

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет _____ Інфокомунікацій _____
(повна назва)

Кафедра _____ Інформаційно-вимірювальних технологій _____
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА Пояснювальна записка

рівень вищої освіти _____ другий (магістерський) _____

Розробка методики оцінювання якості взуття

Виконав:

здобувач __2__ року навчання,
групи __ЗЯ_м-23-1__

_____ Василющенко Л.В.

(прізвище, ініціали)

Спеціальність __175 Інформаційно-
вимірювальні технології__

(код і повна назва спеціальності)

Тип програми __освітньо-професійна__
(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Освітня програма __Забезпечення якості__

(повна назва освітньої програми)

Керівник _____ доц. Козлов Ю.В

(посада, прізвище, ініціали)

Допускається до захисту

Зав. кафедри

_____ (підпис)

_____ Захаров І.П.

(прізвище, ініціали)

2025 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет _____ Інфокомунікацій _____
 Кафедра _____ Інформаційно-вимірювальних технологій _____
 Рівень вищої освіти _____ другий (магістерський) _____
 Спеціальність _____ 175 Інформаційно-вимірювальні технології _____
 (код і повна назва)
 Тип програми _____ освітньо-професійна _____
 (освітньо-професійна або освітньо-наукова)
 Освітня програма _____ Забезпечення якості _____
 (повна назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав. кафедри _____
(підпис)

« _____ » _____ 20 ____ р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

здобувачеві _____ Василющенко Ліни Віталіївни _____
 (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ Розробка методики оцінювання якості взуття _____

затверджена наказом університету від 12.11.2024 р. № 1202Ст _____

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії 10.01. 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи _____

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі _____

4.1. Виробництво взуття та якість

4.2. Об'єкти і методи дослідження

4.3. Аналіз структури асортименту за різними класифікаційними ознаками

4.4. Експертиза якості жіночого шкіряного взуття

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п.5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри) _____

5.1 Презентація

6. Консультанти розділів роботи (п.6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п.1)

Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	доц. Козлов Ю.В.		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН


№	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз сучасного стану проблеми та методів її вирішення	15.11.2024	
2	Підготовка довідкових матеріалів та даних для розробки основної частини	19.11.2024	
3	Розробка основної частини	03.12.2024	
6	Написання пояснювальної записки	06.12.2024	
7	Підготовка презентації	03.01 2025	
8	Представлення закінченої дипломої роботи на кафедрі	07.01.2025	

Дата видачі завдання _____ 2024 р.

Здобувач

(підпис)

Керівник роботи



 (посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до магістерської кваліфікаційної роботи містить 68 сторінок, 15 таблиць, перелік посилань з 16 назв.

Об'єкт дослідження – система оцінювання якості взуття.

Метою даної дипломної роботи є аналіз структури асортименту та розробка методики оцінювання якості жіночого шкіряного взуття представленого у ТОВ «Інтертоп».

Поставлена мета визначила такі завдання:

- визначити проблеми підвищення якості та шляхи їх вирішення;
- визначити фактори, що формують якість шкіряного взуття;
- дати опис об'єктам та методам дослідження;
- провести аналіз структури асортименту жіночого шкіряного взуття за різними класифікаційними ознаками;
- розробити методики оцінювання якості жіночого шкіряного взуття органолептичним та експертним методом.

На основі проведеного аналізу та експертизи якості взуття необхідно сформулювати висновки та рекомендації та направити їх товарознавцям торгового відділу та керівництву підприємства ТОВ «Інтертоп».

Методи дослідження – аналітичні та чисельні.

**КВАЛІМЕТРІЯ, ВЗУТТЯ, ПОКАЗНИК ЯКОСТІ, ЕКСПЕРТНЕ
ОЦІНЮВАННЯ**

ABSTRACT

The explanatory note to the master's qualification thesis contains 68 pages, 15 tables, a list of references from 16 titles.

The object of research is the footwear quality assessment system.

The purpose of this thesis is to analyze the structure of the assortment and develop a methodology for assessing the quality of women's leather footwear presented at Intertop LLC.

The goal set defined the following tasks:

- identify quality improvement problems and ways to solve them;
- identify factors that shape the quality of leather footwear;
- describe the objects and methods of research;
- analyze the structure of the assortment of women's leather footwear according to various classification features;
- develop methods for assessing the quality of women's leather footwear by organoleptic and expert methods.

Based on the analysis and examination of the quality of footwear, it is necessary to formulate conclusions and recommendations and send them to commodity experts of the sales department and the management of Intertop LLC.

Research methods are analytical and numerical.

QUALIMETRICS, FOOTWEAR, QUALITY INDICATORS, EXPERT EVALUATION

ЗМІСТ

Скорочення та умовні позначки	7
Вступ	8
1. Виробництво взуття та якість	10
1.1 Сучасні завдання взуттєвої галузі	10
1.2 Номенклатура показників якості взуття	18
2.Об'єкти і методи дослідження	20
2.1.Об'єкти дослідження	20
2.2. Методи дослідження	22
3.Аналіз структури асортименту за різними класифікаційними ознаками ..	27
4. Експертиза якості жіночого шкіряного взуття.....	49
4.1. Експертиза якості жіночого шкіряного взуття органолептичним методом	49
4.2. Експертиза якості жіночого шкіряного взуття експертним методом.....	53
Висновки	59
Література	64
Додаток А	67

СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАКИ

УЯП - управління якістю продукції

ОПЯ - одиничний показник якості.

КПЯ - комплексний показник якості

ІПЯ - інтегральний показник якості

МВ - механічні властивості

ВСТУП

Взуття займає важливе місце в гардеробі сучасної жінки і є предметом першої необхідності. Воно захищає ноги від негативного впливу навколишнього середовища-холоду, надмірної спеки, вологості, пилу, бруду та механічних пошкоджень, а також є прикрасою людини.

З у світовій економіці вплинули і на взуттєву промисловість. Уважне і всебічне вивчення конкретної ситуації на ринку певного товару і перспектив її зміни є однією з найважливіших передумов розвитку взуттєвого виробництва і підвищення його ефективності. Останнім часом з'явилося багато нових і більш модних моделей жіночого шкіряного взуття, як вітчизняного, так і імпортного виробництва, які краще задовольняють зростаючий попит населення на багато видів взуття. Проблема полягає в необхідності забезпечення повноти асортименту шкіряного взуття, поліпшення якості та зовнішнього вигляду шкіри і створення умов, що дозволяють покупцям в найкоротші терміни придбати потрібний розмір і модель. У зв'язку з цим торговельним підприємствам, які стикаються з жорсткою конкуренцією, важливо вибрати правильну асортиментну політику і повністю задовольнити зростаючий попит населення на конкурентоспроможне, якісне взуття.

Тому тема даної роботи є актуальною.

Метою даної роботи є аналіз структури асортименту та дослідження якості жіночого шкіряного взуття, яке пропонує ТОВ «Інтертоп». Ця мета визначила наступні завдання:

- визначити проблеми підвищення якості та шляхи їх вирішення;
- визначити фактори, що формують якість шкіряного взуття;
- дати опис об'єктам та методам дослідження;
- провести аналіз структури асортименту жіночого шкіряного взуття за різними класифікаційними ознаками;
- провести експертизу якості жіночого шкіряного взуття органолептичним, соціологічним та експертним методом.

Важливим завданням є вивчення асортиментної політики підприємства.

Для цього необхідно вивчити:

- номенклатуру продукції та асортимент товарів;
- фактори формування асортименту товарів: визначення сфери діяльності підприємства, вивчення купівельного попиту та цінової політики підприємства.

На основі проведеного аналізу та експертизи необхідно сформулювати висновки та рекомендації та направити їх товарознавцям торгового відділу та керівництву підприємства ТОВ «Інтертоп».

1. ВИРОБНИЦТОВО ВЗУТТЯ ТА ЯКІСТЬ

1.1 Сучасні завдання взуттєвої галузі

Деякі виробники взуття виробляють взуття, орієнтуючись переважно на модні тенденції та не беручи до уваги фактичну стать, вік і тип потреб, а також зростання різних вікових груп і вагових категорій. Це призвело до того, що залишки на складах більшості виробників взуття у сезоні 2018-2019 років були значно вищими, ніж очікувалося, що вплинуло на обсяги виробництва у сезоні 2019-2020 років. Не врахування специфіки форми та розміру стоп споживачів, умов експлуатації та багатьох інших факторів створює низку проблем, пов'язаних з низькою екологічністю виробленого взуття, з одного боку, та незадоволеним попитом на взуття з боку значної частини населення, з іншого.

Більшість взуття, що виробляється сьогодні, виготовляється з модних імпорتنих компонентів, які мають низьку якість і тому є дорогими. Ці проблеми є наслідком змін в організації виробництва взуття, які призвели до того, що підприємства-виробники були повністю ізольовані одне від одного.

Взуттєва промисловість за радянських часів не мала тих проблем, які існують сьогодні, а тому вони ніколи не вивчалися і чекають на вирішення.

Виробники взуття опинилися в умовах безпрецедентної конкуренції, як між виробниками взуття, так і з взуттям, що імпортується з усього світу. Відсутня практична підтримка з боку державних та приватних підприємств в плані надання методичної та нормативної документації або пропозиції конкретних розробок щодо форми та параметрів устілок, каблуків, формованих підошов та всіх інших складових взуття.

Слід зазначити, що, незважаючи на певні проблеми, такі як скорочення або припинення виробництва взуття колись процвітаючими взуттєвими фабриками, є й позитивні результати. Це стосується компаній, які виробляють конкурентоспроможне взуття на світовому рівні в умовах реальної конкуренції. Окрім відповідності модним тенденціям, для того, щоб партійний продаж готового взуття був успішним, необхідно виконати наступні умови

- Внутрішня форма і параметри взуття повинні відповідати формі і розміру стопи населення в регіоні, де планується продаж.

- Тип, використання та вартість взуття повинні відповідати місцевим кліматичним умовам та рівню життя.

Поряд з основним завданням забезпечення населення довговічним взуттям у виробництві взуття спеціального призначення також існують проблеми.

Наприклад, багато галузей промисловості вимагають використання спеціального взуття, що пов'язано з технічними особливостями виробництва. Армійське взуття, призначене для різних військових формувань, також є досить багатофункціональним взуттям з точки зору експлуатації. І, нарешті, спортивне взуття, яке розробляється з урахуванням вимог різних видів спорту. Умови, в яких носять ці та інші види взуття (наприклад, робоче), характеризуються більш високими навантаженнями і більшою схильністю до зовнішніх впливів, ніж звичайне повсякденне взуття.

Розробка і виробництво взуття спеціального призначення вимагає ретельного вивчення вимог до конструктивних і експлуатаційних характеристик взуття, що, в свою чергу, вимагає досить глибоких науково-дослідних, експериментальних і дослідно-конструкторських робіт. Діючий господарський механізм поки що не забезпечує прискорених темпів оновлення техніки і технологій, якість і конкурентоспроможність продукції є низькими, а інноваційна активність підприємств - недостатньою. Тому основним напрямом вирішення науково-технічних проблем та стимулювання інноваційної діяльності підприємств є забезпечення потреб промисловості в сучасних технологіях, прогресивних хімічних і комплектуючих матеріалах, нових поколіннях обладнання та високоефективних економічних моделях створення високотехнологічних виробництв.

У сучасній літературі ці питання вже почали розглядатися. Наприклад, в результаті експериментальних досліджень, проведених в Інституті технології виробництва шкіри Дніпровського науково-виробничого об'єднання шкіряно-

взуттєвої промисловості, розроблено принципово новий підхід до усунення вади відпарювання, що базується на ефекті структурування колагену дерми під впливом реакційноздатних органічних сполук при рН 8,0 та його конденсаційної здатності при рН 5,0 розроблено. В якості такої сполуки було синтезовано органічний дубитель «Норд». Готова дублена шкіра характеризувалася м'якістю, еластичністю, «прошитою» поверхнею та однорідністю властивостей по всьому рельєфу. Нова технологія дозволяє зменшити пропарювання в 2,5+3 рази в порівнянні з технологією, що використовується на заводі. Беручи до уваги дефіцит сировини, варто зазначити, що витрата сировини на 100 квадратних метрів готової шкіри при використанні нової технології на 7% нижча, ніж при використанні заводської технології.

Великий інтерес викликає можливість комплексної зміни властивостей волокнистих взуттєвих матеріалів, поліпшення якості взуття та вдосконалення процесу його виробництва шляхом обробки їх у потоці високочастотної плазми низького тиску. Основною перевагою цього методу є відсутність хімічних змін на обробленій поверхні, що підтверджується результатами рентгенівського аналізу.

Наразі шкіряні заводи все більше цікавляться хімічними матеріалами вітчизняного виробництва. Інститутом технології нового асортименту шкір Центрального науково-дослідного і проектно-конструкторського інституту технології шкіряного виробництва проведено ряд досліджень з розробки та освоєння виробництва нових хімічних матеріалів для процесів фарбування і дублення при виробництві натуральних шкір. Ці хімічні речовини використовуються в роботі більш ніж 20 з 40 шкіряних заводів, серед яких, наприклад, ТОВ «Кожсервіс», ЗАТ «Хромтан», ТОВ «Фірма “Шкіра” і ТОВ “Шевро”.

