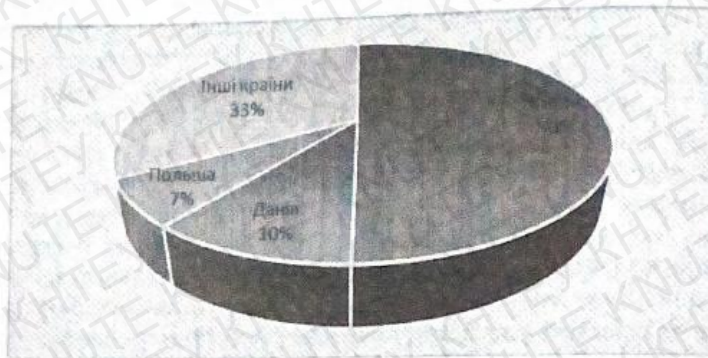


Рис. 4. Структура імпорту м'яких меблів за країнами у 2019 році, %
Розроблено автором на основі [13].

Чимало продукції меблевого сегменту Україна експортує. Підписання Угоди про асоціацію з ЄС сприяло виходу підприємств на європейський ринок. Тому вітчизняні меблі набувають популярності серед іноземних компаній, а від цього конкуренція тільки зростатиме. Основними країнами-призначення є Польща, Німеччина, Данія, Білорусь, Румунія, Австрія, Бельгія та інші. Країни-лідери серед експорту станом на 2019 рік – Польща, Німеччина та Данія (рис. 5).

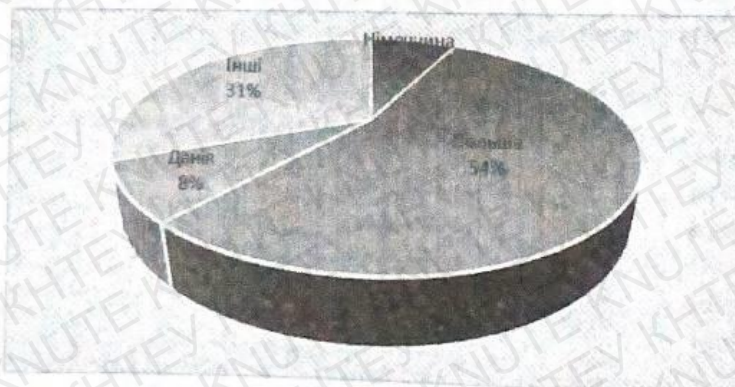


Рис. 5. Структура експорту м'яких меблів за країнами у 2019 році, %
Розроблено автором на основі [13].

Виробництво м'яких меблів не одна з тих галузей промисловості, де експорт завжди переважає імпорт. Проте як обсяги імпорту, так і експорту за останні п'ять років мають тенденцію до зростання. (рис. 6). Це пояснюється розширенням асортименту та

Продовження додатку А

удосконаленням наявної продукції відповідно до попиту як у зарубіжних так і у вітчизняних виробників. Одна з причин яка вплинула на стан експорту – складна економічна ситуація в державі, що підштовхнуло виробників змінити географію держав-імпортерів українських меблів і збільшити потік експорту до держав ЄС [14].



Рис. 6. Обсяги імпорту та експорту м'яких меблів, за 2015 – 2019 роки, тис. дол. США
Розроблено автором на основі [11].

Відповідно даних рис. 6, у період з 2015 року по 2019 рік об'єм імпорту зріс на 54%, а експорту на 39%, це свідчить про позитивні зміни у структурі імпорту та експорту м'яких меблів. А в 2019 році обсяги експорту втричі більші за обсяги імпорту.

М'які меблі реалізуються в спеціальних меблевих салонах, магазинах, мультібрендових гіпермаркетах меблів. Найбільш активно зростаючий канал продажу на сьогодні – це онлайн-магазини. Тому практично всі виробники м'яких меблів стараються залучити цей канал збуту, зважаючи на те, що українці дедалі частіше купують товари в Інтернеті.

На основі проведеного аналізу можна засвідчити наявність наступних тенденцій розвитку ринку м'яких меблів:

- розробка нових дизайнерських рішень м'яких меблів. Споживачі втомилась від однотипних диванів серійного виробництва, тому необхідно залучити сучасних спеціалістів, які знають, як залучити нових клієнтів;
- удосконалення рекламних рішень. Розвиток реклами на ринку м'яких меблів розвивається досить повільно, порівнюючи з іншими галузями, тому необхідно активно співпрацювати з досвідченими фахівцями маркетингової та рекламної сфери, адже в теперішніх умовах якісна реклама – двигун процесу продажів ;
- зростання продажів в сегменті розкішних меблів. Ринок розкішних товарів набирає обертів, меблева ніша – не виняток, сучасний покупець готовий переплачувати за унікальність та комфорт [15].
- розвиток онлайн-продажів, відкриття нових інтернет-майданчиків для продажу. Обсяги інтернет-торгівлі з кожним днем лише збільшуються, тому важливо підхопити цю тенденцію, щоб не прогавити потенційного клієнта;
- зростання сегменту меблів з екологічно чистих матеріалів. XXI століття – час ощадливого виробництва та усвідомленого споживання. Екологічність та безпечність – це чи не найважливіша тенденція для будь-якої виробничої сфери. [16].
- в умовах пандемії набуває популярності дистанційна робота та фріланс, тому виробникам варто звернути увагу на сегмент м'яких меблів для домашнього офісу;

- популярність багатофункціональних комплексних меблів. Все більше з'являється варіантів малогабаритного житла на одну-дві особи, де квадратні метри не дозволяють використовувати багато меблів, тому головну роль відіграє саме функціональність.

