**Оптимизация ассортимента и качества швейной верхней женской одежды реализуемой**

**2012**

**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ

. РАЗВИТИЕ И СОСТОЯНИЕ РЫНКА ШВЕЙНЫХ ТОВАРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

.1 Регионы и динамика производства швейных товаров в Республике Беларусь

.2 Классификация и характеристика современного ассортимента швейной верхней женской одежды

.3 Особенности потребительских свойств швейной верхней женской одежды

.4 Финансово-экономические показатели деятельности ФМ «Элема» за 2010-2012 гг.

. АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ШВЕЙНОЙ ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В ФМ «ЭЛЕМА» ЗА 2010-2012 ГГ.

.1 Основные направления развития ассортимента швейной верхней женской одежды

.2 Анализ структуры ассортимента швейной верхней женской одежды, реализуемой ФМ «Элема» за 2010-2012 гг.

.3 Изучение покупательских предпочтений на швейную верхнюю женскую одежду, в зоне действия ФМ «Элема»

.4 Направления совершенствования розничной продажи швейной одежды в ФМ «Элема», в г. Гомеле

.5 Рекомендации по оптимизации структуры ассортимента швейной верхней женской одежды на основе покупательских предпочтений для ФМ «Элема»

. ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ ПРОВЕДЕНИЯ ТОВАРОВЕДНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ШВЕЙНЫХ ТОВАРОВ

.1 Понятие о средствах товарной экспертизы и их классификация

.2 Характеристика материально-технической базы проведения товароведной экспертизы швейных товаров

.3 Упаковка швейных товаров, как средство их экспертизы: виды, характеристика и основные требования к ней

.4 Маркировка швейных товаров - важнейшее средство их товароведной экспертизы

. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШВЕЙНОЙ ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ ФМ «ЭЛЕМА»

.1 Методика оценки потребительских свойств и уровня конкурентоспособности швейной верхней женской одежды

.2 Выбор и обоснование оптимальных потребительских свойств, для оценки конкурентоспособности швейной верхней женской одежды

.3 Экспертная оценка качества и уровня конкурентоспособности швейной верхней женской одежды

.4 Формирование оптимальной структуры ассортимента швейной верхней женской одежды для ФМ «Элема»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

**ВВЕДЕНИЕ**

В условиях развивающейся экономики и широкого использования инновационных технологий в отраслях промышленности немаловажная роль принадлежит производству современного ассортимента швейной одежды.

Сегодня продукция легкой промышленности имеет устойчивый спрос, она востребована практически во всех сферах жизнедеятельности человека, начиная с его рождения, и в деятельности многих отраслей и структур экономики. Предприятия отрасли производят ткани и товары для дома, изделия повседневного спроса, в том числе медицинского назначения, одежду и обувь, в т.ч. лечебно-профилактическую, способствующие восстановлению и поддержанию здоровья людей, рабочую и специальную одежду. Объемы производства и потребления товаров потребительского и медицинского назначения оказывают непосредственное влияние на экономическое, социальное, культурное и здоровое развитие общества. [12].

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

Наибольший удельный вес в швейной промышленности имеет одежда. Сейчас мы не смогли бы представить нашу жизнь без такой разной, функциональной и качественной одежды.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

Одежда - это предмет потребления, может быть изготовлена по индивидуальному заказу для конкретного человека или являться продуктом массового производства. Одежду, выработанную по технологии швейного производства, называют швейными изделиями. Швейные товары вырабатываются из различных материалов и используются для защиты тела человека от воздействия внешней среды в обычных условиях носки и при выполнении определенных условий работ. Основную массу швейных товаров составляет бытовая, спортивная и производственная одежда.

Одежда - наиболее сложная по ассортименту товарная группа, подверженная постоянным изменениям в соответствии с требованиями моды. Потребитель предъявляет к одежде высокие требования, она должна быть красивой и удобной. Требования к качеству одежды отражают материальный и культурный уровень людей, современный покупатель хочет купить одежду, которая соответствовала бы определенному назначению, возрасту. Большое значение для повышения спроса населения на одежду и ее качества имеет материальный и культурный уровень. Затраты населения на приобретение одежды составляют пятую часть общих потребительских расходов.

Общими требованиями, которым должны удовлетворять все швейные изделия, являются удобство в использовании, соответствие современному направлению моды, безопасность для здоровья человека и окружающей среды. Особые требования к швейным изделиям специального назначения.

Швейные товары кроме утилитарной выполняют также декоративную функцию и поэтому при их изготовлении необходимо учитывать особенности формы тела человека, его возраст, характер деятельности, условия использования изделия.

Развитие форм и конструкция одежды происходит по двум направлениям: первое - вместе с развитием человеческого общества, ростом материальной и культурной базы; второе - под влиянием моды.

В советскую эпоху, когда уровень развития общественного производства был невысок, и оно было направлено в основном на удовлетворение самых элементарных потребностей населения, уровень качества одежды, ее дизайн и эстетика были далеко от мировых тенденций моды. Лишь начиная с 1990-х годов, когда в стране стал развиваться рынок, и она вышла на мировые торговые рынки, потребителям стали доступны товары народного потребления, производящиеся во многих странах мира. [14, с. 108].

Развитие частного бизнеса, международных экономических связей, туризма, в том числе коммерческого значительно способствовали динамическому росту объемов торговли, а затем и собственного производства более качественной одежды, хотя еще и уступающей многим образцам производства западных фирм. Рост благосостояния населения, в том числе и такой фактор, как поляризация доходов, также стали условием, способствовавшим формированию в Белоруссии рынка одежды самой разной по странам производителям, качеству и цене. Из всего этого многообразия сегодня каждый может выбрать для себя то, что соответствует его доходам, вкусу, представлениям о современной моде.

В условиях современного рынка одежды и высокой конкуренции товары все быстрее сменяют друг друга, покупатели становятся более требовательными при их выборе.

Главная задача швейной промышленности - удовлетворение потребности людей в одежде высокого качества и разнообразного ассортимента. Качество продукции, ее конкурентоспособность на мировом рынке рассматривается сегодня, как самый объективный и обобщающий показатель научно-технического прогресса, уровня организации производства культуры. [12].

Современная швейная отрасль, выпускающая одежду массового производства, должна характеризоваться достаточно высоким уровнем техники, технологии и организации производства, наличием крупных специализированных предприятий и производственных объединений.

Ассортимент швейных изделий должен обновляться в результате расширения ассортимента и улучшения качества сырьевой базы швейной промышленности. В условиях динамичного развития белорусской экономики, в которой отечественные предприятия вынуждены уже сегодня вести конкурентную борьбу на рынке не только между собой, но и с производителями из стран ближнего и дальнего зарубежья, неизбежной составляющей деятельности экономических субъектов хозяйствования становится ведение активной инновационной деятельности. [12].

Одним из способов повышения эффективности работы предприятий является оптимизация ассортимента. Оптимизация структуры ассортимента должна обеспечивать максимальную рентабельность и достаточную стабильность предприятия в целом. Выпуск промышленных моделей должен быть рентабельный (выгодный).

Актуальность темы данного исследования обоснована тем, что одежда является предметом первой необходимости - обязательным атрибутом любого человека, которая определяет его имидж, индивидуальность и для обеспечения растущих потребностей покупательского спроса необходимо полное соответствие конкурентоспособного ассортимента, который сможет удовлетворить все запросы покупателей.

