

УДК 687:339.37(045)

**КЛАСИФІКАЦІЯ ШВЕЙНИХ ВИРОБІВ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ
АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА
РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Сіренко Світлана Олександрівна

к.т.н., доцент

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Вінниця

Анотація: В статті розглянуто вплив класифікаційних ознак швейних виробів на формування асортиментної політики підприємства роздрібною торгівлі. Описані як традиційні класифікаційні ознаки швейних виробів, так і сучасна класифікація за моделями, ціновими категоріями, стилем експлуатації. Описані основні принципи формування оптимального асортименту швейних виробів.

Ключові слова: асортиментна політика підприємства торгівлі, класифікація, стиль споживачів, моделі, види попиту.

Мета асортиментної політики підприємства роздрібною торгівлі полягає в тому, щоб спрямувати підприємство на випуск та реалізацію товарів, які найбільше відповідають структурі та різноманітності попиту конкретних покупців. Тому, асортиментна політика підприємства роздрібною торгівлі, що реалізує швейні вироби – це своєрідна програма управління розвитком та реалізації даної групи товарів. Цільова частина цієї програми стосується оптимізації структури асортименту, а програма – передбачає систему заходів для досягнення такої структури у заздалегідь визначений період. Досягнення відповідності між асортиментним пропонуванням швейних товарів і попитом на них базується на визначенні та прогнозуванні структури асортименту.

Суть формування асортиментної політики роздрібного підприємства полягає в плануванні всіх видів діяльності, спрямованих на відбір продуктів для

реалізації, а також приведення властивостей товарів у відповідність до вимог споживачів.

Багато вчених займалися дослідженням асортиментної політики в сфері роздрібної торгівлі. До таких відносяться такі зарубіжні вчені як Берма Б., Бергер І., Еванс Дж. та інші. В їхніх наукових працях висвітлені закономірності та принципи формування асортименту товарів в підприємствах роздрібної торгівлі.

Слід відзначити і таких вітчизняних вчених як Голошубова Н., Лісиця В., Міщук І., Азарян О., Апоній В., Ільченко Л., які розглядали окремі аспекти класифікації формування та управління асортиментом товарів в різних форматах підприємств торгівлі.

Проте відсутні наукові розробки та положення щодо формування асортименту швейних товарів з врахуванням їх споживних властивостей, особливостей різних сегментів споживачів, відсутній також сучасний аналіз класифікаційних ознак швейних виробів.

Тому дослідження представлені в даній науковій статті «Класифікація швейних товарів як основа формування асортиментної політики підприємства роздрібної торгівлі» є актуальними.

Відомо, що класифікація – це упорядкований на основі певних ознак розподіл товарів (в нашому випадку швейних товарів) на класи, групи та підрозділи або незалежні один від одного (фасетний метод класифікації) або такі, що перебувають в логічній підпорядкованості (ієрархічний метод класифікації) [3].

Швейні вироби поділяють за різноманітними ознаками. Першою класифікаційною ознакою є поділ швейних товарів за характером опори [2]. Це плечовий одяг, поясний одяг, комплекти одягу, корсетні вироби, головні убори, панчішно-шкарпеткові вироби.

За географічно-расовими ознаками одяг поділяється на європейський, азіатський, латиноамериканський, африканський та ін. [3].

В товарознавстві основною класифікаційною ознакою для швейних

виробів є призначення. Класифікація швейних виробів за призначенням наведена на рис.1.