Результатом роботи іноземних фахівців взуттєвої галузі стали нові технічні рішення з виготовлення та конструювання взуття.

Наприклад, у своїх винаходах японські та німецькі фахівці велику увагу приділили методам і матеріалам, що використовуються при виготовленні задника.

Наприклад, для виготовлення основи устілки домашнього взуття японські вчені запропонували тканину, що містить синтетичні волокна з низькою і високою температурою плавлення, яку нагрівали до температури, близької до температури плавлення низькотемпературних волокон, поміщали у відповідну форму і охолоджували під тиском для формування поглиблення на внутрішній поверхні устілки. Паперовий шар, просочений латексною смолою, також використовується як основа для підкладки.

Геніальний метод виробництва черевиків шляхом формування оболонки запропонували німецькі фахівці. Відлита оболонка охоплює п'яту, як ортез, і з'єднується з халявою. П-подібна пройма в задній частині литої оболонки охоплює сухожилля стопи з усіх боків.

Британські та французькі винахідники запропонували цікаві конструкції знімних підборів і способи зміни їхньої висоти. Описано три варіанти кріплення знімного каблука: гвинт, каблучний паз у формі ластівчиного хвоста з гребенем в перерізі, що відповідає перерізу каблука, і пристрій, в якому гвинт вкручується в каблук збоку і взаємодіє з пластиною, прикріпленою до верху взуття. Існує також конструкція взуття, в якій каблук залишається вертикальним і змінює висоту без необхідності додавання або видалення будь-яких компонентів.

З цією метою по контуру задника передбачена напрямна канавка, вигнута по дузі кола відповідно до кривизни задника, а по контуру підошви - підошва, по якій за допомогою шплінта можна змінювати висоту каблука. Багато винаходів було присвячено вдосконаленню конструкції підошов з метою поліпшення експлуатаційних характеристик підошов, таких як гнучкість, вага, стійкість до стирання і гігієнічність. Для зменшення ваги підошви в багатьох винаходах запропоновано різні конструкції внутрішніх порожнин у підошві. Порожнини сконструйовані таким чином, що утворюють повітропроникну систему, яка складається з ряду з'єднаних між собою повітряних камер. Повітряні канали

служать сполучною ланкою між внутрішньою частиною взуття та деякими повітряними каналами.

Також цікавою є пропозиція французьких та швейцарських вчених забезпечити стійкість до стирання та пластичні властивості за рахунок конструктивних особливостей підошви. Наприклад, конструкція підошви характеризується амортизаційними елементами на зовнішній стороні п'яти, елементами проти скручування, розміщеними на висоті підошви, що згинається, та елементами пластичності, розміщеними ближче до носка в області плеснової кістки. Прототип водонепроникної/дихаючої підошви був запропонований в американському винаході: вона складається з трьох шарів, перший (зовнішній) - протектор, другий (відкритий зовнішній край) - водонепроникна, але паропроникна мембрана і третій (внутрішній) - виготовлений з водонепроникного матеріалу з отвором посередині.

Сучасна мода стимулювала створення нового типу взуття, описаного в патентних документах, а саме: взуття з гігієнічними картриджами. Пропонується взуття зі змінними гігієнічними картриджами. Такий картридж вставляється в отвір у п'яті, закріплюється гвинтами і може бути легко замінений. Картриджі містять дезодоранти та дезінфікуючі засоби. Верхня поверхня підошви покрита сітчастою трубкою, з'єднаною з камерою, що містить гігієнічний картридж. Підошва взуття вкрита пористою устілкою. Під час ходьби картриджі періодично стискаються, і їхній вміст витікає на ногу користувача через трубки в підошві та пористу устілку.

«Ароматизоване взуття» - запропоновано розміщувати пристрої, що випромінюють приємні запахи, в різних частинах взуття. У п'яті є порожнини, одна з яких веде у внутрішню порожнину взуття, а інша - в атмосферу. При ходьбі порожнини спочатку заповнюються повітрям з атмосфери, а потім, коли п'ята стискається, це повітря нагнітається у внутрішню порожнину взуття і вентилується.

Взуття з повітряним охолодженням. У центральній частині підошви взуття розташовані комірочки, які виконують роль насосів. Кожна комірочка

заповнена пористим матеріалом і з'єднана з атмосферою через носок незалежними повітряними каналами. Під час ходьби повітря через комірки нагнітається у взуття, охолоджується, а потім випускається в атмосферу.

Новий дизайн взуття. Пропонується взуття з інтегрованою системою рекуперації енергії. Система складається з жорсткого каркасу з еластичною сіткою, розміщеною в носковій і п'ятковій частинах підошви. Під сіткою в устілці є отвори, які дозволяють розтягуватися. Ці отвори закриті прозорим пластиком. Це робить ходьбу легшою, а взуття м'якшим.

Спортивне взуття. До спортивного взуття було запропоновано прикріплювати жорстку конструкцію для підтримки стопи. Ця конструкція кріпиться до верхньої частини взуття і охоплює підошву, боки та частково задник взуття. У підошві спортивного взуття пропонується передбачити паз, розташований в місці з'єднання підошви і верху. Це дозволяє кріпити до взуття додаткові підошви, що містять спорядження для різних видів спорту (ковзани, роликові ковзани, лижні кріплення тощо).

В останні роки все більш очевидними стають нові тенденції в моді, в тому числі і у взутті. Класична мода відійшла від функціональності в бік декоративної надмірності. Зручність і комфорт відійшли на другий план і стали менш помітними, натомість пропагується вишукана розкіш і елегантність.

Багатство і розкіш підкреслюють матеріали, з яких виготовляють сумки, ремені та взуття. У моді лаковані натуральні та штучні шкіри, блискучі золоті та срібні шкіри, візерунки та рельєфні принти у вигляді екзотичних тварин, таких як страуси, крокодили та пітони, оскільки мода 60-х та 80-х років сильно вплинула на сучасну взуттєву моду, з прямими халявами та високі чоботи, облягаючі в литці і вільні в щиколотці, зі складками-гармошками, що нагадують козацькі чоботи, популярні в 1980-х роках. Модними залишаються чоботи, які облягають всю ногу, іноді дуже високі, вище коліна.

Порівняно з минулим, роль чобіт незмірно зросла, і тепер їх пропонують не лише як верхній одяг, але і як предмет, що доповнює сукні і навіть дорогі туалети. Носок чобіт вузький і загострений, підбори різних розмірів, але

особливо модними є високі, витончені підбори, схожі на шпильки. Звичайно, таке взуття не дуже зручне в носінні.

Вишукане класичне взуття неможливо уявити без туфель-човників на високих підборах, моделей з ремінцями, що переплітаються, і туфель з відкритою п'ятою і носком. Характерною деталлю цих моделей є тонкий ремінець або круглий шнур, який кріпиться на щиколотці.

Після періоду майже повної відсутності декору знову в моді взуття з багатою вишивкою, бісером, вузькими кантами та ажурними вставками. У моді поєднання різних кольорів і фактур матеріалів верху: матових і глянцевих, гладких і рельєфних, ажурних і щільних, однотонних і з принтом. Поєднання красивої форми взуття з багато декорованими матеріалами створює відчуття розкішної елегантності на противагу задумливій агресивності 1990-х років.

Молодіжна мода запропонувала спортивне, рустикальне взуття, зручне і практичне, з широким носком. Багато моделей включають в себе елементи спортивних кросівок, такі як формована підошва, що перетікає на верх, м'які деталі на заднику і конструктивні елементи верху, такі як застібки на липучках. Використання прострочки, обплетення країв деталей, грубої контрастної строчки, обрізки країв виробу і часта відсутність проміжних деталей, таких як жорсткі задники і підносики - все це надає такому взуттю сільського, ремісничого вигляду і певної грубості, надаючи їм грубуватості.

Екологічно чисті продукти, в тому числі повстяне взуття, користуються все більшою популярністю. Зокрема, вовняна тканина, з якої виготовляється повстяне взуття, має цінну властивість «дихати», тобто регулювати вологість виробу відповідно до вологості в приміщенні. Валянки можна використовувати в усі пори року. Їх можна використовувати в повсякденному житті навіть влітку і вони особливо підходять для людей похилого віку. За допомогою певних технік можна виготовити кольорові валянки з меланжевими або муаровими візерунками, а також створити різноманітні візерунки на поверхні тканини. Наприклад, малюнки оленів або ведмежат.

Розроблено широкий асортимент взуття на повстяній підошві для різних національних та міжнародних споживачів. Для того, щоб забезпечити населення конкурентоспроможним та якісним взуттям, що є основним завданням взуттєвої промисловості, в першу чергу необхідно налагодити виробництво необхідних форм і компонентів для виробництва взуття, а саме: взуттєвих колодок, гелів, підносок, задників, каблуків, формованих підошов, підошовних збірок і устілок. Зрозуміло, що без наявності технічної погоджувальної документації неможливо чітко виробляти вищевказане взуття в потрібній кількості та в потрібному обсязі. З огляду на вищезазначене, експерти вважають, що перегляд багатьох старих стандартів та розробка змість них нових є абсолютно необхідним як перший крок до вирішення проблем, що існують у галузі.

1.2 Номенклатура показників якості взуття

Відповідно до ДСТУ ГОСТ 26167:2009 Взуття повсякденне. Загальні технічні умови нормуються такі показники

Таблиця 1.1 - Номенклатура показників якості взуття

Найменування показника якості	Позначення показника якості	Найменування властивості, що характеризується
1	2	3
1. Функціональні показники		
1.1 Довговічність		
1.1.1 Гарантійний термін носіння (експлуатації) взуття, дні	-	Міцність
1.1.1.1 Міцність ниткових кріплень деталей заготовок взуття, Н/см (кгс/см),	Р	Міцність
1.1.1.2 Міцність кріплення деталей низу, Н(кгс) Н(см) кгс(см),	-	Міцність
1.1.1.3 Міцність кріплення підбора, Н (кгс)	-	Міцність
1.1.1.4 Загальна та залишкова деформація піднесення та задника, мм	-	Формостійкість шкарпеткової та п'яtkової частини

Продовження таблиці 1.1		
1.2 Забезпечення функції руху		
1.2.1 Втомна міцність каблучно-тім'яної ділянки взуття, цикли	-	-
1.2.2 Зчеплення підошви з опорною поверхнею під час ходьби	-	Фрикційні властивості підошви (опір)
2. Ергономічні показники		
2.1 Фізіологічні показники		
2.1.1 Маса, кг (г)	-	-
2.1.2 Гнучкість, Н/см (кгс/см)	-	-
2.2 Антропометричні показники		
2.2.1 Формостійкість системи матеріалів, що імітують верх взуття, %	-	-
2.3 Гігієнічні показники		
2.3.1 Водопромокання взуття в динамічних умовах, мін	-	Гігієнічність
2.3.2 Паропроникність системи матеріалів, що імітують верх взуття, мг/см ² год	-	Гігієнічність
2.3.3 Вологопоглинання системи матеріалів, що імітують верх взуття, %	X	Гігієнічність
2.3.4 Питомий поверхневий електричний опір системи матеріалів, що імітують верх і низ взуття, Ом	P_s	Гігієнічність
2.3.5 Об'ємний питомий електричний опір системи матеріалів, що імітують верх та низ взуття, Ом см	P_v	Гігієнічність
2.3.6 Поверхнева щільність електричних зарядів системи матеріалів, що імітують верх і низ взуття, К/м ²	σ	Гігієнічність
2.3.7 Сумарний тепловий опір взуття, м ² К/Вт(м ² год °С/ккал)	$P_{\text{сум}}$	Теплозахисні властивості
3. Естетичні показники		
3.1 Силует, бали	-	Зовнішній вигляд
3.2 Зовнішній вигляд	-	Зовнішній вигляд
3.3 Внутрішнє оздоблення	-	Зовнішній вигляд

2. ОБ'ЄКТИ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Об'єкти дослідження

Об'єктами дослідження даної дипломної роботи є жіноче шкіряне взуття, представлене у ТОВ «Інтертоп».