Учитывая, значимость данных товаров, целью исследования дипломной работы является направление по оптимизации ассортимента и качества швейной верхней женской одежды, реализуемого в ФМ «Элема», на основе их потребительской оценки для повышения конкурентоспособности.

В связи с поставленной целью решались следующие задачи:

. Изучение развития и состояния рынка швейных товаров в Республике Беларусь.

. Проведение анализа и формирование структуры ассортимента швейной верхней женской одежды, реализуемой ФМ «Элема» за 2010-2012годы.

. Изучение современных средств, проведения товароведной экспертизы швейных товаров.

. Оценка качества и конкурентоспособности швейной верхней женской одежды на предприятии ФМ «Элема».

. Формирование оптимальной структуры конкурентоспособного ассортимента швейной верхней женской одежды для ФМ «Элема».

Объектом исследования является товарная группа - верхняя швейная женская одежда, реализуемая в ФМ «Элема», в г. Гомеле.

Предметом исследования является ассортимент швейной верхней женской одежды, реализуемой в ФМ «Элема», в г. Гомеле.

В работе были использованы методы: описания, наблюдения, сравнения, обобщения, анализ.

Структура и объем дипломной работы:

Дипломная работа состоит из введения, четырех глав, заключения, списка используемой литературы. Все ее части взаимосвязаны и раскрывают в полном объеме тему, ее актуальность, цели и задачи.

В первой главе изучается состояние рынка и динамика производства швейных товаров в Республике Беларусь.

Во второй главе анализируется ассортимент швейной верхней женской одежды, реализуемой в ФМ «Элема», в г. Гомеле.

В третьей главе изучаются современные средства товароведной экспертизы швейных товаров.

В четвертой главе дается оценка качества и конкурентоспособности швейной верхней женской одежды.

В заключение вынесены обобщения всех четырех глав и даны рекомендации по оптимизации ассортимента швейной верхней женской одежды для ФМ «Элема».

Объем дипломной работы составляет 108 страниц, 20 таблиц, 1 диаграмму, 7 формул. Основные литературные источники, используемые в работе это: Сыцко, В. Е. Товароведение непродовольственных товаров, Садовский, В. В. Товароведение одежно-обувных товаров, Склянников, В. П. Потребительские свойства текстильных товаров, электронные ресурсы и др.

**Фитнес на дому**



<http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml>

**1. РАЗВИТИЕ И СОСТОЯНИЕ РЫНКА ШВЕЙНЫХ ТОВАРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**.1 Регионы и динамика производства швейных товаров в Республике Беларусь**

Швейная промышленность является одной из крупнейших отраслей легкой промышленности. Она всегда играла важную роль в жизни страны. Число предприятий подотрасли превышает свыше 250. Крупнейшими предприятиями являются швейные фабрики: ОАО «Коминтерн» в Гомеле, «Знамя индустриализации» в Витебске, ОАО «Славянка» в Бобруйске, ЗАО «Веснянка» в Могилеве, ОАО «Элема» в Минске и др. Их основная специализация - пошив мужских и женских костюмов, пальто, детской одежды, белья, головных уборов, меховых изделий. Часть продукции швейных предприятий республики направляется на экспорт не только в страны СНГ, но и в Великобританию, Данию, Польшу, США, Нидерланды, Чехию. На территории страны успешно работают такие совместные предприятия швейной промышленности, как «Джерси» в Бресте, «Гартен» в Барановичах и др. [23].

В настоящее время Республика Беларусь занимает одно из ведущих мест, в странах содружества независимых государств по производству швейной продукции. С каждым годом растет спрос населения на швейные товары. Объясняется это тем, что швейные изделия наряду с красивым внешним видом обладают комплексом положительных свойств: теплозащитных, гигроскопичных, воздуха и паропроницаемых, и других.

Ассортимент тканей, который закупается белорусскими производителями в странах Турции, Польши, Кореи, Венгрии, Италии, Бельгии делает возможным создание стильной, модной, нарядной и повседневной одежды.[23]

**Крупнейшими швейными фабриками в Республике Беларусь являются - в г. Минске и Минской области:**

 РУП «Борисовская швейная фабрика».

Один из крупных производителей специальной одежды производственного назначения для зимы и лета. Также фабрика производит одежду повседневного применения, в том числе женские плащи, куртки, жакеты, брюки, юбки.

 «Дисвея» ОДО(г. Минск) - производство: верхняя одежда.

Компания «Дисвея» - одна из ведущих компаний республики, специализирующихся на швейном производстве, по пошиву курток и пальто: мужских, женских, детских.

 «Дарима», ОДО(г. Минск) - пошив верхней одежды на заказ.

 Предприятие под торговой маркой «Камелия» (г. Минск) известно на рынке швейных изделий с 2003 года.

Современное оборудование и новейшие технологии позволяют регулярно обновлять ассортимент продукции. Коллекции торговой марки представлены моделями, как для повседневного, так и для торжественного выхода. [23].

 **«**Ладотекс», ЧУП(г. Минск) **-** швейное предприятие по пошиву женской одежды.

 ОАО «Прогресс» - одно из крупнейших предприятий бытового обслуживания населения в г. Минске.

Предприятие было основано в 1964 году. Основным видом деятельности Общества является оказание бытовых услуг населению по пошиву и ремонту швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и текстильной галантереи.

 ОАО «Элема»(г. Минск).

На сегодняшний день ОАО «Элема» является одним из ведущих предприятий по производству женской одежды в Белоруссии и странах СНГ. Традиционным направлением деятельности фабрики было изготовление женской одежды. В последние годы предприятие освоило выпуск мужских пальто и полупальто, разнообразило коллекцию летнего ассортимента новыми видами изделий - шорты, бриджи, сарафаны. При изготовлении одежды - используется высокотехнологическое оборудование, которое позволяет производить до 3500 единиц в день. Ежегодный объем производства составляет 650 - 700 тысяч швейных изделий в зависимости от ассортимента и трудоемкости выпускаемой продукции.

 ОАО «Дзержинская швейная фабрика «ЭЛИЗ».

Это крупнейшее предприятие Республики Беларусь, специализирующееся на изготовлении сорочек мужских, сорочек для мальчиков, женских блузок и других изделий легкого ассортимента.

 ОАО «Элегант**»** (г. Жодино).

Предприятие выпускает швейные изделия женского ассортимента, постельное и столовое белье, специальную, форменную одежду.

 Производственное унитарное предприятие «Эладэя»общественного объединения «Белорусский союз театральных деятелей».

Производит женскую одежду на базе высококачественных натуральных текстильных и трикотажных полотен, производимых в Турции, Италии, Южной Корее, Беларуси.

**Предприятия в Бресте и Брестской области:**

 «Баравчанка» **-** швейная фабрика РУПП - производство верхней одежды.

Более 50 лет успешно работает в области производства и поставки костюмов и комплектов, брюк для мальчиков всех возрастов. Брюки, костюмы, одежда верхняя, одежда детская, пиджаки, платья, спецодежда утепленная.

 Швейное предприятие «ДИОМАНТ»(г. Брест).

На рынке производства женской одежды с 2000 год. За это время сумели добиться достойной конкуренции, выдерживают ее до настоящего времени и уверенно идут в ногу с направлениями моды. Широкий ассортимент больших размеров, мастера постарались удачно оформить изделия, сочетая в них фурнитуру и силуэт. Потому даже большие размеры женских костюмов, платьев, брюк, юбок и плащей всегда оригинальны и нарядны.