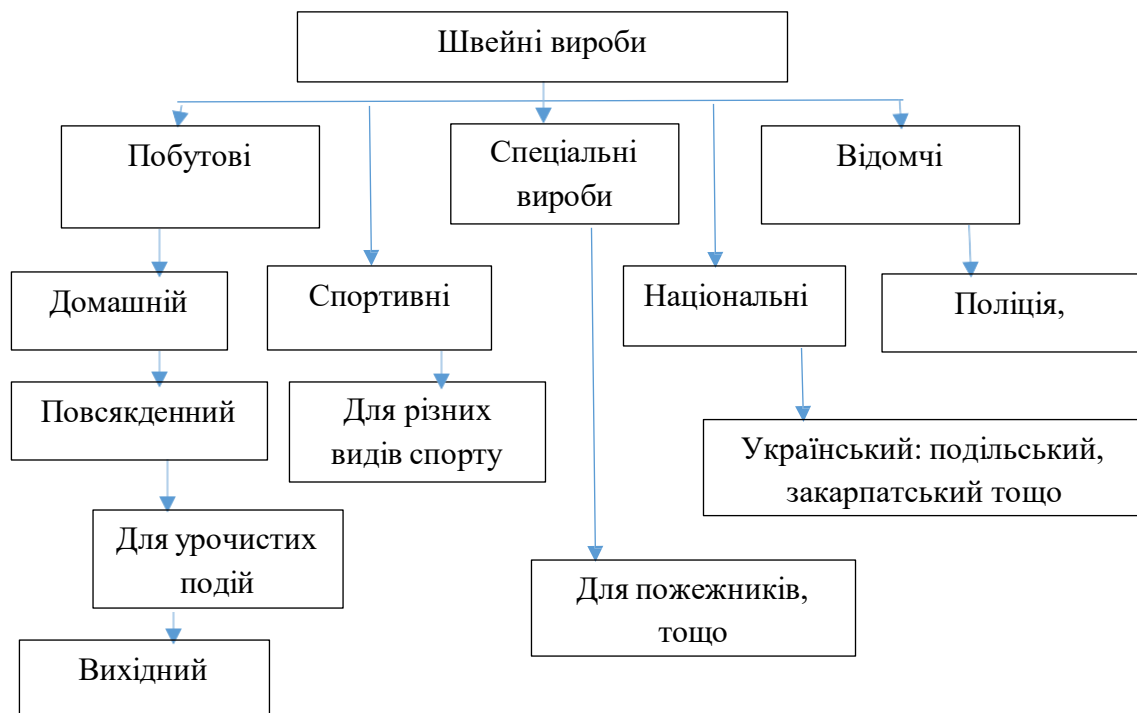


Рис. 1 – Класифікація швейних виробів за призначенням [8]

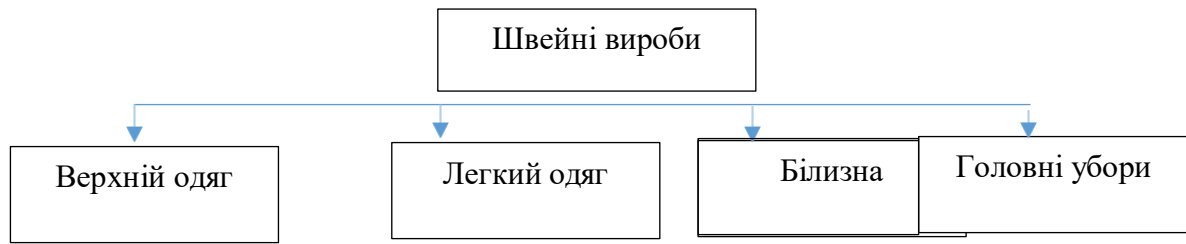
Відомчий одяг (або формений) використовується в різних відомствах і має певне призначення: для військових, поліцейських тощо. Спеціальний одяг - це одяг, який використовується працівниками різних галузей – медиками, для пожежників, для сільськогосподарських галузей, інше.

Побутовий одяг займає найбільшу частку в загальному обсязі швейних виробів. В залежності від цільового призначення він може бути домашній, повсякденний, урочистий (або вихідний) [13].

Якщо розглядати національний одяг (український), то він в свою чергу поділяється в залежності від регіонів на: подільський, прикарпатський, закарпатський, центральний, слобожанщина, полтавський, південний і т.д. [4].

Національний одяг кожного з цих регіонів має свої специфічні особливості: орнамент вишивки, колір, крій одягу, тощо.

Класифікація швейних виробів за умовами використання наведена на рис.2.



**Рис. 2 – Класифікація швейних виробів
за умовами використання [5]**

За сезоном одяг поділяють на літній, зимовий, демісезонний, міжсезонний.

Класифікація швейних виробів за статеві-віковою ознакою наведена на рис. 3.