Таблиця 2.1 - Опис об'єктів дослідження

Найменування об'єктів дослідження	Товарознавча характеристика об'єктів дослідження
1	2
1. Туфлі повсякденні	матеріал верху натуральна шкіра, з відкритою шкарпетковою частиною, матеріал низу шкірволон, колір матеріалу верху темно-бордовий, каблук середній, клейовий метод кріплення підошви, на союзці декоративний рядок,
2. Туфлі повсякденні	матеріал верху штучна шкіра, із закритою шкарпетковою частиною, колір матеріалу верху бежевий у поєднанні з коричневим, матеріал низу - шкірволон, каблук середній, клейовий метод кріплення підошви,
3. Туфлі-човники модельні	матеріал верху штучна замша, колір матеріалу верху темно-коричневий, матеріал низу поліуретан, клейового методу кріплення, каблук високий, на шкарпетці прикраси у вигляді декоративної пряжки, виробництво
4. Туфлі модельні	з верхом з натуральної шкіри, колір матеріалу верху чорний, матеріал низу поліуретан, клейового методу кріплення підошви, каблук – стовпчик високий, на союзці декоративне оздоблення – бант,
5. Напівчеревики весняно-осінні	з верхом зі штучної шкіри, колір матеріалу верху чорний, застібка «блискавка», матеріал низу поліуретан, клейового методу кріплення підошви, низький каблук,

Продовження таблиці 2.1

Найменування об'єктів дослідження	Товарознавча характеристика об'єктів дослідження
1	2
6.Напівчеревики весняно-осінні	з верхом з натуральної шкіри, колір матеріалу верху коричневий, матеріал низу шкіроподібна гума, клейового методу кріплення, із завуженою шкарпетковою частиною, каблук середній,
7.Напівчеревики весняно-осінні	з верхом з натуральної шкіри, колір матеріалу верху темно-коричневий, матеріал низу поліуретан, ливарного методу кріплення, каблук середній, на берцях прикраси у вигляді гудзиків,
8. Черевики модельні весняно-осінні	з верхом з натуральної шкіри, коричневого кольору, застібка у вигляді шнурівки на блочках, матеріал низу шкірволон, клейовий метод кріплення підошви, каблук середній (стовпчик), на берцях дві декоративні металеві пряжки,
9. Черевики повсякденні весняно-осінні	з верхом зі штучної шкіри, колір матеріалу верху чорний, підошва з непористої гуми, клейовий метод кріплення підошви, низький каблук, на заднику прикраса у вигляді кнопок, застібка у вигляді шнурівки на блочках,
10. Черевики повсякденні зимові	зі штучної шкіри, як утеплювач використано штучне хутро, колір матеріалу верху блідо-зелений, матеріал низу поліуретан, клейовий метод кріплення підошви, застібка «блискавка», каблук низький,
11.Напівчобітки модельні зимові	з верхом з натуральної шкіри, як утеплювач використано натуральне хутро мериносної вівці, застібка «блискавка», шкарпетка типу «качиний ніс», колір матеріалу верху чорний, матеріал низу шкірволон, клейовий метод кріплення підошви, каблук - стовпчик високий, на берцях декоративна металева пряжка,
12.Напівчобітки повсякденні весняно-осінні	з верхом зі штучної шкіри, колір матеріалу верху чорний у поєднанні з коричневим, на берцях вставки з текстильного матеріалу, матеріал низу шкірволон, клейовий метод кріплення підошви, каблук – стовпчик середній,
13. Чоботи весняно-осінні	з верхом із штучної замші, колір матеріалу верху чорний, на підошві з непористої гуми, клейовий метод кріплення підошви, каблук високий, на верхній частині халяв прикраса – декоративні гудзики, застібка «блискавка»,

Продовження таблиці 2.1

Найменування об'єктів дослідження	Товарознавча характеристика об'єктів дослідження
1	2
14. Чоботи весняно-осінні	матеріал верху натуральна шкіра, темно-бордового кольору, матеріал низу непориста гума, клейовий метод кріплення підошви, каблук – стовпчик, високий, застібка «блискавка», на передній частині чобітків є ремінь з металевою пряжкою,
15. Чоботи повсякденні зимові	з комбінованим верхом, нижня частина заготовки виконана з натуральної шкіри, халява – зі штучної шкіри, колір матеріалу верху сірий, як утеплювач використано штучне хутро, матеріал низу шкірволон, клейовий метод кріплення підошви, каблук низький, застібка «блискавка», на бічній частині халяв декоративна строчка,
16. Чоботи повсякденні зимові	з верхом з натуральної шкіри, колір матеріалу верху чорний, як утеплювач використано штучне хутро, матеріал низу - непориста гума, клейовий метод кріплення підошви, каблук середній, в області заднього зовнішнього ремня є шнурівка,
17. Чоботи повсякденні зимові	з комбінованим верхом, нижня частина заготовки виконана з натуральної шкіри, халява зі штучної шкіри, колір матеріалу верху темно-бордовий, як утеплювач використано штучне хутро, матеріал низу - непориста гума, клейовий метод кріплення підошви, каблук середній, застібка «блискавка», на нижній частині є ремінь з декоративною металевою пряжкою,

2.2. Методи дослідження

Для визначення значення показників якості товарів застосовують різноманітні методи. Ці методи за способом отримання інформації можна поділити на три групи:

- методи з використанням об'єктивних способів вимірювання (вимірювальний, реєстраційний, розрахунковий);
- методи використанням евристичних способів оцінки (органолептичний, експертний, соціологічний);
- статистичні методи оцінки показників якості.

Вимірювальний метод заснований на інформації, що отримується з використанням вимірювальної техніки. Основною перевагою вимірювального

методу є об'єктивність, Цей метод дозволяє отримувати числові значення властивостей і показників якості, що легко відтворюються, які виражаються в конкретних одиницях: грамах, літрах, ньютонках і т.д. буд. До недоліків цього методу слід віднести складність і тривалість деяких вимірювань, а в ряді випадків: і необхідність руйнування зразків, основні різновиди вимірювального методу - механічні фізичні, хімічні, біологічні.

Механічні методи - динамометрія, релаксометрія, визначення гнучкості, твердості, ударної в'язкості та ін, широко використовується у товарознавчій практиці. З їхньою допомогою визначають різні форми прояви деформаційно-прогностних властивостей матеріалів і товарів тобто властивостей, які багато в чому визначають якість будь-якого товару. Вимірювання показників механічних властивостей супроводжується, як правило, руйнуванням зразка.

Фізичні методи – найбільш численні. Вони використовуються для визначення показників різних фізичних властивостей товарів: термічних, оптичних, електричних, структурних та багатьох інших.

Вимірювання фізичних властивостей залежно від методу випробування можуть відбуватися як з руйнуванням, так і без руйнування зразків,

Хімічними методами користуються для кількісної чи якісної характеристики різних властивостей товарів (структури, ставлення до дій різних реагентів, довкілля). У товарознавстві широко застосовуються методи: неорганічної, органічної, колоїдної, фізичної хімії та ін.

Біологічні методи застосовують для якісної та кількісної характеристики біохімічних, біологічних та мікробіологічних властивостей товарів органічного походження з метою з'ясування їх стійкості до впливів довкілля, комах та мікроорганізмів.

Реєстраційний метод ґрунтується на використанні інформації, отриманої шляхом підрахунку числа певних подій, випадків, предметів чи витрат.

В основі розрахункового методу – отримання інформації розрахунковим шляхом. Показники якості розраховуються за допомогою математичних модулів (формул) та параметрів, знайдених за допомогою інших методів, наприклад

вимірювальним методом, або отриманим з теоретичних або емпіричних залежностей.

Органолептичний метод заснований на використанні інформації, що отримується е допомогою органів чуття людини (зір, слуху, нюху, дотику та смаку). При цьому не виключається можливість використання деяких технічних засобів, що підвищують роздільну здатність органів чуття людини, наприклад лупи, мікрофона.

Органи почуттів людини при органолептичному методі виступають як приймачем відчуттів, а значення показника якості визначають шляхом аналізу отриманих відчуттів. За допомогою органолептичного методу можна враховувати як інтенсивність, так і бажаність відчуттів при оцінці показників якості товару. При цьому точність значень показників якості залежить від кваліфікації та здібностей експертів, які оцінюють.

Зазвичай органолептичним методом оцінюють показники в балах, т.е. е. за шкалою бажаності.

У деяких випадках оцінці показника в балах передує якісний опис його виразності. е. його вимір за шкалою інтенсивності.

До переваг органолептичного методу слід віднести його доступність і простоту, а також незамінність при оцінці таких показників як запах, зовнішній: вигляд, смак. Органолептичний: метод набув широкого поширення у товарознавчій практиці, наприклад при товарознавчій експертизі товарів. До його недоліків слід віднести суб'єктивність оцінки.

В експертному методі джерелом інформації є узагальнений досвід та інтуїція групи спеціалістів-експертів. Його застосовують, коли для визначення значення одиничних або комплексних показників або для вирішення інших завдань неможливо або важко використовувати об'єктивні методи, наприклад вимірювальний.

Достовірність результатів оцінки експертним методом залежить від компетенції та кваліфікації експертів, а також від рівня організації роботи експертної комісії.

Експертна комісія зазвичай складається з двох груп - експертної та робочої. На експертну групу покладається проведення безпосередньої експертної оцінки, на робочу - виконання організаційно-технічної роботи експертної комісії: організація процедури опитування, роздача та збирання анкет, обробка та аналіз експертних оцінок,

Експертна група формується з висококваліфікованих фахівців у галузі створення та функціонування оцінюваного товару: товарознавців, дизайнерів, конструкторів, технологів тощо. буд. При цьому група може складатися із фахівців, які працюють в одній із різних організацій. Однак, щоб уникнути необ'єктивності оцінки до складу групи, не повинні входити фахівці, які мають безпосереднє відношення до створення та виготовлення продукції. Число експертів групи залежить від необхідної точності середніх оцінок. Під час очного опитування з проведенням відкритого обговорення оцінок до експертної групи можуть входити від семи до двадцяти експертів. При заочному опитуванні верхня межа кількості опитуваних експертів не обмежується.

Метод «комісії» застосовують при атестації товарів, при виборі кращого зразка також у тих випадках, коли узгодженість експертної оцінки неприпустимо низька. Рішення вважається прийнятим експертною групою, якщо за нього подано щонайменше $2/3$ голосів експертів.

За способом визначення бальні оцінки ділять безпосередньо призначаються експертами і одержувані внаслідок формалізації процесу оцінки. Формалізація може бути евристичної та експериментальної.

Соціологічний метод визначення показників заснований на збиранні та аналізі думки широкого кола фактичних чи потенційних споживачів. Збір думки споживачів здійснюється різними шляхами: у вигляді усного опитування, поширення анкет-запитань, організація виставок-продажів, конференцій, аукціонів тощо. буд. Результативність цього багато в чому залежить від рівня його організації та способів обробки одержуваної інформації. Соціологічні методи широко використовують у товарознавчій практиці: для визначення

значень показників якості товарів народного споживання, вивчення попиту та вирішення інших питань,

Статистичні методи оцінки показників якості. На товар у процесі виготовлення впливає велика кількість випадкових факторів, що призводить до розсіювання числових значень показників якості та до необхідності використання при їх оцінці методів прикладної статистики. За допомогою статистичних методів можна визначити: середнє значення показників якості та їх довірчі межі та інтервали розподілу; закони розподілу показників якості; коефіцієнти кореляції (кореляційне відношення) між двома показниками якості з метою встановлення імовірнісного зв'язку; параметри залежності досліджуваного показника якості з інших показників чи числових характеристик чинників, які впливають досліджуваний показник якості. Також за допомогою статистичних методів можна порівнювати середнє значення або дисперсії досліджуваного показника для двох або кількох сукупностей одиниць для встановлення випадковості або закономірності відмінностей між ними.

3. АНАЛІЗ СТРУКТУРИ АССОРТИМЕНТУ ЗА РІЗНИМИ КЛАСИФІКАЦІЙНИМИ ОЗНАКАМИ

Структуратоварної групи-це склад товарних груп у товарній групі та кількісне співвідношення між ними, виражене у відсотках а частках. Зазвичай частку (відсоток) кожної групи розраховують за товарообігом. У магазині склад асортименту повинен бути найбільш раціональним, щоб повністю задовольнити потреби людей.

З цією метою в даній роботі цікаво розглянути структуру асортименту жіночого шкіряного взуття на прикладі ТОВ «Інтертоп», використовуючи наступні класифікаційні ознаки:

- за призначенням;
- за видом;
- за матеріалом верху;
- за розміром.

Згідно з ДСТУ 2157-93 Взуття. Терміни та визначення, призначення є основною класифікаційною ознакою шкіряного взуття, і в зв'язку з цим хотілося б проаналізувати структуру асортименту жіночого шкіряного взуття за призначенням згідно з пропозиціями та продажами у 2018-2020 роках.

Дані для аналізу представлені в таблиці 3.1. Як видно з таблиці 3.1, у ТОВ «Інтертоп» у 2018-2020 роках переважало повсякденне взуття.

Так, у 2018 році частка в пропозиції цього взуття становила 52,7%, тоді як у 2019 році частка в пропозиції повсякденного взуття збільшилася: 3,6%. Найбільша частка продажів за весь аналізований період також припадала на повсякденне взуття.

Так, частка продажів цього взуття у 2018 році становила 57,6%, 56,3% у 2019 році та 52,5% у 2020 році. Це можна пояснити тим, що жіноче повсякденне взуття в магазинах ТОВ «Інтертоп» найкраще відповідало споживчому попиту.

Частка модельного взуття в пропозиції становила 37,0% у 2018 році, 35,4% у 2019 році та 35,5% у 2020 році. Частка продажів цього взуття дещо

зросла до 33,0% у 2018 році, 36,1% у 2019 році та зменшилася до 30,4% у 2020 році. Модельні туфлі призначені для особливих випадків. Вони виготовляються з високоякісних матеріалів з індексом «модель», таких як хромована шкіра (опіум, шпора, бичача, напівшкіра, ялиця, шевро, хромована козяча шкіра, велюр і нубук), замша, синтетична шкіра, штучна шкіра і текстиль.

Для устілок використовуються високоякісні взуттєві матеріали (натуральна шкіра, целюлозні матеріали), а для підкладки - натуральна шкіра, хутро та високоякісні тканини.