 Швейное предприятие «Ивелта Плюс» (г. Брест**) -** производство верхней женской одежды.

Коллекция женской одежды «Ивелта Плюс» - классические модели костюмов для офиса, и модели для прогулок и активного отдыха, гламурные модели.

 Швейное предприятие **«**Инга-Арс**»** (г. Брест) - известна на белорусском рынке с 1996 года.

За 14 лет с момента создания, «Инга» завоевала известность и доверие со стороны покупателей и партнеров. С 1 августа 2011 года работают под торговой маркой **«**JeRusi». Постоянное изучение модных тенденций и рынка сбыта швейных изделий, сотрудничество с предприятиями - изготовителями качественного сырья, профессиональный и творческий потенциал коллектива позволяют воплощать в реальность смелые и красивые идеи при выпуске качественной и стильной женской одежды от 44 до 58 размера.

 «Ксения стиль» - швейное предприятие (г. Брест).

Более шести лет занимает свою нишу на внутреннем и российском рынке. Ассортимент выпускаемых изделий достаточно широк и разнообразен. Это элегантные костюмы, универсальные модели, на каждый день сочетающиеся как с брюками, так и с юбкой, молодежные комплекты для любого сезона, классические костюмы из добротных тканей. Шкала размерного ряда от 42 до 62 размера.

 ОАО Швейная фирма «Лона» (г. Кобрин). [23].

Создана на базе Кобринской швейной фабрики 2 августа 1944 года и на сегодняшний день является крупнейшим производителем верхней одежды в Республике Беларусь. ОАО Швейная фирма «Лона» производит широкий ассортимент мужской, женской и детской одежды. Разработка моделей ведется по четырем направлениям:

 костюмно-плательного ассортимента - костюмы, жакеты, юбки, брюки, капри и т. д;

 верхний ассортимент - пальто, полупальто, куртки, плащи и т. д.;

 спортивный ассортимент для активного отдыха - спортивные костюмы, горнолыжные костюмы, костюмы для рыбаков, спальные мешки и др.

 ассортимент специальной и рабочей одежды - костюмы, куртки, халаты и др.

 Швейное предприятие «Мара»(г. Брест) - пошив женской одежды.- это широкий ассортимент и размерные группы с 42 по 58 размер. Ежегодно выпускается по две сезонных коллекции, которые отличаются своим многообразием. При создании моделей, выборе цветовых решений и силуэтных форм учитываются последние тенденции мировой модной индустрии, отбираются для производства только высококачественные материалы ведущих производителей. Каждая коллекция содержит элементы гардероба, достаточные для современной модницы - нарядные и повседневные юбочные и брючные костюмы, платья, сарафаны, плащи, туники, блузки, юбки, брюки.

 Швейное предприятие «Нелва» - производит качественную женскую одежду (г. Брест).

Женская одежда торговой марки «Нелва» известна на белорусском рынке с 2000 года. За 9 лет с момента создания, «Нелва» уже завоевала известность и доверие со стороны покупателей, и сегодня компания является одним из ведущих белорусских производителей модной женской одежды.

 ОАО Брестская швейная фирма «Надзея».[23].

Выпускает широкий перечень швейных изделий костюмно-плательного ассортимента - жакеты и куртки, жилеты, юбки и брюки, бриджи и шорты, блузки, платья и туники, майки, топы и т.д.

 ОДО «Панда» - один из производителей высококачественной верхней женской одежды на территории Республики Беларусь.

Фирма существует с 2000 года, динамично развивается, и уже зарекомендовала себя на рынке как производитель качественной одежды с великолепной посадкой на фигуре, всегда актуальной, модной и элегантной. Одежда ОДО «Панда» шьется из высококачественных новейших тканей и трикотажных полотен, производимых в Индонезии, Турции, Китае, Корее, Беларуси, Польше и других странах.

 Швейная фабрика«Prestige».

Одна из первых фирм в городе Бресте, производящая эксклюзивную женскую одежду. Свое начало фабрика берет в 1998 году, за все годы непрерывной работы, конструкторам и технологам удалось создать собственное направление в моде. Одним из основных отличий фабрики является широкий выбор моделей и идеальная посадка каждой модели.

**Предприятия в г. Витебске и Витебской области**.

 «Бугалюкс», ИЧУПП(г. Витебск).

Основной вид деятельности: производство и реализация женской одежды.

 РУПП «Витебское швейное производственное объединение «Витебчанка».

Крупное успешное предприятие, прочно занявшее свою нишу в индустрии современной моды. Специализация предприятия - верхняя одежда, обладает широкими возможностями в производстве следующего ассортимента:

 женские легкие платья из хлопчатобумажных, шелковых и льняных тканей, брюки, юбки, жакеты из шерстяных тканей;

 куртки-ветровки из смесовых, драповых тканей без подкладки и на подкладке с применением утеплителей (синтепон, файбертек, холофан, пуховый пакет);

 пальто, полупальто из шерстяных, смесовых тканей на подкладке с применением утеплителей (синтепон, файбертек, холофан, пуховый пакет);

 плащи для взрослых и детей из хлопчатобумажных, смесовых тканей.

 Витебская швейная фабрика «Знамя индустриализации**».**

Специализируется на выпуске верхней женской и мужской одежды. Предприятие сотрудничает с рядом зарубежных фирм, но основная его задача - обеспечение внутреннего рынка республики продукцией отличного качества и в широком ассортименте.

 ОАО «Мона»(г. Полоцк).

Это производственное объединение, имеющее многолетний опыт работы в швейной промышленности. За долгие годы фабрика приобрела огромный опыт в производстве швейных изделий. Ассортимент продукции предприятия широк и разнообразен. Фабрика специализируется на производстве женской верхней одежды: жакеты, костюмы, юбки, платья, брюки; а также рабочей и специальной одежды.

 РУПТП «Оршанский льнокомбинат» - крупнейший в Европепроизводитель льняных тканей и изделий из них. Основной вид деятельности: производство швейных изделий.

# **Предприятия в г. Гомель и Гомельской области:**

#  ОАО «ГОМЕЛЬЧАНКА»Модная женская одежда. Одежда для детей. Постельное бельё.

#  ОАО «Коминтерн»(г. Гомель**)**:пошив мужских и женских костюмов классического стиля. [23].

#  Солигорская швейная фабрика ЗАО «Калинка»**.**

# Одно изкрупнейших белорусских производителей швейных изделий, входит в состав Белорусского концерна по производству и реализации товаров лёгкой промышленности «Беллегпром».

 ЗАО «Калиночка»,(г. Солигорск.).

Производят изделия швейные: жакеты, костюмы, платья, юбки и др.

 ОАО «МШФ «Надэкс» (г. Мозырь).

ОАО «Мозырская швейная фабрика «Надэкс» основана в 1944 году. Является одним из ведущих швейных предприятий и специализируется на пошиве мужской и женской одежды. На сегодняшний день ассортимент выпускаемой продукции под торговой маркой «Надэкс» включает более двадцати видов изделий, что позволяет удовлетворять самые разнообразные запросы покупателей.

**Предприятия в г. Гродно и Гродненской области:**

 «ГродФэшон», ООО(г. Гродно).

Производство - одежда верхняя женская, костюмы женские.

