

Государственное автономное профессиональное образовательное  
учреждение Саратовской области  
«Поволжский колледж технологий и менеджмента»

Демонстративно-иллюстрационный материал.

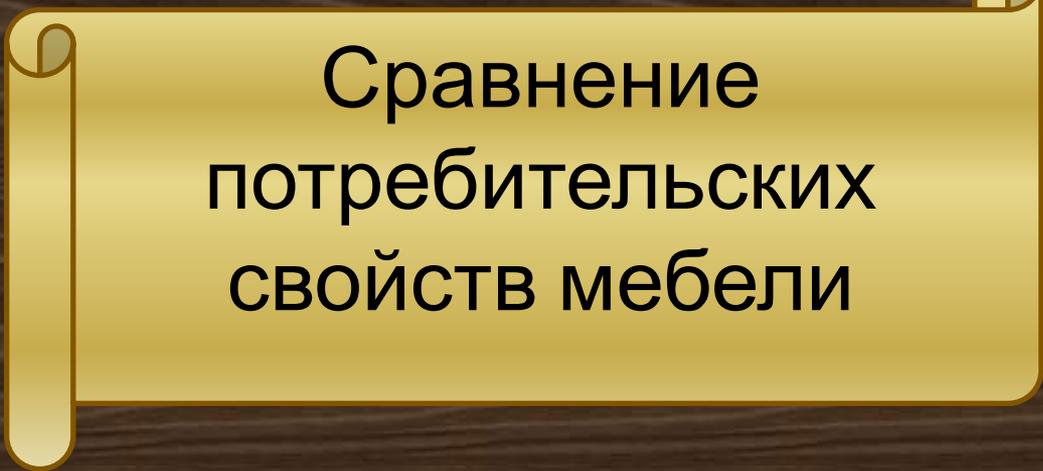
## КУРСОВАЯ РАБОТА

Сравнительная характеристика потребительских свойств  
мебели, выпускаемой предприятиями разных форм  
собственности

Работы выполнила студентка группы №552  
Кособрюхова Марина



Цель



Сравнение  
потребительских  
свойств мебели



Свойства  
мебели



Свойства  
мебели



# Задачи

```
graph LR; A[Задачи] --- B[Показать видовой ассортимент мебельных товаров и характеристики применяемых материалов]; A --- C[Изучить потребительские свойства и их показатели]; A --- D[Провести сравнительную характеристику товаров];
```

Показать видовой ассортимент мебельных товаров и характеристики применяемых материалов

Изучить потребительские свойства и их показатели

Провести сравнительную характеристику товаров

# Ассортимент мебельных

Шкафы

Кресла

Тумбы

Кровати

Стол

Табуреты

Стулья

Банкетки

# Материалы для

Лесоматериалы

в

Столярные  
плиты

Пиломатериалы

Чугуны

Шпон

Стали

Фанера

Лакокрасочные

Требования к мебели

```
graph LR; A[Требования к мебели] --- B[Социальные]; A --- C[Функциональные]; A --- D[Эргономические]; A --- E[Эксплуатационные]; A --- F[Эстетические];
```

Социальные

Функциональные

Эргономические

Эксплуатационные

Эстетические

# Мебельный центр «Кит»



Адрес: ул. Степная 21/3  
г. Балаково

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование товара</b>	<b>Количество разновидностей</b>	<b>Процентное соотношение</b>
<b>1.</b>	<b>Корпусная мебель</b>	<b>11</b>	<b>23,4</b>
<b>2.</b>	<b>Мягкая мебель</b>	<b>9</b>	<b>19,1</b>
<b>3.</b>	<b>Стол, стулья</b>	<b>10</b>	<b>21,2</b>
<b>4.</b>	<b>Мебель для офиса</b>	<b>5</b>	<b>10,6</b>
<b>5.</b>	<b>Мебель из ротанга</b>	<b>2</b>	<b>4,3</b>
<b>6.</b>	<b>Гардеробные</b>	<b>2</b>	<b>4,3</b>
<b>7.</b>	<b>Шкафы – купе</b>	<b>2</b>	<b>4,3</b>
<b>8.</b>	<b>Кухни</b>	<b>2</b>	<b>4,3</b>
<b>9.</b>	<b>Предметы интерьера</b>	<b>4</b>	<b>8,5</b>
<b>Итого:</b>		<b>47</b>	<b>100</b>