Рівень закупівельних цін на це взуття є високим і, незважаючи на попит серед клієнтів магазинів ТОВ «Інтертоп», підприємство не має можливості зберігати на складі необхідну кількість моделей взуття.

Аналіз даних таблиці 3.1 показує, що найменшу частку в асортименті у 2018-2020 роках займають тапочки. Так, частка шльопанців у пропозиції у 2018 році становила 10,4%, у 2019 році - 8,3%, а у 2020 році - 12,5%.

Основними видами взуття, що реалізуються в магазинах ТОВ «Інтертоп», є черевики різних конструкцій (черевики на низькому, середньому та високому берці, різноманітного оздоблення - декоративна строчка, перфорація, перфорація декоративна строчка, перфорація, розріз, без п'яtkової частини, закриті як мокасини).

Таблиця 3.1 - Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за призначенням, згідно з пропозицією та реалізацією за 2018-2020 роки.

Призначення	2018 рік				2019 рік				2020 рік			
	пропозиція		реалізація		пропозиція		реалізація		пропозиція		реалізація	
	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%
Модельна	2900	37,0	1970	33,0	2340	35,4	1621	36,1	2240	35,5	1080	30,4
Повсякденна	4127	52,7	3430	57,6	3720	56,3	2380	53,0	3290	52,0	1863	52,5
Домашня	810	10,3	560	9,4	547	8,3	490	10,9	793	12,5	607	17,1
Разом:	7837	100,0	5960	100,0	6607	100,0	4491	100,0	6323	100,0	3550	100,0

У 2018 році частка продажу тапочок становила 9,4%, а у 2019 році - 10,9%. у 2020 році продаж тапочок значно збільшиться на 23,9% у порівнянні з 2019 роком, а частка продажу цього взуття у загальному становитиме 17,1% від загального обсягу продажів.

Це можна пояснити тим, що більшість взуття, яке пропонується в магазинах ТОВ «Інтертоп», є від вітчизняних виробників. Це взуття користується попитом серед покупців магазинів ТОВ «Інтертоп» через свою високу якість та доступність.

Наразі мерчендайзерам ТОВ «Інтертоп» рекомендовано збільшити кількість придбаних моделей взуття на високих та надвисоких підборах.

Далі цікаво проаналізувати структуру асортименту жіночого шкіряного взуття за видами відповідно до запасів, продажів та доходу у 2018-2020 роках.

Товарні запаси - це частина товарних ресурсів, якими володіють торговельні підприємства для забезпечення безперервного процесу продажу та задоволення попиту населення.

Вивчаючи товарні запаси, можна визначити наявність товарів в окремих торговельних підприємствах та виявити специфіку попиту населення на окремі види товарів.

Дані про надходження товарів, продаж та обсяги реалізації аналізуються разом із товарними запасами як єдина система: проаналізуємо стан товарних запасів, надходження товарів та обсяги реалізації жіночого шкіряного взуття за видами на ТОВ «Інтертоп» у 2018-2020 роках.

Таблиця 3.2 - Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за видами, відповідно до товарних запасів, надходження, реалізації за 2018-2020 роки.

Вид взуття	товарні запаси на 1.1.00	2018 рік				товарні запаси на 1.1.01	2019 рік				товарні запаси на 1.1.02	2020 рік			
		надходження		реалізація			надходження		реалізація			надходження		реалізація	
		пар	%	пар	%		пар	%	пар	%		пар	%	пар	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Туфлі	280	2355	34,4	1755	29,4	880	2010	42,5	1980	44,0	910	2023	48,0	1630	45,9
Напівчеревики	187	590	8,6	575	9,6	202	445	9,4	420	9,4	227	407	9,6	217	16,1
Черевики	175	1227	18,0	1200	20,1	202	660	13,9	645	14,4	217	643	15,3	570	16,0
Напівчобітки	117	400	5,8	393	6,6	124	320	6,8	287	6,4	157	118	2,8	238	6,7
Чоботи	75	255	3,7	237	4,1	93	466	9,9	379	8,4	180	352	8,4	300	8,5
Чоботи	153	2023	29,5	1800	30,2	376	829	17,5	780	17,4	425	664	15,9	595	16,8
Разом:	987	6850	100,0	5960	100,0	1877	4730	100,0	4491	100,0	2116	4207	100,0	3550	100,0

Аналізуючи дані таблиці 3.2, можна сказати, що ТОВ «Інтертоп» мало тенденцію до збільшення обсягів товарних запасів протягом 2018-2020 років.

Найбільший обсяг запасів взуття - 2116 пар - спостерігався станом на 1 січня 2020 року, що на 239 пар (11,3%) більше, ніж обсяг запасів на 1 січня 2019 року та на 1129 пар (53,4%) більше, ніж обсяг запасів на 1 січня 2018 року. Збільшення запасів можна пояснити тим, що частку ринку взуття інтенсивно забирають онлайн супермаркети, такі як Rozetka, які часто є більш доступними за ціною.

Ці фактори призвели до посилення конкуренції, що, в свою чергу, спричинило зниження обсягів продажу взуття в магазинах Інтертоп, що призвело до уповільнення темпів зростання продажів в магазинах.

Розглядаючи запаси різних видів взуття, можна сказати, що запаси взуття були найвищими в період 2018-2020 років. Так, станом на 1 січня 2020 року запаси взуття становили 910 пар, що на 30 пар (3,3%) більше, ніж у 2019 році та на 630 пар (69,2%) більше, ніж у 2018 році.

Це пов'язано з тим, що взуття, представлене в магазинах ТОВ «Інтертоп», не відповідало модним тенденціям, а також з вузьким асортиментом взуття для молоді.

У 2018-2020 роках найнижче значення було для черевиків: у 2018 році в наявності було 75 пар черевиків; у 2019 році - 93 пари, у 2020 році - 180 пар. Це можна пояснити незначною пропозицією цього виду взуття.

Аналіз даних таблиці 3.2 показує, що ТОВ «Інтертоп» мало тенденцію до скорочення обсягів жіночого шкіряного взуття в період з 2018 по 2020 рік. Розглядаючи виручку від окремих видів жіночого шкіряного взуття, можна сказати, що найбільшу частку в загальній виручці в період 2018-2020 років становили туфлі.

Так, у 2018 році туфель надійшло 2355 пар (34,4%); у 2019 році - 2010 пар, 42,5% від загального обсягу, а у 2020 році - 2023 пари (48,0%); у 2018 році найменшу частку від загального обсягу отримали чоботи (3,7% від загального обсягу); у 2019р, 2020 рр. ботильйони становили найменшу частку від загального отриманого обсягу.

Так, частка ботильйонів у загальному обсязі продажів у 2019 році становить 6,6%, у 2020 році - 2,8%.

Далі розглянемо продажі жіночого шкіряного взуття в ТОВ «Інтертоп» з 2018 по 2020 рік.

Аналіз даних таблиці 3.2 показує, що продажі взуття зменшувалися в кожному з аналізованих періодів: у 2020 році продажі жіночого шкіряного взуття склали 3 550 пар, що на 941 пару (26,5%) менше, ніж у 2019 році, і на 3 300 пар (92,9%) менше, ніж у 2018 році. Цей фактор був негативним. Причиною цього є те, що взуття, яке пропонують магазини ТОВ «Інтертоп», часто не відповідає сучасним модним тенденціям, а також недостатній вибір такого взуття, як чоботи, ботильйони та черевики.

Важливим питанням є рівень цін. Через високий рівень цін на взуття в інтер-топ-магазинах споживачі не мають змоги купувати взуття в магазині і вважають за краще йти на речовий ринок.

Вихідні дані, наведені в таблиці 3.2, є основним показником для визначення рівня продажів, який свідчить про попит на певні види товарів.

Аналізуючи дані таблиці 3.2, можна зробити наступні висновки: за весь аналізований період 2018-2020 рр. ТОВ «Інтертоп» демонструвало тенденцію до зниження обсягів продажів.

Так, у 2018 році продажі всіх видів взуття зменшилися до 76,0%, у 2019 році - 68,0% та у 2020 році - 56,1%.

У 2018 році найвищі рівні продажів спостерігалися для таких видів взуття, як черевики (85,6%) та чоботи (82,7%). Це пояснюється тим, що вид і якість цих видів взуття відповідали попиту населення; найнижчий рівень продажів у 2018 році був для туфель (66,6%).

Причиною цього було те, що пропозиція цього виду взуття була надмірною і перевищувала попит; у 2019 році найбільше продано черевиків (74,8 %).

Це можна пояснити тим, що чоботи, які пропонувалися в магазинах ТОВ «Інтертоп» у цей період, постачалися такими постачальниками-виробниками, як

ТОВ «Євротоп» (м. Черкаси), ТОВ «Касандра» (м. Львів), ТОВ «Артелл» (м. Львів); м. Львів та ТК «Артелл», м. Київ. Київ.

Взуття вищевказаних постачальників користується попитом в основному тому, що виготовляється з натуральної шкіри, а також ці постачальники-виробники приділяють велику увагу розробці нових моделей жіночого шкіряного взуття і прагнуть оновлювати свій асортимент.

Продажі такого виду взуття, як ботильйони (64,6%), у 2019 році були на найнижчому рівні. Це можна пояснити тим, що черевики, які пропонувалися в магазинах ТОВ «Інтертоп», були неякісними та не відповідали сучасним модним тенденціям, що призвело до відсутності попиту серед покупців

У 2020 році продажі ботильйонів зросли на 22,0% до 86,6%. Це можна пояснити тим, що пропозиція цього виду взуття була незначною (4,4% від загальної пропозиції); найнижчі продажі у 2020 році мали чоботи - 34,2%. Причиною цього є високий рівень цін на цей вид взуття. Отже, ситуація, що склалася у ТОВ «Інтертоп», вимагає повного перегляду асортиментної політики, яку проводить компанія

Таблиця 3.3 - Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за видами, згідно з рівнем реалізації за 2018-2020 роки.

Вид взуття	2018 рік					2019 рік					2020 рік				
	пропозиція		реалізація		рівень реалізації	пропозиція		реалізація		рівень реалізації	пропозиція		реалізація		рівень реалізації
	Пар	%	пар	%		%	пар	%	пар		%	%	пар	%	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Туфлі	2635	33,6	1755	29,4	66,6	2890	43,7	1980	44,0	68,5	2933	46,4	1630	45,9	55,6
Напівчеревики	777	9,9	575	9,6	74,0	647	9,8	420	9,4	64,9	634	10,0	217	16,1	34,2
Черевики	1402	17,9	1200	20,1	85,0	862	13,1	645	14,4	74,8	860	13,6	570	16,0	66,3
Напівчобітки	517	6,6	393	6,6	76,0	444	6,7	287	6,4	64,6	275	4,4	238	6,7	86,6
Чоботи	330	4,2	237	4,1	71,8	559	8,5	379	8,4	67,8	532	8,4	300	8,5	56,4
Чоботи	2176	27,8	1800	30,2	82,7	1205	18,2	780	17,4	64,7	1089	17,2	595	16,8	54,6
Разом:	8737	100,0	5960	100,0	76,0	6607	100,0	4491	100,0	68,0	6323	100,0	3550	100,0	56,1

Слід розширити асортимент за такими видами, як черевики, напівчобітки, черевики, закуповувати взуття для всіх груп населення, особливо збільшити обсяг закупівель взуття для молоді, яке б відповідало сучасному напрямку моди.

Торгово-комерційному відділу магазину ТОВ «Інтертоп» необхідно звертати увагу на якість взуття та його зовнішній вигляд при закупівлі цього товару.

Далі буде цікавим проаналізувати структуру асортимента жіночого шкіряного взуття за матеріалом на деталі верху, згідно з пропозицією та реалізацією за 2018-2020 рр.

У період 2018-2020 років. ТОВ «Інтертоп» надходило взуття з верхом з:

- натуральної шкіри;
- штучних та синтетичних матеріалів;
- комбінованих матеріалів;
- текстилю.

Дані для аналізу структури асортименту жіночого шкіряного взуття за матеріалом на деталі верху, згідно з пропозицією та реалізацією за 2018 рік представлені в таблиці 3.3.

Аналізуючи дані таблиці 3.3 можна відзначити, що найбільшу частку у асортименті взуття з верхом з натуральної шкіри становили чоботи (27,4%). Найменшу частку у пропозиції цього взуття становили чобітки (5,9%).

Найбільшу частку у загальному обсязі реалізації взуття з верхом із натуральної шкіри у 2018 році становили також чоботи (30,3%), найменшу частку у загальному обсязі реалізації цього взуття становили чобітки (5,2%).

Як видно з таблиці 3.3, найбільшу частку у асортименті та реалізації взуття з верхом зі штучних та синтетичних матеріалів у 2018 році становили туфлі. Частка у загальному обсязі пропозиції туфель із верхом із штучних та синтетичних матеріалів становила 35,3%. Частка у загальному обсязі реалізації цього взуття становила 30,8%.

Найменшу частку в загальному обсязі пропозиції та реалізації взуття з верхом та штучних та синтетичних шкір у 2018 році становили чобітки. Так,

частка у пропозиції чобіток з верхом зі штучних і синтетичних матеріалів становила 2,4%, а частка у реалізації даного взуття – 2,5%.