 ОАО «ШТФ «Элод»(г. Гродно).

Является одним из крупнейших в стране производителей женской легкой одежды. ОАО «ШТФ «Элод» предлагает в широком ассортименте легкую женскую одежду на все случаи жизни: блузки, юбки, брюки, жакеты, платья, сарафаны и др.

 Компания «Ювита» (г. Гродно) **-** производитель модной женской одежды.

**Предприятия в г. Могилев и Могилевской области:**

 Фирма «Вяснянка» - бывшая швейная фабрика им. Володарского, основана в 1929 году.

Сегодня ЗАО «Могилевская швейная фирма «Вяснянка»известный и всеми любимый белорусский бренд. Не только белорусы, но и жители ближнего и дальнего зарубежья с удовольствием носят эту элегантную одежду. Современный силуэт, красивые ткани, качественный пошив - те составляющие, которые делают вещь не только практичной, но и любимой. Продукция фирмы «Вяснянка» включает в свой ассортимент верхнюю женскую и мужскую одежду - женские зимние и демисезонные пальто, куртки, костюмы, жакеты, брюки, юбки, платья, сарафаны, одежда делового стиля для учащихся.

 ОАО «Славянка»,(г. Бобруйск). [23].

В настоящее время ОАО «Славянка» - одно из крупнейших предприятий легкой промышленности Республики Беларусь. Предприятие специализируется на выпуске одежды для взрослых и детей в следующих направлениях:

 пальтово-костюмная группа;

 платьево-блузочная группа;

 одежда для спорта;

 одежда делового стиля для школьников;

 специальная одежда.

Производственная мощность предприятия - 780 тысяч единиц в год. Ежегодно осваивается производство изделий нового ассортимента, с применением новых видов сырья: джинс, флис, натуральная кожа.

На рынок швейных изделий Республики Беларусь поступают также изделия зарубежных производителей, преимущественно из стран ближнего зарубежья. Одним из предприятий, поставляющих свои изделия в Беларусь, является польская фирма «Мартэкс» (г. Белосток), специализирующаяся на выпуске женских костюмов делового стиля. [14, с. 105].

Таким образом, наибольшее количество швейных предприятий находятся в Брестской области, потом по значимости идет Минск и Минская область и почти в равных долях Витебская, Могилевская, Гомельская и Гродненская области.

Крупнейшими фабриками по пошиву женской верхней одежды в Республике Беларусь являются:

 ОАО «Элема» г. Минск;

 ОАО «Борисовская швейная фабрика» г. Борисов;

 Барановичская швейная фабрика «Баравчанка» г. Барановичи;

 ОАО швейная фирма «Лона» г. Кобрин;

 ОДО «Панда» г. Брест;

 КУПП «Витебчанка» г. Витебск;

 РУПТП «Оршанский льнокомбинат» г. Орша;

 ОАО «Гомельчанка» г. Гомель;

 ОАО «Коминтерн» г. Гомель;

 ОАО «МШФ «Надэкс» г. Мозырь;

 ЗАО Могилевская швейная фирма «Веснянка»;

 ОАО «Славянка» г. Бобруйск.

Глобальный финансово - экономический кризис, разразившийся в четвертом квартале 2008 года и проявляющийся в течение всего 2009 года, который выразился в резком снижении деловой активности и внешнеторговых обменов, привел к негативным тенденциям в мировой текстильной промышленности. Производство, а также уровень потребления швейных изделий, испытали резкое снижение с июня 2008 года по июнь 2009года. С июля 2009 года можно было наблюдать медленную стабилизации этих уровней. На смену динамики снижения темпов производства отмечен его рост. Этот факт указывает на определенную стабилизацию условий работы предприятий легкой промышленности, в период проблем на валютном рынке и переход предприятий в режим устойчивого функционирования. [12].

Анализируя данные таблицы 1.1.1 - Производство швейной одежды в Республике Беларусь, в период с 2006 - по 2011 гг., можно заметить, что по всем товаром идет снижения производства, за исключением плащей, увеличились в 0,6 раз и платьев 0,24 раза.

Таблица 1.1.1 - Производство швейной одежды в Республике Беларусь

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Объем производства по годам, тыс. шт. | | | | | | | | | | | |
|  | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
|  | кол-во | уд. вес, % | кол-во | уд. вес, % | кол-во | уд. вес, % | кол-во | уд. вес, % | кол-во | уд. вес, % | кол-во | уд. вес, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Пальто, полупальто | 1944 | 12,1 | 1544 | 9,3 | 1417 | 8,5 | 1368 | 9,8 | 1482 | 10,0 | 1328 | 9,0 |
| Плащи | 156 | 1,0 | 240 | 1,4 | 272 | 1,6 | 267 | 1,9 | 251 | 1,7 | 256 | 1,7 |
| Костюмы | 3519 | 22,0 | 3967 | 23,8 | 4052 | 24,2 | 2652 | 19,1 | 2945 | 20,1 | 2350 | 16,0 |
| Платья | 656 | 4,2 | 948 | 5,7 | 1277 | 7,6 | 1664 | 12,0 | 2275 | 15,4 | 2778 | 18,9 |
| Брюки | 3410 | 21,3 | 3293 | 19,8 | 3066 | 18,3 | 2376 | 17,1 | 2322 | 15,7 | 2273 | 15,5 |
| Юбки | 1303 | 8,1 | 1127 | 6,8 | 1178 | 7,0 | 1125 | 8,1 | 1033 | 7,0 | 1085 | 7,4 |
| Блузки | 1359 | 8,5 | 1474 | 8,8 | 1521 | 9,2 | 1339 | 9,6 | 1398 | 9,5 | 1257 | 8,6 |
| Куртки | 1186 | 7,4 | 1341 | 8,0 | 1196 | 7,2 | 924 | 6,6 | 904 | 6,1 | 955 | 6,5 |
| Сорочки верхние | 2470 | 15,4 | 2736 | 16,4 | 2740 | 16,4 | 2199 | 15,8 | 2144 | 14,5 | 2412 | 16,4 |
| Итого | 16003 | 100 | 16670 | 100 | 16719 | 100 | 13914 | 100 | 14754 | 100 | 14694 | 100 |

Примечание - Источник: собственная разработка [20].

При сравнении последних лет 2011года с 2009 годом происходит незначительный упадок в производстве. Это можно объяснить недостаточно высоким уровнем техники и перевооружением предприятий. Снижение идет по таким видам как: пальто и полупальто - на 2,9%; костюмов - на 11,4%; плащей - на 4,1%; брюк - на 4,3%; юбок - на 3,6%; блузок - на 6,1%.

Производство курток увеличилось на 3,4%, платьев - на 66,9%, сорочки верхние - на 9,7%. Серьёзным конкурентом промышленным предприятиям стало теневое производство. В целом динамика производства продукции отечественной швейной промышленности указывает, прежде всего, на отсутствие какой-либо стабильности. И главная причина этого - ограниченная платежеспособность основной массы населения, существенная конкуренция со стороны импортных товаров, отсутствие оборотных средств у предприятий, устаревшее оборудование и др.

Таблица 1.1.2 - Индексы промышленного производства по видам экономической деятельности «Текстильное и швейное производство» (в % к предыдущему году)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Объёмы производства | Годы | | | | | | |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Текстильная и швейная промышленности | 106,6 | 104,0 | 104,8 | 104,6 | 90,3 | 113,5 | 106,8 |

Примечание - Источник: собственная разработка [20].