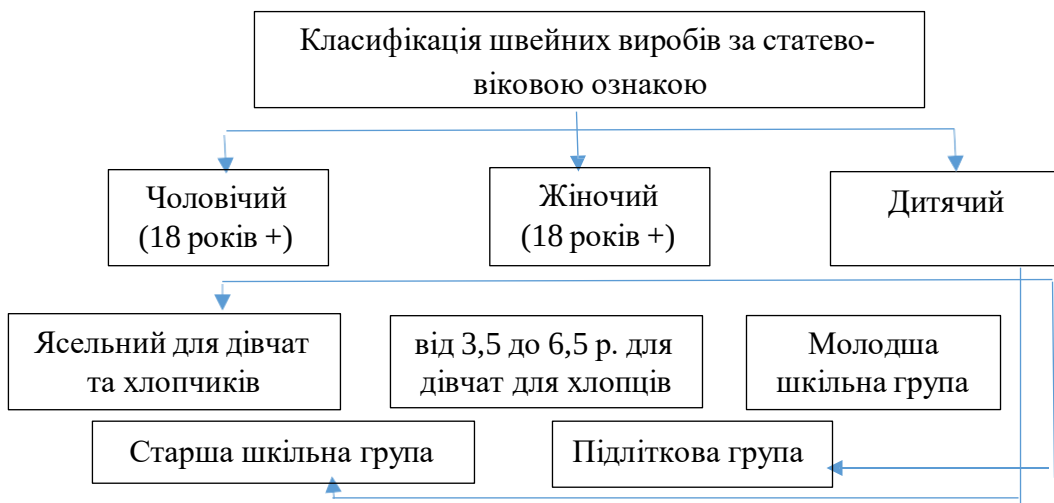


Рис. 3 – Класифікація швейних виробів за статеві-віковою ознакою

Ми навели класичну класифікацію швейних виробів за даною ознакою.

Але за нашою думкою слід виділити швейні вироби для молодшої групи. Також суттєвими класифікаційними ознаками одягу є розміри, моделі, конструктивні ознаки та види [12].

Важливою класифікаційною ознакою одягу є класифікація за моделями, які поділяють на моделі одягу для масового виробництва, перспективні моделі, які створюють кутюр'є відомих домів моди (так звані авторські моделі), моделі для форменого одягу (наприклад, створення одягу для нової поліції, нова українська військова форма, шкільний одяг тощо) [7].

В сучасних умовах одяг поділяють також і за ціновими категоріями (висока цінова категорія, середня цінова категорія, низька цінова категорія).

Актуальною на сьогоднішній день є така класифікаційна ознака як бренд одягу. За цією ознакою розрізняють такі бренди: luxury (люкс), premium (висока), middle-up (вище середнього), middle (середній), better (кращий) – це товари масового виробництва достатньої якості, good (гарний) – зручні прості функціональні речі: mass-market (нижче середнього) – сегмент демократичних марок, moderate (одяг широкого вжитку задовільної якості) [6].

Тут необхідно відзначити в межах цієї класифікації особливу ознаку: haute couture (від кутюр'є); luxury RTW (на замовлення від дизайнера); designer's RTW (готовий одяг від дизайнера).

Абсолютно новою класифікаційною ознакою на сьогодні є класифікація швейних виробів за стилем експлуатації [7]:

- казуальний – повсякденний одяг, який носять щодня і який є довговічним та зручним;
- діловий – консервативний стиль щодо кольору, тканини, крою і аксесуарів; характеризується строгістю, практичністю, стриманістю і в той же час неймовірною привабливістю; це костюм, плаття або спідниця, піджак, штани, у яких ідеально прострочені шви;
- спортивний – практичний, зручний одяг; використовується для занять фізкультурою та спортом, часто носять у повсякденному житті; це спортивні костюми, футболки, тенісні сорочки, сорочки поло, шорти, лосини, легінси;
- класичний – бездоганно пошитий одяг з дорогих і якісних тканин неясних кольорів, елегантний, комфортний; має прямий або приталений силует;
- екзотика – незвичайний і оригінальний одяг, яскравий і ефектний; використовується багато кольорів, вишивка, різноманітні візерунки тощо;
- вінтаж – ретро-стиль, стиль минулих епох; наприклад, плаття або спідниця годе;
- арті – стиль творчої натури; по-справжньому унікальний; наприклад, одяг художника, музиканта;
- преппі – стиль одягу для молоді, основою якого є форма престижних

коледжів, які готують молодь до вступу в елітні університети; характерна акуратність, елітність та зручність; це одяг престижних брендів;

- богемний (бохо) – характерні багат шаровість, використання гладких тканин яскравих кольорів, різноманітних візерунків, принтів, вишивки, бахром, бісеру;

- елегантний – вишуканий, стильний і гламурний стиль, в якому поєднуються витонченість і сексуальність;

- готичний – чорний колір одягу з ланцюгами, шипами, заклепками;

- стиль «рок» - обтягуючі шкіряні куртки й штани, рвані джинси з металевими заклепками, нашивками та шпильками.