Аналізуючи дані таблиці 3.3 можна назвати, що у магазині ТОВ «Інтертоп» 2018 року взуття з верхом з текстилю було представлено такими видами, як туфлі та черевики, причому найбільшу частку у загальному обсязі пропозиції та реалізації даного взуття становили туфлі.

Так, частка у пропозиції туфель з верхом із текстилю 2018 року становила 85,0%, частка у реалізації - 87,0%.

2018 року найбільшу частку у пропозиції взуття з верхом із комбінованих матеріалів становили чоботи (48,4%). Слід зазначити, що частка реалізації чобіт з верхом з комбінованих матеріалів становила 57,8%.

Це можна пояснити тим, що чоботи з комбінованим верхом (нижня частина заготовки виконана з натуральної шкіри, халява - зі штучної шкіри) реалізованої магазином ТОВ «Інтертоп» в 2018 році мали попит у покупниць, оскільки відрізнялися красивим зовнішнім виглядом і низьким рівнем цін.

Найменшу частку у асортименті взуття з верхом із комбінованих матеріалів у 2018 році становили півчобітки (4,0%). Частка реалізації цього взуття була найменшою і становила 3,0% від загального обсягу реалізації. Це можна пояснити тим, що найбільший попит у покупниць мають півчобітки з верхом з натуральної шкіри.

Аналізуючи структуру асортименту жіночого шкіряного взуття за матеріалом на деталі верху за 2019 рік, згідно з даними таблиці 7, можна зробити такі висновки.

Позитивним моментом діяльності магазину ТОВ «Інтертоп» у 2019 році стало збільшення обсягу реалізації туфель з верхом з натуральної шкіри на 33,3% порівняно з 2018 роком та збільшення обсягу реалізації чобіток з верхом із натуральної шкіри на 17,9%.

Таблиця 3.4 - Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за матеріалом деталей верху, згідно з пропозицією та реалізацією за 2018 рік

Вид взуття	Матеріал деталей верху																	
	пропозиція									реалізація								
	натуральна шкіра		штучний та синтетичний матеріал		текстиль		комбінований матеріал		разом	натуральна шкіра		штучний та синтетичний матеріал		текстиль		комбінований матеріал		Разом
	Пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Туфлі	953	25,5	890	35,3	494	85,0	298	29,8	2635	712	23,0	551	30,8	320	87,0	172	24,6	1755
Напівчеревики	363	9,7	252	10,0	87	15,0	75	7,5	777	304	9,8	187	10,4	48	13,0	36	5,1	575
Черевики	865	23,2	482	19,1	-	-	55	5,5	1402	754	24,3	409	22,8	-	-	37	5,2	1200
Напівчобітки	310	8,3	167	6,6	-	-	40	4,0	517	229	7,4	143	8,0	-	-	21	3,0	393
Чоботи	220	5,9	62	2,4	-	-	48	4,8	330	162	5,2	46	2,5	-	-	29	4,2	237
Чоботи	1023	27,4	670	26,6	-	-	483	48,4	2176	940	30,3	456	25,5	-	-	404	57,8	1800
Разом	3734	100,0	2523	100,0	581	100,0	999	100,0	7837	3101	100,0	1792	100,0	368	100,0	699	100,0	5960

Крім того, продажі черевиків з верхом зі штучної та синтетичної шкіри зросли на 215,2 % у 2019 році порівняно з 2018 роком. Це пов'язано з тим, що в цей період магазини ТОВ «Інтертоп» пропонували черевики з верхом зі штучної та синтетичної шкіри і це взуття користувалося попитом серед покупців, оскільки характеризувалося високими естетичними показниками (зовнішній вигляд, силует) та низькими цінами

Негативними аспектами діяльності компанії у 2019 році було те, що пропозиція черевиків з натуральної шкіри та чобіт з верхом з композитних матеріалів різко впала на 36,6% та 66,1% відповідно.

Товарознавцям ТОВ «Інтертоп» варто збільшити обсяги закупівлі цього взуття, якщо воно буде доступним за ціною та відповідатиме сучасним модним тенденціям, адже у 2018 році чоботи зі шкіри та композитних матеріалів користувалися попитом серед жінок.

Як видно з таблиці 3.4, продажі взуття з верхом із композитних матеріалів у 2019 році зросли на 44,2% порівняно з 2018 роком.

Варто зазначити, що найбільшу частку пропозиції взуття з верхом з натуральної шкіри у 2019 році становили шльопанці (36,1%). Частка продажів цього взуття становила 38,5%.

Ботильйони становили найменшу частку в загальному обсязі пропозиції взуття з верхом з натуральної шкіри (9,5%). Частка продажів ботильйонів становила лише 7,9 %.

Аналіз асортиментної структури жіночого шкіряного взуття за матеріалом верху у 2020 році за даними таблиці 3.5 дозволяє зробити такі висновки: найбільша частка пропозиції взуття з верхом з натуральної шкіри у 2020 році припадала на шльопанці (34,8 %). Частка продажів цього взуття становить 32,2 %; найменша частка пропозиції взуття з верхом з натуральної шкіри у 2020 році припадає на ботильйони (6,9 %).

Примітно, що 96,4% ботильйонів було всж таки продано в магазинах Intertop.

Таблиця 3.5- Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за матеріалом деталей верху, згідно пропозиції та реалізації за 2019 рік

Вид взуття	Матеріал деталей верху																	
	пропозиція									реалізація								
	натуральна шкіра		штучний та синтетичний матеріал		текстиль		комбінований матеріал		разом	натуральна шкіра		штучний та синтетичний матеріал		текстиль		комбінований матеріал		Разом
	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Туфлі	1170	36,1	946	44,5	468	88,1	306	43,0	2890	870	38,5	551	38,8	311	88,9	248	54,2	1980
Черевики	297	9,2	195	9,2	63	11,9	92	12,9	647	240	10,6	84	5,9	39	11,1	57	12,4	420
Напівчеревики	488	15,1	328	15,4	-	-	46	6,5	862	319	14,1	292	20,5	-	-	34	7,4	645
Напівчобітки	309	9,5	112	5,3	-	-	23	3,2	444	178	7,9	92	6,5	-	-	17	3,7	287
Чоботи	325	10,1	154	7,2	-	-	80	11,3	559	191	8,4	145	10,2	-	-	43	9,4	379
Чоботи	649	20,0	392	18,4	-	-	164	23,1	1205	463	20,5	258	18,1	-	-	59	12,9	780
Разом	3238	100,0	2127	100,0	531	100,0	711	100,0	6607	2261	100,0	1422	100,0	3500	100,0	4580	100,0	4491

Тому мерчендайзерам ТОВ «Інтертоп» варто збільшити закупівлі ботильйонів з верхом з натуральної шкіри.

Як видно з таблиці 3.5, у 2020 році пропозиція взуття зі штучних та синтетичних матеріалів зросла на 38,1%, а черевиків зі штучних та синтетичних матеріалів - на 17,9%

У 2020 році обсяг продажів взуття зі штучних та синтетичних матеріалів збільшився на 24,5% порівняно з 2019 роком, що слід відзначити як позитивний аспект діяльності компанії за 2020 рік

У 2020 році обсяг продажів текстильного верху в сегменті ботильйони збільшився на 64,1% в порівнянні з 2019 роком. Це взуття користується попитом серед людей старшого віку, оскільки є гігієнічним і підходить для носіння в посушливе літо.

Однак у 2020 році продажі ботильйонів з верхом з натуральної шкіри скоротилися на 72,4% порівняно з 2019 роком, а продажі ботильйонів з верхом зі штучних та синтетичних матеріалів - на 39,4%. Це було пов'язано з високим рівнем цін на чоботи та відсутністю попиту з боку клієнтів ТОВ «Інтертоп», оскільки чоботи, які пропонує ТОВ «Інтертоп», не відповідали модним тенденціям та були низької якості.

Отже, можна дійти невтішного висновку, що у період 2018-2020 рр. найбільша частка постачання і продажів ТОВ «Інтертоп» припадала на туфлі і черевики з верхом з натуральної шкіри, штучних і синтетичних матеріалів і композиційних матеріалів.

У невеликих обсягах спостерігалися поставки та продажі таких видів взуття: напівчеревики, черевики, чоботи з верхом з композитних матеріалів та текстильне взуття.

Порівнюючи дані таблиць 3.3-3.5, можна зробити наступні висновки

Пропозиція взуття з верхом з натуральної шкіри з кожним роком зменшується: у 2018 році пропозиція становила 3 734 пари, у 2019 році - 3 238 пар, а у 2020 році - 2 790 пар, що на 13,8 % менше порівняно з 2019 роком.

Продажі взуття з верхом з натуральної шкіри також зменшувалися протягом кожного аналізованого періоду: у 2018 році було продано 3 101 пару, у 2019 році - на 27,1 % до 2 261 пари, а у 2020 році - на 22,7 % до 1 748 пар порівняно з 2019 роком. Це пов'язано з тим, що споживачі надають перевагу ринку одягу, оскільки рівень цін на жіноче шкіряне взуття в магазинах ТОВ «Інтертоп» вищий, ніж на ринку.

Крім того, магазини ТОВ «Інтертоп» не мають достатнього асортименту ботильйонів, черевиків та ботильйонів зі шкіряним верхом, у період 2018-2020 років ТОВ «Інтертоп» закуповувало взуття з верхом зі штучної шкіри та шкірозамінника.

Так, у 2018 році обсяг поставок цього взуття становив 2 523 пари, у 2019 році обсяг поставок зменшився на 15,7% до 2 227 пар, а у 2020 році обсяг поставок цього взуття збільшився на 14,6% до 2 438 пар порівняно з 2019 роком.

Натомість продажі взуття з верхом зі штучних або синтетичних матеріалів мали тенденцію до зниження протягом усього аналізованого періоду, з 2018 по 2020 рік.

Так, у 2018 році продажі такого взуття становили 1 792 пари; у 2019 році - 1 422 пари; у 2020 році продажі взуття з верхом зі штучних та синтетичних матеріалів зменшилися на 15,7% порівняно з 2019 роком, сягнувши 1 199 пар.

Таблиця 3.6 - Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за матеріалом деталей верху, згідно з пропозицією та реалізацією за 2020 рік

Вид взуття	Матеріал деталей верху																	
	пропозиція									реалізація								
	натуральна шкіра		штучний та синтетичний матеріал		текстиль		комбінований матеріал		разом	натуральна шкіра		штучний та синтетичний матеріал		текстиль		комбінований матеріал		Разом
	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Туфлі	970	34,8	130	53,6	406	79,2	251	42,8	293	580	33,2	686	57,2	209	76,6	155	46,9	1630
Напівчеревики	280	10,0	172	7,0	102	20,1	80	13,6	634	93	5,3	44	3,7	64	23,4	16	4,9	217
Черевики	440	15,8	280	11,5	-	-	140	23,8	860	310	17,7	177	14,8	-	-	83	25,2	570
Напівчобітки	193	6,9	82	3,4	-	-	-	-	275	186	10,6	52	4,3	-	-	-	-	238
Чоботи	280	10,0	136	5,6	-	-	116	19,8	532	158	9,1	66	5,5	-	-	76	23,0	300
Чоботи	627	22,5	462	18,9	-	-	-	-	108	421	24,1	174	14,5	-	-	-	-	595
Разом	2790	100,0	2438	100,0	508	100,0	587	100,0	6323	1748	100,0	1199	100,0	2730	100,0	3300	100,0	3550

Слід зазначити, що взуття з використанням штучних або синтетичних матеріалів для верху має низку переваг перед взуттям з верхом з натуральної шкіри, серед яких нижча вартість (це особливо помітно в останні роки), простота виготовлення, можливість надавати і створювати необхідні характеристики цих матеріалів і довший термін служби. Однак таке взуття поступається взуттю з верхом з натуральної шкіри за зовнішнім виглядом та гігієнічними характеристиками.

Порівняння даних таблиць 3.4 - 3.6 свідчить про зменшення взуття з текстильним верхом: 368 пар у 2018 році, 350 пар (65,9%) у 2019 році та 273 пари у 2020 році, що на 22,0% менше порівняно з 2019 роком.

Це можна пояснити тим, що текстильне взуття не користується високим попитом серед населення. Це пов'язано з тим, що наші кліматичні умови не дозволяють максимально використовувати таке взуття через низьку зносостійкість текстильних матеріалів.

Однак, слід зазначити, що таке взуття має і свої переваги. Основними матеріалами, що використовуються, є ткани, трикотажні, неткані та штучне хутро.

Текстильні матеріали легкі та м'які, мають різноманітні зовнішні тканини та кольори, а також відмінні дихаючі та вологопоглинаючі властивості, створюючи сприятливе середовище міжвзуттям та стопою людини.

Таке взуття зручне і підходить для носіння в посушливе літо.

Порівняння даних таблиць 3.4-3.6 показує, що в період з 2018 по 2020 рік пропозиція та продажі взуття з верхом з композитних матеріалів зменшуються.

Так, у 2020 році продажі цього взуття зменшилися на 27,9% порівняно з 2019 роком. Причиною цього став недостатній асортимент взуття з верхом з композитних матеріалів, що продається в магазинах ТОВ «Інтертоп».