Как видно, из приведенных данных наименьшие объемы по текстильному и швейному производству приходятся на 2009 год. На смену динамике снижения темпов производства отмечен его рост. Этот факт указывает на определенную стабилизацию условий работы предприятий легкой промышленности, в период проблем на валютном рынке и переход в режим устойчивого функционирования. Также рост производства в швейной промышленности объясняется еще и тем, что выпуск верхней одежды не требует больших затрат, но при этом имеет относительно высокую рентабельность.

Таблица 1.1.3 - Структура объема промышленного производства по видам экономической деятельности «Текстильное и швейное производство» (в % к итогу)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Объёмы производства | Годы | | | | | | |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Текстильная и швейная промышленность | 4,0 | 3,8 | 3,6 | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,1 |

Примечание - Источник: собственная разработка [21].

Данные табл.1.1.3 свидетельствуют о том, что доля продукции текстильной и швейной промышленности в общем объеме продукции промышленности в 2011г. по сравнению с 2005г. уменьшилась с 4,0 до3,1% (в 1,3 раза)



Рисунок 1.1 - Удельный вес областей и г. Минска в общем объеме промышленного производства по виду экономической деятельности.

Примечание - Источник: собственная разработка [21].

В настоящее время предприятия легкой промышленности оказались не подготовленными к условиям рынка и самостоятельное ведение хозяйственной деятельности в рыночных условиях сопряжено для них с преодолением многих трудностей.

Отсутствие опыта управления производством и сбытом в стихии рыночных процессов, вызванных преобразованиями в экономике страны, затрудняет выработку руководством предприятий производственной стратегии их развития. Экономические реформы еще не создали прочной основы для вывода отечественной легкой промышленности из застойного состояния. К тому же, оценивая техническое состояние предприятий этой отрасли, приходится констатировать тот факт, что процесс их отставания в области техники и технологии значительно усугубился. Снижение показателей эффективности швейного производства обусловлено сокращением объемов производства, уменьшением уровня использования производственных мощностей до 15-29%. [12].

Предприятия должны постоянно обновлять ассортимент товаров, улучшать дизайн и имидж, находить новые источники их реализации товаров и проводить ценовую политику согласно платежеспособному спросу. Управление предприятиями легкой промышленности должно быть направлено на эффективное функционирование и повышение их конкурентоспособности. В современных условиях деятельность предприятий при малом рынке сбыта фактически зависит от внешней реализации, что требует от производителя совершенной стратегии, которая позволяет за счет своей конкурентоспособности осуществлять дальнейшее развитие. Функционирование за счет внешнего рынка требует от него при этом огромных усилий и ресурсов, ограниченность которых легко может стать для предприятия невыполнимым на практике. [12].

Одним из главных конкурентов для товаров производителей легкой промышленности является импортируемая продукция, конкурентоспособная по цене и дизайну. Импортные изделия, менее качественные, нежели аналогичная отечественная продукция, вытесняются за счет более низких цен, поскольку уровень доходов значительной части населения не позволяет приобретать более качественные, но и дорогие товары.

В перспективе легкая промышленность Беларуси должна ориентироваться, как на максимально возможное удовлетворение платежеспособного спроса на внутреннем рынке, так и на достижение наибольших результатов на внешних рынках. Чтобы обеспечить население страны высококачественными, модными товарами в широком ассортименте, по доступным ценам, восстановить доверие покупателей к товарам отечественного производства.

Таким образом, для дальнейшего развития швейного производства и преодоления сильной зависимости отечественных производителей от импортного сырья и повышения качественных характеристик выпускаемой продукции необходимо:

внедрение новых энерго- и ресурсосберегающих технологий по переработке пряжи и текстильных материалов с использованием отечественных натуральных и искусственных волокон;

расширение применения в производстве льняного волокна, в т.ч. короткого, выращиваемого в республике;

расширения ассортимента выпускаемой продукции с приданием ей новых потребительских и функциональных свойств;

освоение производства принципиально новых видов материалов с заданными свойствами - биозащитными, электропроводными, огнетермостойкими, инсектицидными.

**1.2 Классификация и характеристика современного ассортимента швейной верхней женской одежды**

Под ассортиментом швейных изделий понимают состав и соотношение отдельных видов и наименований по количеству или сортам, размерам, внешней отделке и другим признакам. В многообразии швейных изделий помогает разобраться классификация их ассортимента. [24, с. 160-162].

В настоящее время единой классификации на одежду не существует. Принято несколько классификаций для швейных изделий: по Межгосударственному классификатору для стран СНГ, классификатору Республики Беларусь.

В основу межгосударственной классификации швейных товаров положена десятичная система классификации, состоящая из шестизначных чисел. Первые две цифры обозначают класс, третья - подкласс, четвертая - группу, пятая - подгруппу, шестая - вид изделия, остальные - характеристику разновидностей.

По назначению швейные изделия подразделяют на семь подклассов:

 верхняя одежда;

 костюмные изделия;

 платьевые изделия;

 бельевые изделия и одеяла;

 головные уборы;

 изделия рабочие и специального назначения;

 прочие.

В свою очередь, каждую группу по выполняемым социальным функциям и основному материалу подразделяют на подгруппы, подгруппы - на виды изделий по половозрастному признаку, виды - на разновидности, характеризующиеся следующими признаками: наименованием изделий, фасоном и другим.

По сезонным признакам различают следующие виды изделий бытового назначения: зимние, демисезонные, летние, внесезонные. [6, с. 152].

По выполняемым социальным функциям одежду подразделяют на - торжественную, повседневную, домашнюю, спортивно-бытовую.

Виды швейных изделий можно характеризовать следующими признаками: наименованием одежды; половозрастным делением; сезонностью; видами тканей и материалов верха, применяемых при изготовлении изделий; сложностью. Виды швейных изделий подразделяются на разновидности, которые характеризуются наименованием изделия, фасоном, покроем и видом обработки.

Фасон изделий определяется его силуэтом, формой, покроем и обработкой.

Силуэт одежды может быть прилегающим, полуприлегающим, расширенным книзу, прямым, трапециевидным, Х-образным и др.

По форме одежду подразделяют на классическую, спортивную и «фэнтези».

Покрой одежды определяется покроем рукавов - реглан, втачные, широкие, объемные, комбинированные;

формой воротника - отложной, стойка, апаш и др.;

видом застежки - высокая двубортная, однобортная;

вырезом горловины - фигурный, каре, лодочка и др.;

Обработка изделий бывает жесткой, полужесткой и мягкой.

По характеру опорной поверхности: плечевые, поясные.

Плечевая одежда - одежда, опирающаяся на верхнюю опорную поверхность тела, ограниченную сверху линиями сочленения туловища с шеей и верхними конечностями, а снизу линией, проходящей через, выступающие точки лопаток и груди.

Поясная одежда - одежда, опирающаяся на нижнюю опорную поверхность тела, ограниченную сверху линией талии, а снизу линией бедер.

Верхняя одежда - одежда, надеваемая на корсетные изделия, нательное бельё и изделия костюмно-платьевой группы.

Ассортимент женской верхней одежды объединяет две подгруппы: пальто и костюмы. [1, с. 49-50].