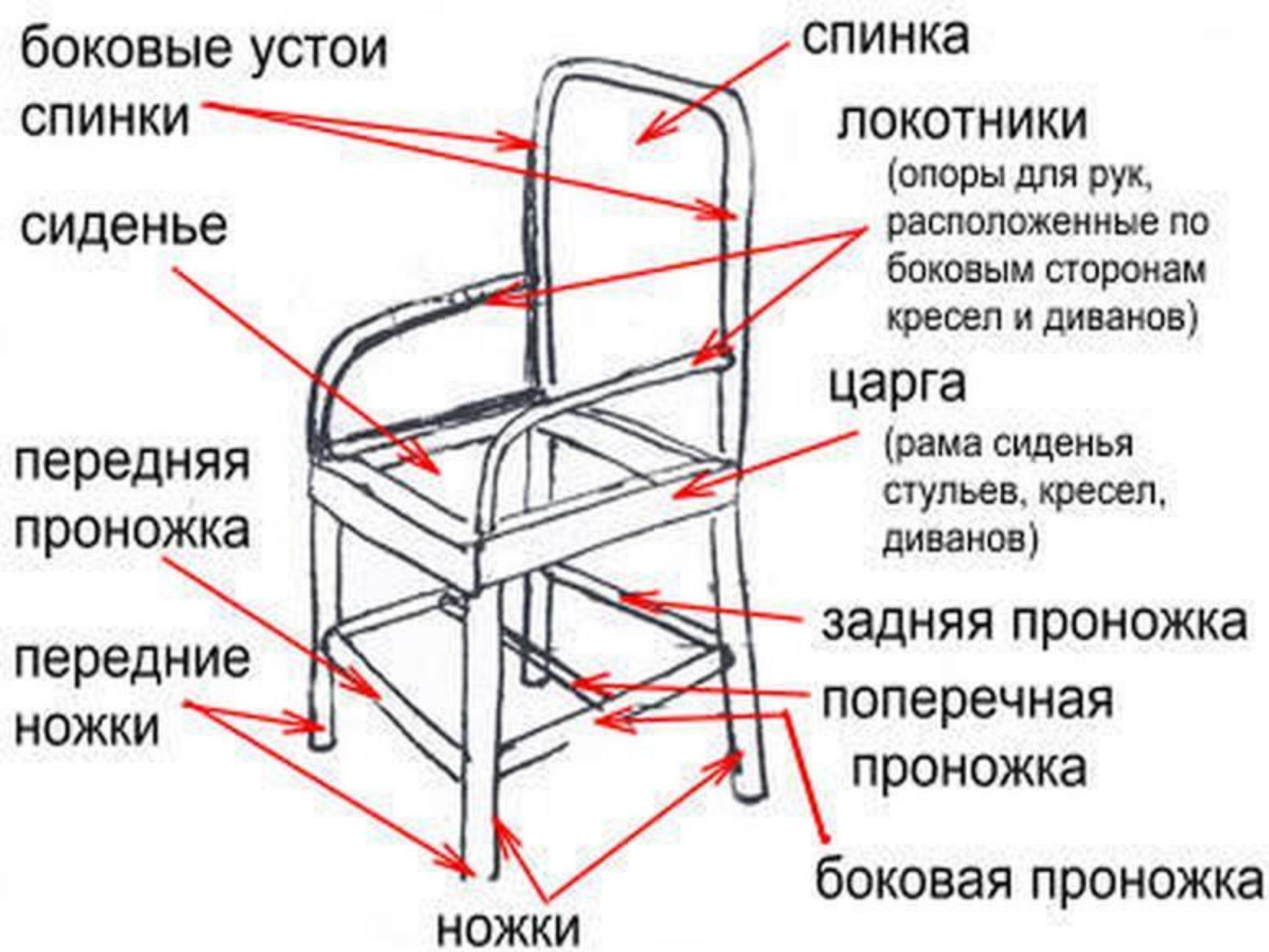
<b>Коэффициент</b>	<b>Действительная</b>	<b>Базовая</b>	<b>Итог по формуле</b>
<b>Широта (Кш)</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b><math>K_{ш} = (9 / 14) * 100\% = 64,3\%</math></b>
<b>Полнота (Кп)</b>	<b>37</b>	<b>75</b>	<b><math>K_{п} = (37 / 75) * 100\% = 67,3\%</math></b>
<b>Глубина (Кг)</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b><math>K_{г} = (9 / 17) * 100\% = 52,9\%</math></b>
<b>Устойчивость (Ку)</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b><math>K_{у} = (3/9) * 100\% = 33,3\%</math></b>
<b>Новизна (Кн)</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b><math>K_{н} = (5/9) * 100\% = 55,5\%</math></b>

<b>№ п/п</b>	<b>Ассортиментная группа</b>	<b>Количество</b>	<b>Процентное соотношение</b>
<b>1.</b>	<b>Корпусная мебель</b>	<b>107</b>	<b>25</b>
<b>2.</b>	<b>Мягкая мебель</b>	<b>75</b>	<b>17,5</b>
<b>3.</b>	<b>Стол, стулья</b>	<b>84</b>	<b>19,6</b>
<b>4.</b>	<b>Мебель для офиса</b>	<b>38</b>	<b>8,9</b>
<b>5.</b>	<b>Мебель из ротанга</b>	<b>10</b>	<b>2,3</b>
<b>6.</b>	<b>Гардеробные</b>	<b>23</b>	<b>5,4</b>
<b>7.</b>	<b>Шкафы – купе</b>	<b>9</b>	<b>2,1</b>
<b>8.</b>	<b>Кухни</b>	<b>15</b>	<b>3,5</b>
<b>9.</b>	<b>Предметы интерьера</b>	<b>44</b>	<b>10,3</b>
	<b>Итого:</b>	<b>428</b>	<b>100</b>

# Структура ассортиментной

## группы

№ п/п	Вид товара	Количество	Процентное соотношен ие
1.	Стол	48	57,1
2.	Стул	36	42,9
Итого:		84	100



Столярные

Гнутые

Клееные

Смешанные

Металлические

Пластиковые

Деревянные

Смешанные

Наименование показателей	ООО «Виста»			ЗАО «Экомебель»		
	По ГОСТ	Фактически и	Вывод	По ГОСТ	Фактически	Вывод
Ширина сиденья в наиболее широкой части	360 мм	360 мм	Соответствует	360 мм	361 мм	Соответствует
Радиус кривизны спинки (в плане)	Не менее 450 мм	455 мм	Соответствует	Не менее 450 мм	460 мм	Соответствует
Расстояние от пола до передней проножки или царги	Не менее 300 мм	450 мм	Соответствует	Не менее 300 мм	390 мм	Соответствует

# Рекомендации

Коэффициент устойчивости низкий, что указывает на неустойчивый спрос. Чтобы его повысить нужно увеличить объем продаж.

Проведя опрос и выяснив что пользуется спросом, нужно предложить новые товары, тем самым увеличить объем продаж.



**Спасибо за  
внимание!**