Далі цікаво проаналізувати структуру асортименту жіночого шкіряного взуття за розмірами, згідно з пропозиціями та продажами у 2018-2020 роках.

До взуттєвого відділу ТОВ «Інтертоп» у 2018-2020 роках надходило жіноче шкіряне взуття таких розмірів: 230, 235, 240, 245, 250, 255, 260, 265, 270.

Протягом усього аналізованого періоду в магазинах ТОВ «Інтертоп» не продавалося жіноче шкіряне взуття 220, 225 та 275 розмірів.

Цей факт був негативним моментом у діяльності компанії, оскільки попит на взуття таких розмірів залишився незадоволеним.

Дані для аналізу структури асортименту жіночого шкіряного взуття за розмірами через пропозицію та реалізацію у 2018 році представлені в таблиці 3.6. Аналіз даних таблиці 3.6 показує, що найбільшу частку асортименту у 2018 році становили туфлі 240 розміру (26,9%) та черевики 240 розміру (28,2%).

Найбільша частка продажів припадає на черевики 240 розміру (29,6%) та туфлі 240 розміру (26,5%). Це можна пояснити тим, що у 2018 році чоботи та туфлі 240 розміру, представлені в магазинах ТОВ «Інтертоп», користувалися попитом серед населення; найменшу частку асортименту у 2018 році становили ботильйони 265 (2,2%) та 270 (2,6%) розміру та черевики 270 розміру черевики (6,4%).

Найменша частка продажів припала на ботильйони 270 розміру (2,0%). Зазначимо, що у 2018 році ТОВ «Інтертоп» не продавало черевики 265 та 270 розмірів.

Причиною цього був високий рівень закупівельних цін на цей вид взуття, а мерчендайзери в магазинах ТОВ «Інтертоп» у цей період мали в наявності чоботи «ходових розмірів»: 230, 235, 240, 250, 255, 260.

За даними таблиці 3.7 «Асортимент шкіряного жіночого взуття за розмірною структурою у 2019 році структури асортименту шкіряного взуття для жінок за розмірами у 2019 році, можна зробити наступні висновки.

Таблиця 3.7 - Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за розмірами згідно з пропозицією та реалізацією за 2018 рік

Вид взуття	Розмір, мм																			Разо М, пара
	<i>асортимент</i>																			
	230		235		240		245		250		255		260		265		270			
	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Туфлі	299	33,6	430	29,7	485	26,9	306	24,7	448	48,4	223	42,7	185	43,2	175	48,0	84	38,2	2635	
Напівчеревики	104	11,7	197	13,6	206	11,5	58	4,7	65	7,0	52	10,0	43	10,0	38	10,4	14	6,4	777	
Черевики	160	17,9	203	14,0	394	21,9	198	16,0	115	12,4	95	18,2	84	19,6	79	21,6	74	33,6	1402	
Напівчобітки	48	5,4	92	6,3	130	7,2	137	11,1	52	5,6	26	5,0	16	3,8	8	2,2	8	3,6	517	
Чоботи	64	7,2	68	4,7	78	4,3	52	4,2	31	3,4	20	3,8	17	4,0	-	-	-	-	330	
Чоботи	215	24,2	460	31,7	507	28,2	486	39,3	214	23,2	106	20,3	83	19,4	65	17,8	40	18,2	2176	
Разом:	890	100,0	1450	100,0	180	100,0	1237	100,0	925	100,0	522	100,0	428	100,0	365	100,0	220	100,00	7837	
<i>реалізація</i>																				
Туфлі	204	30,5	360	30,8	420	26,5	216	22,2	190	34,6	118	33,1	102	35,9	93	41,3	52	34,9	1755	
Напівчеревики	86	12,9	153	13,1	144	90,1	56	5,7	48	8,7	35	9,8	26	9,2	21	9,3	6	4,0	575	
Черевики	138	20,7	156	13,3	365	23,1	184	18,9	92	16,8	85	23,9	70	24,6	58	25,8	52	34,9	1200	
Напівчобітки	36	5,4	70	5,9	108	6,8	91	9,3	48	8,7	22	6,2	11	3,9	4	1,8	3	2,0	393	
Чоботи	36	5,4	43	3,7	78	4,9	41	4,2	19	3,5	12	3,4	8	2,8	-	-	-	-	237	
Чоботи	168	25,1	388	33,2	469	29,6	387	39,7	152	27,7	84	23,6	67	13,6	49	21,8	36	24,2	1800	
Разом	668	100,0	1170	100,0	1584	100,0	975	100,0	549	100,0	356	100,0	284	100,0	225	100,0	149	100,0	5960	

Таблиця 3.84 - Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за розмірами згідно з пропозицією та реалізацією за 2019 рік.

Вид взуття	Розмір, мм																		
	<i>асортимент</i>																		
	230		235		240		245		250		255		260		265		270		Разо М, пара
	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Туфлі	313	41,7	456	40,1	579	40,8	552	42,9	369	47,6	266	52,8	194	53,6	81	38,9	80	-	2890
Напівчеревики	95	12,7	107	9,4	130	9,2	159	12,4	86	51,1	40	7,9	30	8,3	-	-	-	-	647
Черевики	88	11,7	135	11,9	162	11,4	180	14,0	145	18,7	90	17,9	30	8,3	32	15,4	-	-	862
Напівчобітки	55	7,3	87	7,6	135	9,5	124	9,7	43	5,5	-	-	-	-	-	-	-	-	444
Чоботи	80	10,7	140	12,3	214	15,0	100	7,8	25	3,2	-	-	-	-	-	-	-	-	559
Чоботи	119	15,9	212	18,7	200	14,1	170	13,2	108	13,9	108	21,4	108	29,8	95	45,7	85	-	1265
Разом:	750	100,0	1137	100,0	1420	100,0	1285	100,0	776	100,0	504	100,0	362	100,0	208	100,0	165	100,0	6607
<i>реалізація</i>																			
Туфлі	268	50,8	243	33,8	374	39,0	414	44,5	293	48,8	194	53,7	109	50,7	53	46,5	32	48,5	1980
Напівчеревики	49	9,3	62	8,6	80	8,3	125	13,4	62	10,3	24	6,7	18	8,4	-	-	-	-	420
Черевики	54	10,3	89	12,4	132	13,8	144	15,5	102	17,0	73	20,2	26	12,1	25	21,9	-	-	645
Напівчобітки	28	5,3	60	8,3	88	9,2	85	9,2	26	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	287
Чоботи	48	9,1	115	16,0	129	13,5	65	7,0	22	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-	379
Чоботи	80	15,2	150	20,9	155	16,2	97	10,4	96	15,9	70	19,4	62	28,8	36	31,6	34	51,5	780
Разом	527	100,0	719	100,0	958	100,0	930	100,0	601	100,0	361	100,0	215	100,0	114	100,0	66	100,0	4491

Найбільші частки в асортименті 2019 року займали туфлі 240-го розміру (40,8%) та черевики 235-го розміру (18,4%). 2019 року найбільшим попитом у покупців користувалися туфлі 245-го розміру (44,5%) та черевики 240-го розміру (16,2%), представлені в магазинах ТОВ «Інтертоп». Найменші частки в асортименті 2019 року займали черевики 250-го розміру (3,2%) та черевики і туфлі 260-го розміру (8,3%).

Найменша частка продажів припала на чоботи 260 розміру, оскільки пропозиція цього виду взуття була незначною. Зазначимо, що у 2019 році пропозиція взуття 230-го розміру збільшилася на 6,0%, 240-го розміру - на 19,4% та 245-го розміру - на 80,4% порівняно з 2018 р.

Позитивною стороною роботи магазинів ТОВ «Інтертоп» у 2019 році порівняно з 2018 роком стало те, що продажі взуття 230-го розміру збільшилися на 31,4%, 245-го розміру - на 91,7%, а також 245 розміру на 91,7% та 250 розміру на 54,2%.

Крім того, у 2019 році продажі ботильйонів 250 розміру та черевиків 235 розміру зросли на 126,2% та 167,4% відповідно, порівняно з 2018 роком. Зауважимо, що у 2019 році в магазинах ТОВ «Інтертоп» не продавалися черевики та ботильйони 265 та 270 розмірів, а також черевики 255, 260, 265 та 270 розмірів, а потенційні споживачі, які потребували придбання ботильйонів, чоботів та черевиків у цих розмірах, були – це було одним із недоліків

Аналізуючи структуру асортименту жіночого шкіряного взуття за розмірами у 2020 році за даними таблиці 3.8, можна зробити наступні висновки: найбільша частка пропозиції у 2020 році припадатиме на туфлі 245 розміру (51,5%) та чоботи 245 розміру (13,4%).

Найбільшу частку продажів у 2020 році склали туфлі 245 розміру (50,95%) та чоботи 245 розміру (14,4%); найменші частки в асортименті 2020 року - ботильйони 265 розміру (3,5%) та чоботи 270 розміру (3,95%).

Найменші частки продажів припадають на ботильйони 265 розміру (4,4%) та черевики 270 розміру (6,6%). Позитивним для ТОВ «Інтертоп» у 2020 році, порівняно з 2019 роком, стало збільшення продажів взуття 270 розміру на 84,4%, а продаж взуття 265 розміру збільшився на 18,9%. продажі зросли на 18,9%.

Негативним моментом у роботі магазину у 2020 році стало різке зниження продажів чобіт 235 розміру, чобіт 240 розміру та взуття 250 розміру на 52,0%, 48,4% та 44,4% відповідно, порівняно з 2019 роком.

Причиною цього стала висока ціна на черевики, яку реалізує ТОВ «Інтертоп», та недостатній асортимент взуття, що призвело до різкого зниження обсягів продажу цих видів взуття у 2020 році.

Порівнюючи дані таблиць 3.7-3.9, можна сказати, що у 2018-2020 роках ТОВ «Інтертоп» реалізовувало взуття 230, 235, 240, 245 та 250 розмірів; у 2018 та 2019 роках у загальній пропозиції та загальному обсязі продажів переважало взуття 240 розміру; у 2020 році - взуття 240 розміру.

Слід зазначити, що найбільшу частку в загальній пропозиції та загальному обсязі продажів становило взуття 245 розміру.

Таблиця 3.9 - Структура асортименту жіночого шкіряного взуття за розмірами згідно з пропозицією та реалізацією за 2020 рік

Вид взуття	Розмір, мм																			Разо М, пара
	<i>асортимент</i>																			
	230		235		240		245		250		255		260		265		270			
	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%	пар	%		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Туфлі	292	42,3	580	55,4	689	57,0	694	51,5	270	38,3	129	31,1	102	30,0	92	31,7	85	30,1	2933	
Напівчеревики	80	11,6	80	7,7	98	8,1	142	10,5	87	12,3	48	11,6	41	12,1	30	10,3	28	9,9	634	
Черевики	100	14,4	113	10,8	124	10,3	150	11,2	102	14,5	88	21,2	72	21,2	55	19,0	56	19,9	860	
Напівчобітки	30	4,4	40	4,7	50	4,1	58	4,3	30	4,3	21	5,0	16	4,7	10	3,5	11	3,9	275	
Чоботи	60	9,9	72	6,9	95	7,9	123	9,1	70	9,9	36	8,7	25	7,3	21	7,2	22	7,8	532	
Чоботи	120	17,4	152	14,5	152	12,6	180	13,4	146	20,7	93	22,4	84	24,7	82	28,3	80	28,4	1089	
Разом:	690	100,0	1046	100,0	1208	100,0	1347	100,0	705	100,0	415	100,0	340	100,0	290	100,0	282	100,0	6323	
<i>реалізація</i>																				
Туфлі	163	41,4	320	53,8	340	51,6	362	50,9	163	41,3	91	36,0	69	31,6	63	36,8	59	38,8	1630	
Напівчеревики	29	7,3	32	5,4	34	5,2	36	5,1	30	7,6	15	5,9	17	7,8	12	7,0	12	7,9	217	
Черевики	64	16,1	77	12,9	100	15,2	102	14,4	63	15,9	52	20,6	48	22,0	33	19,3	31	20,4	570	
Напівчобітки	28	7,1	47	7,9	44	6,7	49	6,9	24	6,1	16	6,3	12	5,5	8	4,7	10	6,6	238	
Чоботи	41	10,3	47	7,9	61	9,2	69	9,7	31	7,8	15	5,9	15	6,9	11	6,4	10	6,6	300	
Чоботи	72	18,1	72	12,1	80	12,1	92	13,0	84	21,3	64	25,3	57	26,2	44	25,8	30	19,7	595	
Разом	387	100,0	595	100,0	659	100,0	710	100,0	395	100,0	253	100,0	218	100,0	171	100,0	152	100,0	3550	

4. ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ ЖІНОЧОГО ШКІРСЬКОГО ВЗУТТЯ

4.1. Експертиза якості жіночого шкіряного взуття органолептичним методом

Експертиза якості жіночого шкіряного взуття органолептичним методом проводилася відповідно до ДСТУ 26167:2009 «Взуття повсякденне. Загальні технічні умови», ДСТУ 2158-2003 «Взуття. Дефекти.»