В подгруппу пальто входят пальто, полупальто, куртки, плащи и другие модификации основных видов. Описание видов одежды приведено в ГОСТ17037 и СТБ 947 - 2003. «Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения». [10].

Плечевая одежда:

Пальто - швейная плечевая одежда с рукавами, с разрезом или застёжкой от верха до низа для ношения вне помещения.

Полупальто - укороченное пальто.

Свингер **-** укороченное пальто силуэта трапеция.

Тренчкотт - пальто с элементами военизированного стиля.

Плащ - плечевая одежда с рукавами, с застежкой от верха до низа, для защиты от осадков.

Шазюбль - длинное платье-пальто без подкладки, с длинными или короткими рукавами, разрезом или застежкой от верха до низа.

Накидка - швейная плечевая одежда свободной формы, без рукавов и пройм. Разновидностями являются: пелерина, пончо.

Куртка - швейное изделие с рукавами, разрезом или застёжкой, не имеющая жесткой фиксированной формы.

Анорак - куртка спортивного типа с капюшоном.

Блуза - куртка с застежкой или разрезом вверху.

Подгруппа костюмов: в данную подгруппу входят костюмы, жакеты, брюки, юбки различного конструктивного решения. [1, с. 49].

Жакет - швейная плечевая одежда, с рукавами, разрезом или застежкой от верха до низа, покрывающая туловище и частично бедра. Разновидность жакета является блузон.

Кардиган **-** швейная плечевая одежда, свободной формы с рукавами, разрезом или застежкой от верха до низа, покрывающая туловище и частично ноги.

Жилет - швейная плечевая одежда с проймами без рукавов.

Комбинезон - швейная одежда, состоящая из лифа с рукавами и брюк, шорт, рейтуз, трусов, объединенных в одно целое.

Комбидрес - швейная женская и для девочек одежда, плотно облегающая туловище и бедра, состоящая из лифа с рукавами или без них и трусов, объединённых в одно целое, предназначенное для занятий спортом.

Полукомбинезон - швейная одежда, состоящая из лифа без рукавов и брюк, рейтуз, шорт, трусов, объединенных в одно целое.

Платье - швейная плечевая женская и для девочек одежда, состоящая из лифа и юбки, объединённое в одно целое.

Сарафан - по покрою напоминает платье, но без рукавов, иногда на бретелях, без воротника, но может быть и с воротником.

Туника - швейная плечевая одежда свободной формы с рукавами, с застёжкой или без застёжки, покрывающая туловище и частично бедра.

Халат - швейная плечевая одежда, покрывающая туловище и частично или полностью ноги, с разрезом или застежкой от верха до низа.

Блузка - швейная плечевая женская или для девочек одежда, покрывающая туловище и частично бедра.

Болеро - швейная плечевая одежда с рукавами, разрезом или застежкой от верха до низа, покрывающая лиф частично.

Топ - швейная плечевая женская или для девочек одежда, покрывающая туловище частично или полностью, без рукавов, на бретелях (или без них), с застежкой (или без нее), надеваемая на корсетное изделие или непосредственно на тело.

Комплект одежды **-** одежда, состоящая из двух или более изделий, каждое из которых является составной частью комплекта. [28, с. 463].

Их изготовляют из различных материалов и их сочетаний. По точке опоры изделия этой подгруппы бывают плечевые и поясные.

Костюм - комплект одежды, состоящей из двух, трех и более изделий.

Женский костюм - костюм, состоящий из различных видов плечевой одежды, или различных видов плечевой и поясной одежды.

Брючный костюм - комплект швейной одежды женской или для девочек, состоящей из различных видов плечевой одежды и брюк.

Поясная одежда:

Брюки - швейная поясная одежда, покрывающая нижнюю часть туловища и ноги, каждую в отдельности.

Бермуды - брюки выше или ниже колен расширенного силуэта.

Бриджи - швейная поясная одежда, плотно покрывающая нижнюю часть туловища и ноги ниже колен, каждую в отдельности.

Шорты - брюки выше колен.

Капри - швейная поясная одежда, облегающая нижнюю часть туловища и ноги до середины икры, каждую в отдельности.

Юбка - швейная поясная женская или для девочек одежда различной длины, покрывающая нижнюю часть туловища и ноги вместе.

Юбка - брюки - это очень широкие брюки, внешне сходные с юбкой, со складками спереди и сзади.

Классификатор Республики Беларусь ОК РБ 007-98 имеет следующую структуру. Продукция подразделяется на разделы, группы, классы, категории, подкатегории, виды, подвиды. В классификаторе Республики Беларусь швейные женские верхние изделия находятся в разделе 18. [18, с. 153-157].

В соответствии с классификатором Республики Беларусь изделия бытового назначения классифицируются по следующим признакам:

 по половозрастному назначению - одежда женская или для девочек;

 по видам изделий - пальто, куртки, плащи, анораки, костюмы, комплекты и др.;

 по виду применяемого сырья - изделия из хлопка, шерсти, шёлка, химических волокон;

 по различным конструктивным особенностям.

Классификация номенклатуры показателей качества швейных изделий по ГОСТУ 4.45 - 77. [7, с. 1-3].

Нами разработана классификация швейных верхних женских изделий для ФМ «Элема»:

 по назначению - пальто демисезонное, зимнее, утепленное;

 по виду - пальто, полупальто, куртка, плащ;

 по модели - Т - 1084, Т - 1066, Т - 1212, Т -1019;

 по артикулу - 12с 385-1-Р53, 13с 145-1-Р53, 13с 353-1-Р53, где первые две цифры обозначают год, с - свободная цена, следующие три - регистрация данного изделия и Р53 - код предприятия;

 по виду материала верха - из натуральных, искусственных, синтетических, смешанных и др.;

 по виду ткани - топ-ворс, топ-вельр, велюр, вареная шерсть, валеная шерсть, прессованная шерсть;

 по размерному признаку - рост, обхват груди и бедер для женщин (152 - 182, обхват груди 80 - 132, обхват бедер - 82 - 142);

 по фасону - классический, спортивный, «фэнтези»;

 по силуэту - прилегающий, полуприлегающий, прямой, трапециевидный, Х-образный;

 по покрою рукава - реглан, втачной, широкий, объемный, комбинированный;

 по форме воротника - отложной, стойка, апаш;

 по видам застежки - двубортная, однобортная;

 по отделке - декоративный стежок, принт, натуральная и искусственная кожа, фурнитура.

Таким образом, классификация швейных верхних женских изделий делится по многим признакам, основные из которых: по назначению, по виду, по модели, по виду ткани и др.

**1.3 Особенности потребительских свойств швейной верхней женской одежды**

Только материальная вещь, полезная для человека и общества, в целом может иметь потребительную ценность. К. Маркс дал важное замечание, о том, что потребительная стоимость осуществляется лишь в пользовании или потреблении. Для осуществления процесса потребления необходим переход товара из сферы производства, в сферу потребления. Именно с этого момента и начинается потребление, в процессе которого проявляется потребительная ценность, качество товара. [22, с. 4].

Качество продукции можно представить как степень соответствия комплекса ее свойств, сложившимся к данному времени конкретным потребностям, требованиям, определяющим пригодность к использованию. Потребительная стоимость товара может быть охарактеризована как мера полезности продукции, как мера соответствия комплекса потребительных свойств объективным потребностям человека и общества.