Проте, незважаючи на значну кількість тенденцій, ринок м'яких меблів має певні труднощі. Основні стримуючі фактори розвитку виробництва меблів в Україні:

- підвищення вартості на сировину і комплектуючі [17]. З кожним роком ціни на сировину та комплектуючі для виробництва м'яких меблів в Україні зростають – тому доводиться підвищувати ціну і на товари. Та не завжди зростання доходів громадян випереджає інфляцію, відповідно, пересічному споживачеві стає все складніше дозволити собі частіше купувати речі не першої необхідності. Через це зростає частка нереалізованої продукції;

- нестача кваліфікованих кадрів. Для меблевого ринку нашої країни характерні застарілі технології, обладнання, знання працівників. Для такої галузі не типовим явищем є навчання колективу, а вже досвідчених працівників лишається все менше, тому що кваліфіковані працівники подібних галузей все частіше виїжджають працювати закордон;

- додаткові витрати у вигляді витрат на зберігання і логістику. Більшість представлених на вітчизняному ринку виробників м'яких меблів тільки починають запроваджувати основні логістичні принципи, зазнаючи значних фінансових витрат. Проте підприємці, які це вчасно зрозуміли і витратили частину своїх коштів на зберігання та ефективну логістику – з часом займатимуть або вже займають лідируючі позиції, а ті, хто працює за старими правилами гри – втрачатимуть потенційних клієнтів;

- нелояльна податкова політика держави. Нестабільність податкового законодавства, надмірний податковий тиск на платників податків та нерівномірність податкового тягара негативно впливають на будь-яку підприємницьку діяльність в цілому.

- відсутність інвестицій. Через нестабільний економічний стан, високий рівень корупції, нестабільний валютний курс та ряд інших причин, зарубіжні капіталовкладники остерігаються інвестувати в український бізнес [15].

- вплив пандемії COVID-19. Постійні карантинні обмеження, відсутність підтримки підприємців з боку держави в період пандемії, високий рівень захворюваності та безробіття вплинули на те, що значна частка виробників збанкрутували і були змушені припинити свою діяльність, а звичайний споживач не міг дозволити собі купувати м'які меблі;

Проведений аналіз ринку засвідчив, що ринок м'яких меблів постійно розвивається, обсяги виробництва зростають (приріст на 7% в період з 2017 по 2019 рр.), не дивлячись на стримуючі фактори. У структурі імпорту та експорту переважає експорт, при цьому їх показники також зростають (за останні 5 років об'єм імпорту зріс на 54%, а експорту на 39%). Торгівля з європейськими країнами набирає обертів: Українські меблі все частіше замовляє Польща, Данія, Німеччина, Австрія. Ринок м'яких меблів має достатньо тенденцій до зростання, застосовуючи нові підходи у виробництві та розробці нових моделей з врахуванням всіх вимог попиту, особливо цінових факторів, а також сприяючи розвитку торгівлі через Інтернет.

Список використаних джерел

1. Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку української меблевої промисловості. Травень, 2018. URL : <https://uafm.com.ua/wp-content/uploads/2018/07/dorozhnya-karta-dlya-rozvytku-meblevogo-sektoru-ukrayiny.pdf>
2. Білик М.С., Боляновська Д.С., Здрок О.В., Мамчин Р.О. Дослідження ринків збуту меблевої продукції України. 2003. С. 28–34.
3. Шевченко Г. С., О.Р. Прокопович. Аналіз стану меблевого ринку як метод прийняття маркетингових рішень. Науковий вісник НЛТУ України. Львів, 2008. №18. С. 110–113.