За матеріалом розрізняють одяг з тканин, нетканих, плетених і дубльованих матеріалів, штучної і натуральної шкіри, а також їх різних поєднань [11].

За сезонністю вироби можуть бути літніми, демісезонними, зимовими і позасезонними [11].

За складністю моделі одяг розрізняють в залежності від силуету (ступеня прилягання до фігури) - прямого, напівприлягаючого, прилеглого або вільного, крою (характеру вточування) рукава: з рукавом вточним, реглан, суцільнокроєним і комбінованим [12].

Залежно від складності моделі і виду тканини швейні вироби можуть бути звичайного пошиття і пошиття вищої якості. Види (найменування) одягу дуже різноманітні.

Формування оптимального асортименту швейних виробів являється одним із найважливіших чинників ефективної роботи підприємства торгівлі, так як сприяє оптимізації прибутку.

Торговий асортимент швейних виробів на відмінну від виробничого асортименту – це сукупність товарів, що реалізуються в торговельній мережі і включає товари різних виробників. Торговий асортимент швейних товарів постійно змінюється, збільшується кількість їх різновидів, з'являються нові товари, які потребують оновлення класифікацій швейних виробів з

врахуванням моди, стилю, технологічних особливостей, тощо [9].

Сутність асортиментної політики підприємства, що реалізує швейні вироби, представляє собою процес формування швейних виробів за видами, моделями, фасонами, розмірами, стилями та іншими ознаками, тобто такими, які лежать в основі їх класифікації.

Зміст формування асортименту швейних виробів в підприємстві роздрібної торгівлі поділяється на три основні етапи:

- 1 етап – визначення асортиментного переліку швейних виробів для конкретного підприємства у відповідності з обсягом товарообороту з врахуванням класифікаційних ознак швейних виробів;
- 2 етап – створення внутрішньо-групового набору швейних виробів;
- 3 етап – розміщення асортименту швейних виробів на підприємстві роздрібної торгівлі.

При цьому слід зазначити, що формування асортименту швейних виробів, з врахуванням їх класифікаційних ознак, має дві мети: формувати попит і задовольняти його.

Для формування оптимального асортименту швейних виробів необхідно дотримуватись певних принципів:

1. Відповідність асортименту швейних виробів попиту населення, яке знаходиться у районі діяльності підприємства торгівлі. При цьому асортимент швейних виробів має бути гнучким, постійно адаптуватися до змін попиту, враховувати купівельну спроможність населення тощо.

Слід пам'ятати, що швейні вироби відносяться до товарів складного асортименту, які в межах одного виду, наприклад, пальто, мають свою внутрішню класифікацію за такими ознаками: фасон (класичний, фантазійний, спортивний); розмір 46-64; колір – різноманітний, модель – масова, лакшері і т.д., тобто в межах однієї групи налічується велика кількість підгруп, видів, найменувань. Під час формування асортименту швейних виробів необхідно враховувати характер попиту;

- стійкий попит – обумовлений на певний вид одягу, що не допускає його

заміни яким іншим, навіть однорідним товаром: наприклад, пальто, класичного ділового стилю, сірого кольору;

- альтернативний попит – це попит, який формується в підприємстві торгівлі після кінцевого примірювання швейного виробу;

- імпульсивний попит – це попит, що виникає в місцях продажу без попереднього обмірковування. Найчастіше це можуть бути такі види швейних виробів як футболки, топи, шорти, білизна.

2. Комплексне задоволення попиту, що забезпечує максимальні зручності покупцям швейних виробів і економію в часі. Дотримання цього принципу означає формування асортименту швейних виробів з урахуванням комплексності їх споживання в рамках певних споживчих комплексів. Для швейних виробів це може бути верхній одяг (пальто, плащ, куртка), костюм, сорочка, білизна.

3. Забезпечення достатньої повноти, широти і глибини товарного асортименту, його стійкості. Асортимент швейних виробів в підприємстві торгівлі повинен мати гранично широкий асортимент, який би відповідав типу магазину і споживчому попиту. Глибокий асортимент швейних виробів має задовольняти потреби споживачів різних сегментів, пропонувати діапазон цін для населення з різним рівнем доходів.