Відповідно до ДСТУ 26167:2009 «Взуття повсякденне. Загальні технічні умови» приймання взуття проводиться партіями. За партію приймають кількість пар взуття одного артикула, виготовленого за певний період часу (не більше 6 діб), оформленого документом, що засвідчує якість продукції та містить: найменування підприємства-виробника та його товарного знака, артикул, номер партії, дату випуску.

Перевірки якості взуття на вигляд, правильності упаковки та маркування вимога нормативної документації виробник піддає кожну пару взуття. Перевірка якості взуття споживачем та при контрольних перевірках здійснюється вибірково.

Обсяг вибірки, значення приймального та шлюбного числа залежить від обсягу партії. Партія взуття приймається, якщо кількість дефектних одиниць взуття у вибірці менша або дорівнює приймальному числу. Партія бракується, якщо кількість дефектних одиниць продукції у вибірці більша чи дорівнює бракувальному числу.

Відповідно до ДСТУ 2158-2003 «Взуття. Дефекти», взуття в парі має бути однаковим за розмірами, повнотами, структурою і мірою, кольором матеріалів, добре відформованим, обробленим, без плям, складок і зморшок. Взуття оцінюють попарно шляхом зовнішнього огляду по гіршій півпарі. Взуття, яке не відповідає технічним вимогам нормативної документації, вважається нестандартним та прийманню не підлягає.

Приймання товарів за якістю здійснюється за наявності відповідного сертифіката якості.

Туфлі жіночі повсякденні, матеріал верху натуральна шкіра, колір матеріалу верху темно-коричневий, матеріал низу шкірволон, клейовий метод кріплення підошви, каблук середній, на союзці декоративний рядок.

Туфлі жіночі повсякденні з верхом зі штучної шкіри, колір матеріалу верху темно-синій, матеріал низу шкірволон, клейовий метод кріплення підошви, каблук низький, на союзці прикраса у вигляді гудзиків.

Туфлі жіночі повсякденні з верхом з натуральної шкіри, колір матеріалу верху чорний, підошва з непористої гуми, клейовий метод кріплення підошви, середній каблук (стовпчик), на союзці прикраса у вигляді декоративної пряжки.

З огляду на те, що партії взуття, що надійшли до магазину ТОВ «Інтертоп» за обсягом були невеликими, при експертизі якості жіночих шкіряних повсякденних туфель органолептичним методом було проведено суцільний контроль.

Результати експертизи якості жіночого шкіряного взуття органолептичним методом представлені в таблиці 12.

Аналізуючи дані, наведені у таблиці 4.1, можна зробити такі висновки.

За результатами приймання 105 пар туфель жіночих повсякденних кількість дефектних одиниць становила 7 пар (6,7%). Слід зазначити, що у 3 парах (2,9%) туфель було виявлено вади, які згідно з ДСТУ 2158-2003 «Взуття. Дефекти» є допустимими, а у 4 парах (3,8%) туфель виявлено вади, які не допускаються і згідно з договором про постачання між магазином ТОВ «Інтертоп» та постачальниками підлягають поверненню підприємству-виробнику. Копію договору поставки на жіноче шкіряне взуття наведено у додатку.

Так, у 2 парах (5,8%) туфель, отриманих від ТОВ «Касандра» м. Львів, було виявлено такі вади: в одній парі – різна висота між напівпарами 2 мм; в іншій парі туфель були виявлені слабо виражені подряпини на заднику. Дані вади згідно з пунктом 5 ДСТУ 2158-2003 «Взуття. Дефекти» є допустимими. Партію жіночих повсякденних туфель, у кількості 35 пар, було прийнято.

В результаті експертизи якості органолептичним методом партія жіночих повсякденних туфель у кількості 40 пар, отриманих від ТК «Artell» м. Київ було виявлено 2 пари (5,0%) туфель з наявністю вад. В одній парі є нестійкість покриття (порок виробничий), неприклеєні підошви. Дані вади виникли внаслідок застосування у процесі виробництва низькоякісних клеїв та барвників. В іншій парі були виявлені яскраво виражені подряпини на сполучнику, які виникли при обробці в результаті механічних пошкоджень.

Згідно з ДСТУ 2158-2003 «Взуття. Дефекти» у взутті не допускаються механічні пошкодження деталей, нестійкість покриття, неприклеєні підошви. поверненню підприємству-виробнику.

Таким чином, даному постачальнику-виробнику слід посилити контроль за виконанням оздоблювальних операцій та виробничими процесами, зокрема, прикріплення підошви до заготівлі верху.

В результаті перевірки за якістю органолептичним методом партії жіночих повсякденних туфель у кількості 30 пар, отриманої від ТОВ «Євротоп» м. Черкаси, в 3 парах (10,0%) туфель було виявлено вади. В тій парі (3,3%) туфель був виявлений сировинний порок у вигляді слабовираженої задушливості на заднику. Ця вада, згідно з пунктом 5 ДСТУ 2158-2003 «Взуття. Дефекти», є допустимою. В іншій парі туфель (3,3%) було виявлено забруднення підкладки.

Таблиця 4.1 - Результати експертизи якості жіночих шкіряних повсякденних туфель органолептичним методом.

Вид взуття та постачальник-виробник	Отримано пар	Перевірено		Виявлені вади за ДСТУ 2158-2003 «Взуття. Дефекти»					
				допустимі вади			неприпустимі вади (брак)		
				найменування	пар	%	найменування	пар	%
1. Туфлі жіночі повсякденні ТОВ «Касандра» м. Львів	35	35	100,0	різна висота між напівпарами 2 мм. п.5 ДСТУ 2158-2003; слабовиражені подряпини на заднику п.5 ДСТУ 2158-2003	1	2,9	---	-	-
Разом:	35	35	100,0		2	5,8			
2. Туфлі жіночі повсякденні ТК «Artell» м. Київ	40	40	100,0	---			нестійкість покриття, неприклеєні підошви п.4 ДСТУ 2158-2003; подряпини на союзці п.5 ДСТУ 2158-2003	1	2,5
Разом:	40	40	100,0					1	2,5
3. Туфлі жіночі повсякденні ТОВ «Євротоп», м. Черкаси	30	30	100,0	слабовиражена віддушистість на заднику п.5. ДСТУ 2158-2003	1	3,3	забруднення підкладки п.4 ДСТУ 2158-2003; порізи на зовнішній стороні туфель п.4 ДСТУ 2158-2003	1	3,3
Разом:	30	30	100,0		1	3,3		2	6,6
ВСЬОГО:	105	105	100,0		3	2,9		4	3,8

Ця вада обробки є, згідно з пунктом 4 ДСТУ 2158-2003, неприпустимою. У третій парі туфель були виявлені порізи на зовнішній стороні, які виникли внаслідок механічного пошкодження при обробці згідно з пунктом 4 ДСТУ 2158-2003, не допускаються. У зв'язку з цим, ТОВ «Євротоп» Черкаси рекомендується посилити контроль за якістю сировини, а також за виконанням оздоблювальних операцій.

Партія черевиків жіночих повсякденних, отримана від ТОВ «Євротоп» Черкаси приймається, за винятком двох пар (6,6%) туфель з наявністю неприпустимих вад, які підлягають поверненню, згідно з договором із постачальником-виробником.

Аналізуючи дані таблиці 4.1 видно, що вад маркування, упаковки, транспортування та зберігання при прийманні жіночого шкіряного взуття за якістю органолептичним методом виявлено не було. Це пов'язано з тим, що дане взуття надходило до магазину ТОВ «Інтертоп» від постачальників-виробників з прилеглих регіонів, при цьому не тривале зберігання при транспортуванні на значні відстані.

Таким чином, за результатами експертизи якості органолептичним методом, найбільш якісною виявилася партія жіночих шкіряних повсякденних туфель, що надійшли від ТОВ «Касандра» м. Львів. У партії, що складається з 35 пар туфель у двох парах (5,8%), були виявлені допустимі вади, тому вся партія була прийнята.

Такому постачальнику-виробнику як ТК «Artell» м. Київ, слід посилити контроль за виконанням оздоблювальних операцій та виробничими процесами, зокрема прикріплення підошви до заготівлі верху взуття.

ТОВ «Євротоп», м. Черкаси рекомендується посилити контроль за якістю сировини, а також за виконанням оздоблювальних операцій. Так як у взутті даного постачальника виробника були виявлені в одній парі 3,3% туфель віддушистість на заднику і двох парах 6,6% туфель такі вади обробки, як забруднення підкладки та механічні пошкодження.

У ситуації, що склалася, товарознавцям ТОВ «Інтертоп» рекомендується укладати договори поставок з уже відомими постачальниками, які зарекомендували себе з хорошого боку і при укладанні договорів звертати увагу на якість взуття, ступінь віддаленості постачальника від магазину ТОВ «Інтертоп», асортимент пропонованої продукції. При цьому необхідно шукати нові джерела надходження якісного взуття.

4.2. Експертиза якості жіночого шкіряного взуття експертним методом.

При оцінці якості жіночого шкіряного взуття та показниками естетичних властивостей експертним методом брало участь 5 експертів із працівників ТОВ «Інтертоп», які мають товарознавчу освіту.

Фахівцям було запропоновано дві моделі жіночих шкіряних модельних туфель.

Модель А виробництва ТОВ «Касандра» м. Львів. Туфлі-човники модельні, з верхом зі штучної замші, колір матеріалу верху темно-коричневий, матеріал низу поліуретан, клейовий метод кріплення підошви, каблук високий, на шкарпетці прикраса у вигляді декоративного банта.

Модель В виробництві фірми «Romorfin » Франція. Туфлі модельні з верхом з натуральної шкіри, колір матеріалу верху чорний, клейовий метод кріплення підошви, із завуженою шкарпетковою частиною, каблук високий (прямий стовпчик), на союзці оздоблення у вигляді декоративної металевої пряжки.

На основі даних ранжирування естетичних властивостей жіночого шкіряного взуття було розраховано коефіцієнти вагомості та узгодженість думок експертів (коефіцієнт конкордації).

Використовуючи дані зведеної таблиці 13, розрахуємо коефіцієнти вагомості за формулою :

$$V_i = 2 * (m * n - S_i) / m * n * (n - 1) \quad (4.1)$$

де m – число експертів;

n – число об'єктів;

S_i - сума рангів, присвоєна всіма експертами i - му властивості.

Таблиця 4.2 - Ранги, присвоєні експертами та коефіцієнти вагомості естетичних показників якості

Показники естетичних властивостей	Ранги, присвоєні експертами					Коефіцієнт вагомості
	1	2	3	4	5	
1.Силует	2	1	2	3	2	0,33
2.Зовнішній вигляд	1	2	1	1	1	0,60
3. Внутрішнє оздоблення	3	3	3	2	3	0,07
						1

$$V_i = 2 * (5 * 3 - (2 + 1 + 2 + 3 + 2)) / (5 * 3 * (3 - 1)) = 2 * (15 - 10) / 30 = 10 / 30 = 0,33$$

Виходячи з даних таблиці 13 можна дійти невтішного висновку, що найбільший коефіцієнт вагомості експерти визначили для такого показника естетичних властивостей, як зовнішній вигляд. Величина коефіцієнта вагомості становила 0,60.

Для визначення узгодженості думки експертів слід розрахувати коефіцієнт конкордації. Для цього використовуємо формулу :

$$W = (S_i - S_{cp})^2 / 12 * m^2 * n * (n^2 - 1) \quad (4.2)$$

де W – коефіцієнт конкордації;

S_i – середня сума рангів;

$(S_i - S_{cp})^2$ - сума квадратичних відхилень;

m – кількість експертів;

n – число об'єктів.

Коефіцієнт конкордації становив 0,64, оскільки $1,64 \Rightarrow 1$ можна сказати, що думки експертів мають середню узгодженість.

Для визначення показників якості естетичних властивостей жіночих шкіряних модельних туфель проаналізуємо дані бальної оцінки об'єктів, що досліджуються.

При розрахунку комплексного показника якості естетичних властивостей досліджуваних об'єктів використовувалася формула [3]:

$$Q = V * K \quad (4.3)$$

де V – коефіцієнт вагомості;

K – середній бал, виставлений експертами i –му властивості.

Середній бал, виставлений експертами i –го властивості розраховується за формулою:

$$K = S_i / m \quad (4.4)$$

де S_i - сума балів, виставлена експертами i -му властивості;

m - кількість експертів

$$K_{1A} = (4+4+4+5+5)/5 = 22/5 = 4,4$$

$$Q_1 = 4,4 * 0,33 = 1,45$$

Результати даних розрахунків відображені у таблиці 14.

Аналізуючи дані таблиці 14 можна назвати, що комплексний показник якості естетичних властивостей моделі А становив 4,48 бала.