Материальные потребности человека, удовлетворяемые при потреблении швейных изделий, заключаются в необходимости наиболее эффективного поддержания жизнедеятельности и работоспособности человека путем обмена веществ и энергии с внешней физической средой. [22, с. 17].

Основные потребительские свойства одежды следующие - удовлетворяющие эргономическим требованиям, эстетическим, требования, характеризующие срок службы одежды (надежность), и коммерческие.

Свойства швейных изделий, обеспечивающие удовлетворение материальных потребностей, являются фундаментальными, именно они несут основное функциональное содержание и поэтому могут быть названы утилитарными. Поскольку рассматриваемые свойства обеспечивают связь в системе «человек - изделие - физическая среда», а эта связь является эргономической, то изучаемые свойства можно назвать также эргономическими. [24, с. 133].

Комплексность эргономики дает возможность представить полную картину функционального взаимодействия человека и изделия в процессе труда и бытовой деятельности.

Последующим признаком классификации, рассматриваемых свойств, служит их соответствие группам эргономических свойств человека: антропометрическим, физиологическим, гигиеническим, психофизиологическим, психологическим. [22, с. 20-25].

Антропометрические потребности - соответствие изделия антропометрическим свойствам человека (типичным размерам и форме тела и его отдельных частей).

Физиологические потребности - соответствие изделия силовым, скоростным, энергетическим возможностям человека.

Гигиенические потребности - соответствие параметров температуры, газового состава, влажности, радиации, токсичности, загрязненности возможностям организма человека.

Гигиенические свойства предусматривают обеспечение безопасных и безвредных условий жизнедеятельности человека при его взаимодействии с предметами одежды и со средой. Для обеспечения нормального микроклимата в пододежном пространстве одежды должны быть изготовлена из материалов, обладающих таким свойствам, как гигроскопичность.

Психофизиологические свойства - предполагают эстетичность изделий, хорошую посадку на фигуре, создание комфортных условий.

Для удовлетворения физиологических требований, важное значение, имеют масса одежды, жёсткость и трение между слоями пакета одежды и кожи человека.

Требования, предъявляемые к одежде, зависят от ее назначения, условий эксплуатации, возраста и пола потребителя. [26, с. 187-195].

**Функциональные требования.**

Утилитарная (практическая) функция одежды заключается в том, чтобы предохранить человека от неблагоприятных атмосферных воздействий, обеспечить оптимальные температурные условия. Одежда должна украшать человека, скрывать его физические недостатки. Одежда выполняет различные социальные, обрядовые, профессиональные функции. В соответствии с этим определяется различное значение функций одежды. Например, для торжественно-нарядной одежды главная функция - эстетическая, удобство в носке и прочность - для повседневной.

**Эргономические требования.**

Эргономические требования к одежде связаны с физиологическими, антропометрическими и другими особенностями человека. Одежда должна быть удобной и создавать ощущение комфорта, она не должна утомлять и вызывать снижение работоспособности.

**Антропометрические требования.**

Одежда должна соответствовать росту, размеру, полноте покупателя. Одежду должно удобно снимать, надевать, застегивать, утюжить, изменять размеры и т. п. Большое значение в одежде имеет степень свободы облегания изделием фигуры, она обеспечивается соответствующими величинами прибавок или припусков. Минимальный припуск для пальто 5 - 6 см, для платья, пиджака, жакета - 2,5 см.

**Гигиенические требования.**

К гигиеническим требованиям относятся: теплозащитность, гигроскопичность, паро- и воздухопроницаемость, водонепроницаемость.

Теплозащитность - способность одежды сохранять тепло; натеплозащитность влияют конструкция, покрой, фасон. Для увеличения теплозащитности применяют ткани с начесом, специальные прокладочные утепляющие материалы. Теплозащитные свойства одежды зависят от теплофизических свойств материалов, основными из которых являются теплопроводность и теплоёмкость.

Гигроскопичность - способность одежды впитывать влагу обеспечивать поглощение пота и отдачу его во внешнюю сред; Обусловливается она гигроскопичностью ткани, из которого одежда изготовлена.

Воздухопроницаемость. Одежда должна хорошо вентилироваться. В пододежном пространстве накапливается углекислота, это отрицательно влияет на самочувствие и работоспособность человека.

Наибольшей воздухопроницаемостью, должны обладать изделия бельевого и платьевого ассортимента, меньшей - пальтовые, плащевые, костюмные.

Газопроницаемость одежды необходима для удаления из пододежного пространства углекислого газа и водяных паров и поступления из внешней среды воздуха, обогащенного кислородом. Наибольшее значение здесь имеет воздуха - и паропроницаемость материалов, которая в свою очередь определяется степенью пористости.

Паропроницаемость. Чем толще и плотнее ткань, тем меньше паропроницаемость. Наилучшая паропроницаемость у одежды из хлопчатобумажных и вискозных тканей.

Масса швейного изделия. Масса комплекта зимней одежды составляет иногда 1/10 массы тела человека. Это вызывает дополнительные затраты энергии при носке, поэтому необходимо применять легкие основные, вспомогательные и утепляющие материалы.

К важным гигиеническим требованиям относится безвредность. Одежда не должна выделять вредных веществ, вызывать аллергию, электризоваться.

**Эстетические требования.** [24, с. 134-136].

Эстетические свойства одежды предполагают соответствие изделия социальным потребностям, сложившемуся стилевому направлению и моде. Одежда должна быть практичной и в то же время украшать человека. На эстетические требования к одежде большое влияние оказывают стиль и мода.

Стиль - исторически сложившаяся устойчивая система средств и приемов художественной выразительности. Особенности готического, романского стиля, барокко, рококо нашли своё отражение в форме, размерах, колорите, пропорциях. Стиль отражает характер эпохи, ее художественный вкус и определяет изменения форм предметов быта, одежды.

Мода - временная общность средств художественной выразительности. Мода в одежде - это непродолжительное господство в определенной общественной среде тех или иных вкусов, проявляющихся во внешних формах. Возникновение моды в одежде, связано с потребностью человека в постоянном обновлении, улучшении изделий. Мода определяется появлением, а затем и преобладанием в определенном периоде времени, например в сезоне, новых форм одежды, новых тканей, материалов, отделок.

Надежность одежды в эксплуатации - важное потребительское свойство. В процессе эксплуатации показатели качества не должны резко изменяться на протяжении определенного периода времени (срок службы одежды). Надежность одежды связана с частичной или полной потерей либо изменением утилитарных и эстетических свойств швейного изделия. Надежность одежды - сложное свойство, состоящее из таких элементов, как безотказность, ремонтопригодность, долговечность и др. [27, с. 244].

Долговечность изделия зависит от сопротивления его физическому износу. Физический износ - это видимое разрушение материалов, изменение размеров, окраски, потеря водоупорных свойств и т. д. Определяется она безотказностью изделия. Срок службы изделий зависит от стойкости одежды к физическому износу, т. е. к различным механическим и физико-химическим воздействиям (истирание, многократное растяжение, изгиб и т. п.).

Формоустойчивость - способность одежды быстро восстанавливать первоначальную форму. Она зависит от упругости исходных материалов и их жесткости, наличия упругих прокладочных материалов (флизелин, поролон и др.), конструкции и механической обработки (стежка лацканов, подворотников, поясов и др.).

Большое значение для удобства одежды в процессе ее эксплуатации имеют ремонтопригодность и размероустойчивость.