4. Саганюк М. П. Стратегія розвитку деревообробної та меблевої промисловості. 2008. С. 46–50.
5. Усик С. П. Розвиток сектору меблів: проблеми та перспективи. 2008. С. 58–65.
6. Туніцький Н. Критерії сегментації вітчизняного споживчого ринку елітних меблів / Вісник КНТЕУ України. Київ, 2010. № 1. С. 33–42.
7. Кондратюк Т. О. Аналіз ринку меблів в Україні. URL : <http://www.ukrnauka.com>
8. Костюк Г. В. Розвиток підприємницької діяльності на ринку меблів України. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua>
9. Козка О. Меблевий сектор : Газета «Природа і суспільство». URL : <https://ekoinform.com.ua/?p=5507>
10. Меблевий бізнес в Україні. Особливості національного ринку. 8 липня, 2017. URL : <https://gordonua.com/ukr/news/business/-meblevij-biznes-v-ukrajini-osoblivosti-natsionalnogo-rinku-196595.html>
11. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Орест Кійко. У пошуках принца або три історії про виробництво меблів в Україні. URL : <https://tmvd.nltu.edu.ua/orrest-kiiko-u-poshukakh-pryntsa-abo-try-istorii-pro-vyrobnytstvo-mebliv-v-ukraini-chastyna-persha/>
13. Державна фіскальна служба України. URL : <http://sfs.gov.ua/>
14. Патіс В. Р. Весна на ринку меблів. *Галицькі контракти*. 2001. № 14. С. 22-25.
15. Огляд ринку меблів в Україні : тенденції розвитку. 2018. URL: <https://rubarbs.com/ua/article/oglyad-rinku-mebliv-v-ukraini-tendentsii-rozvitku>
16. Панченко Ю. З меблями на вихід: як галузь робить перші кроки на ринку ЄС. URL : <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/11/15/7057254/>
17. Ринок меблів в Україні. URL : <http://navro.org/rinok-mebliv-v-ukra%D1%97ni/>

Робота виконана під науковим керівництвом канд. техн. наук, доцента
АНТЮШКА Д. П.

ЯКІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЧЕРВОНОЇ СОЧЕВИЦІ В УКРАЇНІ

КАМІНСЬКА В., 2 курс ФТМ КНТЕУ,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
спеціалізація «Товарознавство і комерційна логістика»

В статті проаналізовано стан ринку сочевиці в Україні, наведено обсяги виробництва, розглянуто основні види сочевиці та визначено тенденції і прогнози розвитку ринку в Україні. Наведено результати експертизи зразків червоної сочевиці.

The article analyzes the state of the lentil market in Ukraine, presents production volumes, considers the main types of lentils and identifies trends and forecasts of market development in Ukraine. The results of examination of red lentil samples are given.

Актуальність. Станом на перше десятиліття XXI століття найбільші площі вирощування сочевиці зосереджено в Індії, Канаді, Туреччині, Непалі, Ірані. У Центральній Європі поширення її обмежене. Для України ця культура не нова. Вона досить широко

Зовнішній вигляд обраних моделей диванів

Назва моделі	Виробник	Зображення
«ФБЮЖН»	ТОВ «НСТ Альянс» (Україна)	
«Рест»	ПП «Модерн» (Україна)	
«Bonito Carruccino»	Фабрика «DeltaSalotti» (Італія)	
«Челсі»	ТОВ «Матролюкс »	
«Дипломат»	ТОВ «Диванофф»	

Додаток В

Оцінка експертами показників якості диванів

Модель дивану, виробник	Показник	Експертна оцінка показників, бали				Середнє значення
		1	2	3	4	
«Фьюжн», ТОВ «НСТ Альянс» (Україна)	X1	4	5	5	5	4,75
	X2	5	5	5	5	5
	X3	5	5	4	5	4,75
	X4	5	5	5	5	5
	X5	5	5	4	5	4,75
	X6	5	5	5	5	5
	X7	5	5	5	5	5
	X8	5	5	5	5	5
	X9	5	5	5	5	5
	X10	5	5	5	5	5
«Рест», ПП «Модерн» (Україна)	X1	4	5	4	4	4,25
	X2	4	4	5	4	4,25
	X3	5	5	5	4	4,75
	X4	4	4	4	4	4
	X5	5	5	5	5	5
	X6	4	4	4	4	4
	X7	3	3	4	4	3,5
	X8	4	4	4	4	5
	X9	5	5	5	5	5
	X10	5	5	5	5	5
«Bonito Cappuccino», фабрика «DeltaSalotti» (Італія)	X1	5	5	5	5	5
	X2	4	5	5	5	4,75
	X3	5	5	5	4	4,75
	X4	4	4	4	4	4
	X5	4	5	5	5	4,75
	X6	5	5	5	5	5
	X7	5	5	4	4	4,5
	X8	5	5	5	5	5
	X9	5	5	5	5	5
	X10	5	5	5	5	5
«Челсі», ТОВ «Матролюкс» (Україна)	X1	5	5	5	5	5
	X2	5	5	5	5	5
	X3	5	5	5	4	4,75
	X4	5	5	5	5	5
	X5	4	4	5	4	4,25
	X6	4	4	4	4	4
	X7	5	5	5	5	5
	X8	5	5	5	5	5
	X9	5	5	5	5	5

Продовження додатку В

«Дипломат», ТОВ «Диванофф» (Україна)	X1	5	5	5	5	5
	X2	4	4	5	5	4,5
	X3	5	5	5	4	4,75
	X4	4	4	4	4	4
	X5	3	4	3	4	3,5
	X6	5	5	5	5	5
	X7	3	5	4	4	4
	X8	5	5	5	5	5
	X9	5	5	5	5	5
	X10	5	5	5	5	5