Таблиця 4.3 - Результати експертизи жіночих шкіряних модельних туфель моделі А експертним методом за показниками естетичних властивостей

Показники естетичних властивостей	Бали, присвоєні експертами					Середній бал, до	Коефіцієнт вагомості, V_i	Комплексний показник Q
	1	2	3	4	5			
1. Силует	4	4	4	5	5	4,4	0,33	1,45
2. Зовнішній вигляд	5	5	4	4	5	4,6	0,60	2,76
3. Внутрішнє оздоблення	4	4	4	3	4	3,8	0,07	0,27
								4,48

Середній бал виставлений експертами за таким показником естетичних властивостей моделі А як силует становив 4,4 бали. Причому, експерти 4 і 5

Причому експерти 1,2,4,5 оцінили силует моделі найвищим балом (5) і аргументували це тим, що фасон колодки та каблука моделі повністю відповідає напрямку моди. Експерт 3 оцінив силует моделі В на 4 бали і обґрунтував це тим, що незважаючи на сучасний напрямок моди, завужена частина моделі В не зовсім гармоніює з формою каблука (прямий стовпчик). В експертам була поставлена найвища оцінка - 5 балів. Так як фахівці вважають, що модель відрізняється високою якістю виконання заготовки, високою якістю матеріалу верху, крім того, обробка у вигляді декоративної металевої пряжки гармоніює з формою колодки. Середній бал, виставлений фахівцями з внутрішнього оздоблення моделі В, становив 4,8 бала, причому експерти 2,3,4,5 вважають, що для устілки моделі В використано високоякісний матеріал (натуральна шкіра), колір підкладки відповідає кольору матеріалу верху і якість маркування моделі виконана на найвищому рівні. Експерт 1 оцінив внутрішнє оздоблення моделі В 4 бали і аргументував це тим, що в одній півпарі нечітко продруковано розмір.

Таким чином, естетичні показники якості моделі В незначною мірою перевищували естетичні показники моделі А (комплексний показник якості моделі В склав 4,92 бала, а моделі А - 4,48 бала, що на 0,34 бала менше). На думку експертів модель В малою мірою перевершувала модель А за силуетом та зовнішнім виглядом, але значно перевершувала модель А за таким естетичним показником як внутрішнє оздоблення (внутрішнє оздоблення моделі А експерти оцінили у 3,8 бала, а моделі В - 4,8 бала).

Працівники ТОВ «Інтертоп» повинні враховувати думки експертів при формуванні асортименту жіночого шкіряного взуття, зіставляючи при цьому думки експертів та рядових споживачів щодо якості пропонованого взуття.

Отже, з метою оцінки комплексного показника керівництву ТОВ «Інтертоп» рекомендується використовувати експертний метод.

ВИСНОВКИ

З дослідження діяльності роздрібною компанії ТОВ «Інтертоп» за період 2018-2020 рр. можна зробити наступні висновки та сформулювати рекомендації:

1. Проведено аналіз структури асортименту жіночого шкіряного взуття за ознаками: призначення, вид, матеріал верху та розмір.

У ситуації, що склалася, рекомендується збільшити різноманітність видів взуття, таких як черевики, ботильйони та чоботи, з метою збільшення обсягів продажів; товарознавці ТОВ «Інтертоп» рекомендують збільшити кількість взуття, що купується для молоді, яке відповідає сучасним тенденціям моди.

Для привернення уваги покупців слід закупувати взуття, в якому в якості декору використовується різноманітна фурнітура та застібки, що прикрашають взуття (пряжки, гудзики), а також виконують свою первісну функцію.

Взуття слід закупувати з широким спектром комбінацій матеріалів верху та кольорових відтінків. Комерційний відділ мережі магазинів «Інтертоп» рекомендує уцінювати взуття, яке не користується попитом у певні сезони. Влітку варто уцінювати чоботи, черевики та черевики, а взимку - літнє та текстильне взуття.

Це прискорить продаж та зменшить запаси взуття, що не користується попитом.

2. Аналіз структури асортименту жіночого шкіряного взуття за призначенням показує, що в період 2018-2020 рр. найбільшу питому вагу в магазинах ТОВ «Інтертоп» мало повсякденне взуття: у 2018р. 56,7%, 56,3% у 2019 році та 52,5% у 2020 році.

Пропозиція модельного взуття з кожним роком зменшується. Це пов'язано з тим, що рівень закупівельних цін на цей вид взуття є досить високим і компанія не може закупити необхідну кількість модельного взуття; у 2020 році продажі домашнього взуття значно зросли на 23,9% порівняно з 2019 роком. Це пов'язано з тим, що взуття, яке пропонується в магазинах ТОВ «Інтертоп», від вітчизняних виробників і є якісним та доступним за ціною.

Наразі мерчендайзерам магазинів ТОВ «Інтертоп» рекомендовано збільшити закупівлю домашнього взуття, а також збільшити закупівлю моделей взуття на високих та надвисоких підборах.

3. Було проаналізовано структуру асортименту жіночого шкіряного взуття за рівнем продажів, 2018-2020 роки

ТОВ «Інтертоп Лімітед» продемонструвало тенденцію до зниження обсягів продажів.

Так, у 2018 році рівень продажів усіх видів взуття знизився до 76,0%, у 2019 році - 68,0% та у 2020 році - 56,1%.

Причиною цього є те, що асортимент жіночого шкіряного взуття, який пропонує ТОВ «Інтертоп», часто не відповідає сучасним модним тенденціям, а асортимент півчобітків, напівчобітків та чобітків є недостатнім

У 2018 та 2019 роках найвищі рівні продажів спостерігалися для такого виду взуття, як чоботи

Так, у 2018 році рівень продажів чобіт склав 85,6%; у 2019 році - 74,8%. Це пов'язано з тим, що вид та якість запропонованих у цей період чобіт найбільше відповідали споживчому попиту: у 2020 році найвищими були продажі ботильйонів (86,6%), що пов'язано з незначною пропозицією цього виду взуття (4,4%) та тим, що магазин ТОВ «Інтертоп» не має достатнього асортименту. Це було пов'язано з високим рівнем цін на черевики та відсутністю попиту на цей вид взуття. Мерчендайзерам слід збільшити закупівлі цього виду взуття.

У зв'язку з цим також рекомендується бухгалтерії ТОВ «Інтертоп» встановити ціни на взуття для широких верств населення. З метою підвищення рівня продажів мерчендайзери також повинні прагнути до оновлення асортименту шляхом укладання довгострокових договорів на постачання з виробниками, які приділяють пильну увагу розробці нових моделей жіночого шкіряного взуття.

4. Аналіз асортиментної структури жіночого шкіряного взуття за матеріалом верху на основі поставок та продажів у 2018-2020 рр. показує, що до

магазинів ТОВ «Інтертоп» надходить взуття з верхом з натуральної шкіри, штучних та синтетичних матеріалів, текстилю та композиційних матеріалів.

Найбільша частка поставок та продажів припадає на взуття з натуральної шкіри. Так, взуття з натуральної шкіри становило 49,2% від загального обсягу продажів у 2020 році, взуття зі штучних та синтетичних матеріалів - 33,8% та взуття з композиційних матеріалів - 9,3%

Частка взуття з текстильним верхом у загальному обсязі продажів у 2020 році була найменшою.

У ситуації, що склалася, товарознавцям ТОВ «Інтертоп» рекомендується на майбутній літній сезон збільшити закупівлю взуття з текстильним верхом на 15,0-20,0%.

5. Аналіз структури асортименту за розмірами жіночого шкіряного взуття за обсягами поставок та реалізації у 2018-2020 роках свідчить, що взуттєвий асортимент торгової компанії ТОВ «Інтертоп розмірний ряд взуття ТОВ «Інтертоп» формувався переважно під впливом попиту. Так, до відділу «Взуття» протягом аналізованого періоду надходило жіноче шкіряне взуття таких розмірів: 230, 235, 240, 245, 250, 255, 260, 265, 270. Взуття розмірів 210, 215 та 22 не продавалося. Цей факт був негативним для діяльності компанії, оскільки попит на взуття цих розмірів залишився незадоволеним. У цій ситуації відповідальній особі за відділ взуття рекомендується на основі соціологічного дослідження визначити кількість взуття кожного розміру, яка б найкраще відповідала попиту покупців.

6. Органолептичним методом було перевірено якість жіночого шкіряного взуття і результати показали, що партія жіночого шкіряного повсякденного взуття виробництва ТОВ «Касандра» м. Львов була визнана найбільш якісною.

У партії, що складалася з львівських 35 пар, виявлено допустимий дефект відповідно до п. 1 ДСТУ 26167:2009 (різниця по висоті між напівпарами 2 мм; ледь помітна подряпина на заднику).

У партії 40 пар жіночих повсякденних туфель, отриманих від ТД «Артелл», м. Київ, перевірка якості виявила неприпустимі дефекти згідно з

ДСТУ 26167:2009 у двох парах (5,0%) взуття (втрата фарби на заднику, відшарування підошви, помітні подряпини на підошві).

Одже, партія жіночих повсякденних туфель виробництва ТД «Артелл» м. Київ була прийнята за винятком двох пар (5,0%) взуття з неприпустимими дефектами.

Цьому постачальнику/виробнику рекомендовано посилити контроль за фінішними операціями та виробничими процесами, особливо в частині кріплення підошви до заготовки верху.

ТОВ «Євротоп», м. Черкаси. Одна пара (3,3%) взуття цього постачальника/виробника мала порожнину в підкладці, а дві пари (6,6%) - технологічні дефекти, такі як мали технологічні дефекти, такі як забруднення або механічні пошкодження підкладки.

Лдже, партія жіночого повсякденного взуття, отримана від ТОВ «Євротоп», м. Черкаси, була визнана прийнятною за винятком викладених вище дефектів, які підлягають поверненню відповідно до договору між постачальником та виробником.

У ситуації, що склалася, керівництву ТОВ «Інтертоп» необхідно звернути увагу на якість пропонованого взуття, віддаленість постачальників від магазинів ТОВ «Інтертоп» та асортимент пропонованої продукції, а також шукати нові джерела постачання взуття високої якості, при цьому необхідно шукати добре відомих постачальників та обов'язково укладати договори на постачання з ними.

7. В оцінці якості естетичних характеристик жіночого шкіряного взуття експертами брали участь 5 експертів з товарознавчою освітою.

Експерти оцінювали дві моделі жіночих модельних туфель виробництва ТОВ «Касандра» м. Львів (модель А) та модель фірми «Romorphine» (Франція) (модель Б), які були оцінені за п'ятибальною шкалою та проранжовані за естетичними характеристиками.

Сукупний показник естетичних характеристик для моделі А склав 4,48 бала, а для моделі Б - 4,92 бала.

Силует моделі А експерти оцінили в 4,4 бала, моделі Б - в 4,8 бала, зовнішній вигляд моделі А - в 4,6 бала і моделі Б - в 5 балів.

Інтер'єр Моделі А був значно кращим за інтер'єр Моделі Б, оскільки якість маркування Моделі Б була не на належному рівні. Тому експерти оцінили інтер'єр Моделі А на 3,8 бала, а Моделі Б - на 4,8 бала.

Отже, працівникам ТОВ «Інтертоп» слід враховувати думки експертів при формуванні асортименту жіночого шкіряного взуття та порівнювати думки експертів і споживачів загалом щодо якості пропонованого взуття.

Таким чином, керівництву ТОВ «Інтертоп» рекомендується використовувати експертні методи для оцінки комплексних показників.

СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова О. В. Управління якістю: класифікація витрат для забезпечення системи якості / О. В. Абрамова // Бізнесінформ. – 2011. – №6. – С. 82-85.
2. Анісімова Л. Удосконалення систем менеджменту якості в умовах глобалізації ринку / Л. Анісімова // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Економіка. – 2009. – № 110. – С. 30-37.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник (рекомендован. Міносвіти) – К. : Атіка, 2004 – 480 с.
4. Боднар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. – 2-ге вид., доп. – К. : А.С.К., 2005. – 400 с.
5. Березін О. В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування розвитку: монографія / О.В. Березін. – К. : ЦУЛ, 2008. – 184 с.
6. Гольцев Д. Г. Сутність та маркетинговий підхід до поняття «якість» у системі управління якістю / Д. Г. Гольцев // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3. – С. 79-87.
7. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія / О.І. Драган. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
8. Друзюк В. Система управління якістю – інвестиція в майбутнє / В. Друзюк // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2009. – №1. – С. 51-53.
9. Артюх Т. М., Григоренко І. В. Теоретичні основи товарознавства : навч. посіб. Київ : НУХТ, 2014. 263 с. URL: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/73.24.pdf> (дата звернення: 16.01.2020).
10. Бавико О. Є. Експертиза товарів : конспект лекцій. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2016. 130 с.
11. Бардаш М. С., Хоменко О. І. Асортиментна політика підприємства та шляхи її вдосконалення. Ефективна економіка. 2016. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5288> (дата звернення: 04.05.2019).

12. Білецький Е. В., Янушкевич Д. А., Шайхлісламов З. Р. Управління якістю продукції та послуг : навч. посіб. Харків : ХТЕІ, 2015. 222 с.
13. Біловодська О. А., Клісінські Я. С., Молибог М. А. Пакування в процесі інноваційної діяльності як складова управління розподілом товарів. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2016. № 4. С. 31–42.
14. Бондарчук М. Є. Товарознавство (Теоретичні основи товарознавства) : конспект лекцій. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2017. 114 с. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/1430/1/Bondarchuk_KL_2017_11.pdf (дата звернення: 10.01.2020).
15. ДСТУ ГОСТ 26167:2009 Взуття повсякденне. Загальні технічні умови – 33 с
16. ДСТУ 2158-93 Взуття. Дефекти. Терміни та визначення – 25 с.