Асортиментна політика підприємства торгівлі швейними виробами повинна також враховувати те, що товарний асортимент має бути: раціональним (мати такий набір швейних виробів, щоб найбільш повно задовольняти потреби споживачів); високим (характеризуватися середньої ціною асортиментної лінійки); характеризуватися також новизною, динамічністю (здатністю змінюватися відповідно до потреб і запитів споживача).

Також асортимент швейних виробів має бути гармонійним, насиченим, стабільним, відповідати напрямку моди (актуальним).

На формування асортименту швейних виробів в роздрібному підприємстві впливає ряд чинників як зовнішніх, так і внутрішніх (табл. 1).

Таблиця 1

Основні чинники, які впливають на формування асортименту

Чинники (зовнішні), на які торговельне підприємство не може істотно вплинути	Чинники (внутрішні), які повною мірою залежать від самого торговельного об'єкта
Соціальні (структурний склад населення, рівень освіти та культури)	Формат магазину
Економічні (доходи населення, рівень роздрібних цін)	Розмір торгової площі
Демографічні (статевіковий, професійний склад населення, склад сімей)	Кваліфікація кадрів
Національно-побутові (традиції, звичаї, релігія)	Рівень організації комерційної діяльності з формування торгового асортименту
Природно-кліматичні (географічне розташування, кліматичні умови)	Транспортні зв'язки між населеними пунктами
Науково-технічні (рівень розвитку науково-технічного прогресу, стан науки, інновація виробництва та ін.)	Наявність інших роздрібних підприємств в зоні діяльності
Сезонність споживання і виробництва окремих продуктів	Товарна пропозиція та взаємозамінність товарів
Мода	Комплексність попиту

Все більший вплив на формування асортименту швейних виробів має мода [7, 10].

Таким чином, в основі асортиментної політики підприємства, яка представляє собою процес формування швейних виробів лежать різні класифікаційні ознаки, які змінюються з врахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на фінансове становище підприємства роздрібною торгівлі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрейцов О. Дослідження показників та складових асортименту швейних виробів на підприємстві торгівлі. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» ВТЕІ ДТЕУ*. Вінниця, 2023. Вип. 171. С. 8-16.
2. ДСТУ 2027-92 Вироби швейні й трикотажні. Терміни та визначення. URL:http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=94993
3. Класифікація непродовольчих товарів : монографія / А.А. Мазаракі, Н.В. Мережко, Л.А. Коптюх та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 592 с.
4. Код нації: як з'явилася українська вишиванка та як відрізняються

візерунки по регіонах. URL: <https://www.unian.ua/lite/holidays/ukrainskaya-vyshivanka-istoriya-vyshivka-po-regionam-12249165.html>

5. Оснач О.Ф. Товарознавство : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 219 с.

6. Полковниченко П С.О. Оцінка сучасного стану розвитку ринку одягу в Україні. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/87.pdf

7. Ринок одягу в Україні: домашні тенденції моди і покупок. Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-odezhdy-v-ukraine-domashnie-tendencii-mody-i-pokupok>

8. Ринок одягу. Маркетинг. URL: https://marketing.dovidnyk.info/index.php/sferaprumarketinguzvyazkiizgromadskistyunovarinkovanishavidideyidostvorennyanovogoproductu/828-rinok_odyagu-sp-14950

9. Ринок одягу в Україні. InVenture. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynok-odezhdy-v-ukraine>

10. Ринок, орієнтований на культуру. Маркетинг. URL: https://marketing.dovidnyk.info/index.php/sferaprumarketinguzvyazkiizgromadskistyunovarinkovanishavidideyidostvorennyanovogoproductu/832-rinok__oriyentovaniy_na_kul_turu

11. Сіренко С.О., Трішкіна Н.І. Товарознавство непродовольчих товарів : навч. посіб. Хмельницький : ФОП Цюпак А.А., 2021. 560 с.

12. Сіренко С.О. Товарознавчі дослідження ринку одягу в Україні. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України* : зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 верес. 2023 р. м. Вінниця, 2023. Ч. II. С. 49-57.

13. Товарознавство. Т. 1. Непродовольчі товари : підручник / Н. В. Мережко, О. Р. Мокроусова, Л. А. Коптюх та ін. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2019. 760 с.