

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Торгово-экономический институт
Кафедра товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
И.В. Кротова
подпись инициалы, фамилия
«ИВ» 06 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.07 Товароведение

Профиль 38.03.07.04 Товарный менеджмент

«Формирование торгового ассортимента мебельных товаров в «Красноярской
мебельной компании» и разработка рекомендаций по его совершенствованию»

Научный руководитель И.В. Кротова 16.06.16 доцент, канд. тех. наук Е.А. Демакова
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник И.В. Кротова 15.06.16 ТМ-12-1 Р.А. Гурбанов
подпись, дата группа инициалы, фамилия

Нормоконтролер И.В. Кротова 16.06.16 доцент, канд. тех. наук Е.А. Демакова
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме: «Формирование торгового ассортимента мебельных товаров в «Красноярской мебельной компании» и разработка рекомендаций по его совершенствованию» содержит 87 страниц текста, 26 использованных источников, 6 приложений.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: МЕБЕЛЬ, АССОРТИМЕНТ МЕБЕЛИ, ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА МЕБЕЛИ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА МЕБЕЛИ.

Предмет исследования – мебель.

Объект исследования – предприятие ООО «Красноярская мебельная компания».

Цель бакалаврской работы – исследование торгового ассортимента мебельных товаров в ООО «Красноярская мебельная компания» и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Задачи бакалаврской работы:

- оценить факторы, формирующие торговый ассортимент мебели;
- дать товароведную характеристику изделиям в торговом зале;
- исследовать показатели ассортимента мебели;
- оценить качество изделий, представленных в торговом зале магазина;
- исследовать маркировку и другую информацию для потребителей мебели в магазине «КМК»;
- оценить совершенствование ассортимента мебели в ООО «КМК» на основе результатов АВС-анализа;
- разработать рекомендации по улучшению качества реализуемой мебели в ООО «КМК».

В ходе выполнения бакалаврской работы был проанализирован ассортимент мебели в магазине «КМК» за последние годы, проведена экспертиза качества мебели в ООО «Красноярская мебельная компания». На основании полученных результатов были сформированы рекомендации по совершенствованию торгового ассортимента мебели в ООО «Красноярская мебельная компания».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Факторы, формирующие торговый ассортимент мебели	6
1.1 Классификация мебели	6
1.2 Состояние производства мебели в РФ	17
1.3 Направления развития ассортимента мебели	20
2 Анализ ассортимента мебели в магазине «КМК»	25
2.1 Товароведная характеристика изделий, представленных в торговом зале	25
2.2 Анализ показателей ассортимента мебели	41
2.3 Контроль качества изделий, представленных в торговом зале	49
2.4 Анализ маркировки и другой информации для потребителей мебели в магазине «КМК»	59
3 Разработка рекомендаций по совершенствованию ассортимента мебели в ООО «КМК»	63
3.1 Совершенствование ассортимента на основе результатов АВС-анализа	63
3.2 Рекомендации по улучшению качества реализуемой мебели	66
Заключение	72
Список использованных источников.....	77
Приложения	80

ВВЕДЕНИЕ

Российский мебельный рынок претерпевает в последние годы серьезные изменения. Не последнюю роль в этом процессе сыграл мировой экономический кризис. По мнению экспертов, ведущие отечественные и иностранные производители мебели по-разному преодолели это нестабильное время. Российский рынок мебели является все более привлекательным для иностранных поставщиков. С началом глобальной инфляции давление импорта (особенно в низком и среднем ценовом сегменте) усилилось. Растут объемы поставок из Китая и Белоруссии, и этот рост связан с меньшей там стоимостью рабочей силы. Российскому производителю всё труднее конкурировать с ними по уровню издержек. Мебельный сегмент всегда был очень тесно связан с тенденциями моды, с актуальными направлениями в интерьерной индустрии. Формируют его потребительские предпочтения. А они в настоящее время всё больше склоняются в сторону технологичных решений и промышленного дизайна.

Выбор мебели для покупателя – ответственный, трудный и зачастую требующий большого количества времени процесс, поэтому покупатель придает большое значение тому, кто является производителем, какая обивка будет на их диванах, насколько функциональны, красивы и эстетичны выбранные изделия и т.д. Если рассматривать рынок в целом, то основную его часть всегда составляла мебель с мягкими элементами. Однако в настоящее время здесь наблюдаются изменения: увеличивается рост рынка спальной и детской мебели, стационарных кроватей, мебели для гостиной за счет уменьшения сегмента мебели с мягкими элементами. Это связано с изменениями в укладе жизни россиян. Раньше мебель была в первую очередь украшением интерьера. Теперь на первый план выходит ее простота и функциональность. Несмотря на новые тенденции, предпочтение отдается местным производителям, которым покупатель доверяет. С приходом на рынок

иностранных поставщиков у покупателей появилась возможность сравнивать, поэтому требования, предъявляемые к мебели, выросли [16].

В условиях не стабильной ситуации в стране для успешной работы торгового предприятия необходимо четко и правильно представлять, а также уметь превращать на практике политику формирования ассортимента, качества и конкурентоспособности товара, вовремя реагировать на все внутренние и внешние изменения, поэтому очень важно разбираться во всех тонкостях этого направления деятельности торгового предприятия [10]. В конечном счете именно от того насколько правильно выбрана политика по формированию ассортимента, качества и конкурентоспособности продукции, зависит и конечный результат деятельности торгового предприятия, что формирует актуальность выбранной темы бакалаврской работы.

Целью бакалаврской работы является исследование торгового ассортимента мебельных товаров в ООО «Красноярская мебельная компания» («КМК») и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Предмет исследования – мебель. Объект исследования – предприятие ООО «Красноярская мебельная компания».

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- оценить факторы, формирующие торговый ассортимент мебели;
- дать товароведную характеристику изделиям в торговом зале;
- исследовать показатели ассортимента мебели;
- оценить качество изделий, представленных в торговом зале магазина;
- исследовать маркировку и другую информацию для потребителей мебели в магазине «КМК»;
- оценить совершенствование ассортимента мебели в ООО «КМК» на основе результатов АВС–анализа;
- разработать рекомендации по улучшению качества реализуемой мебели в ООО «КМК».