Ремонтопригодность - возможность повторно использования одежды. Ремонту подлежат швейные изделия, имеющие 10-12% поврежденной местными дефектами площади материалов.

Физическая надежность одежды зависит от стойкости материалов к воздействующим факторам физической среды при транспортировании, хранении и эксплуатации.

**Коммерческие свойства** представлены следующими групповыми и единичными свойствами.

Адекватность социальным потребностям - соответствие функционального назначения товара антропометрического характера потребностям; соответствие возрасту и др.

Товарный вид - включает привлекательность внешнего вида товара, маркировку, упаковку.

Конъюнктурно-рыночные свойства - рекламируемость товара, конкурентоспособность и степень насыщенности рынка оцениваемым товаром.

Торгово-технологические свойства включают транспортабельность, удобство подготовки товара к продаже, удобство демонстрации товара, послепродажные услуги.

Основные потребительские свойства одежды следующие: удовлетворяющие эргономическим требованиям, эстетические (нематериальные), требования, характеризующие срок службы одежды (надёжность), и коммерческие. Свойства, удовлетворяющие эргономическим требованиям, обеспечивают защиту тела человека от неблагоприятных воздействий окружающей среды и создание оптимальных условий, необходимых для нормальной жизнедеятельности организма. Эстетические свойства способствуют самовыражению человека в общественной среде. Одежда выявляет и подчеркивает лучшие черты внешности человека, скрывает его недостатки, кроме того, выполняет функции знаковости. Особенности набора предметов одежды, манера их надевать и носить всегда отражали социальную, обрядовую, профессиональную специфику определённого социума. [26, c.133-134].

Таким образом, умение классифицировать и выделять потребительские свойства швейных товаров, правильно их оценивать необходимо для выработки корректируемых мероприятий торговли с промышленностью, чтобы не допускать попадания некачественных товаров к потребителю, выявлять потребности, а также характеристики товара, которые удовлетворяют потребителей. Изучение ассортимента и потребительских свойств швейных товаров позволит, как потребителям выбрать качественный товар, так и работникам магазина определить возможные дефекты качества при приемке товара, а также позволит ориентироваться в ассортименте и правильно осуществлять закупочную политику своего торгового предприятия.

**1.4 Финансово-экономические показатели деятельности ФМ «Элема» за 2010-2012 гг.**

Фирменный магазин «Элема» начал свою торговую деятельность в городе Гомеле 25 сентября 2009 года. Заведующая магазином Ильюк Галина Васильевна. Магазин находится по улице Катунина, 4 на третьем этаже четырехэтажного здания. Фирменный магазин «Элема» осуществляет реализацию товаров швейных верхних, женских и мужских изделий. Торговая площадь зала 199 . В магазине работает 10 человек, из них - 4 специалиста, 5 - продавцов и 1 - уборщица.

ФМ «Элема» является обособленным подразделением юридического лица, имеет в хозяйственном ведении обособленное имущество, действует на принципах полного хозяйственного расчета, имеет самостоятельный баланс и расчетный счет в банке.

Основными задачами фирменного магазина являются: обеспечения высокого уровня торгового обслуживания населения, реализация в широком ассортименте товаров, внедрение прогрессивных форм и методов организации торговли, изучение покупательского спроса, подготовка предложений обществу по обновлению ассортимента выпускаемых товаров, улучшению качества и повышению их конкурентоспособности. [3, с.145].

Целью деятельности ФМ «Элема» является получение прибыли, через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре обслуживания.

Предметом деятельности ФМ «Элема» является реализация товара населению, удовлетворение покупательского спроса.

Общее руководство магазином осуществляет заведующая Ильюк Галина Васильевна. Она же руководит планово-экономической работой, занимается подбором кадров, организует повышение квалификации, охрану труда, обеспечивает технику безопасности и пожарную безопасность.

К общей организационно-экономической характеристике магазина относятся: штатная численность работников, площадь и состав помещений, оборот розничной торговли, финансовые показатели деятельности.

Важнейшими экономическими показателями ФМ «Элема» является товарооборот по всем видам деятельности. Рассмотрим эффективность функционирования ФМ «Элема» по основным экономическим показателям за 2010-2012 годы. Проведем анализ по финансово-экономической деятельности ФМ "Элема» за 2010-2012 гг. и результат оформим в таблице 1.4.1.

Таблица 1.4.1 - Динамика розничного товарооборота ФМ «Элема» за 2010 - 2012 гг. (в фактически действующих и сопоставимых ценах)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Всего | | | | | |
|  | Годы | | | Темп роста, %, или отклонение (+ /-) | | |
|  | 2010 | 2011 | 2012 | 2011 г. к (от) 2010 г. | 2012 г. к (от) 2011 г | 2012 г. к (от) 2010 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Розничный товарооборот в действующих ценах | 2695,9 | 7511 | 10852,6 | 278,6 | 144,5 | 402,6 |
| В сопоставимых ценах | 2332,1 | 4845,8 | 5760,2 | 207,8 | 118,9 | 247,0 |
| Товарные запасы в сумме | 1167,5 | 2936,4 | 8085,5 | 251,5 | 275,4 | 692,5 |
| В днях | 158 | 140 | 270 | -18 | 130 | 112 |
| Товарооборачиваемость в разах | 2,3 | 2,6 | 1,3 | 0,3 | -1,3 | -1,0 |
| Валовой доход в сумме | 491328 | 1417690 | 2029904 | 288,5 | 143,2 | 413,1 |
| в % к товарообороту | 18,2 | 18,9 | 18,7 | 0,7 | -0,2 | 0,5 |
| Издержки обращения в сумме | 246866 | 368603 | 970398 | 149,3 | 263,3 | 393,1 |
| в % к товарообороту | 9,2 | 4,9 | 8,9 | -4,3 | 4,0 | -0,3 |
| Прибыль от реализации в сумме | 244462 | 1049087 | 1059506 | 429,1 | 110,0 | 433,4 |
| в % к товарообороту | 9,1 | 14,0 | 9,8 | 4,9 | -4,2 | 0,7 |
| Численность работников | 10 | 10 | 10 | 1 | 1 | 1 |
| Производительность труда | 269,6 | 751,1 | 1085,3 | 278,6 | 144,5 | 402,6 |
| В сопоставимых ценах | 233,2 | 484,6 | 576,0 | 207,8 | 118,9 | 247,0 |
| Индекс цен | 115,6 | 155,0 | 188,4 | \* | \* | \* |

Примечание - Источник: собственная разработка на материалах предприятия

По данным, представленным в таблице 1.4.1, видно, что розничный товарооборот ФМ «Элема» за анализируемый период увеличивался в 2011 году по отношению к 2010 году на 178,6%, в 2012 году по отношению к 2011 году на 44,5%. При этом, если на конец 2011 года по сравнению с аналогичным периодом 2010 года товарные запасы уменьшились на 18 дней и товарооборачиваемость возросла в 0,3 раза, то на конец 2012 года по отношению к 2011 году товарные запасы значительно увеличились, а именно на 130 дней, товарооборачиваемость уменьшилась в 1,3 раза.

Следует учитывать некоторые факты, повлиявшие на представленные результаты, а именно:

 повышенный (ажиотажный) спрос на непродовольственные товары, сложившийся в целом по Республике Беларусь за период май - октябрь 2011года;

 девальвация национальной валюты и значительный рост цен на потребительские товары.

Рост розничного товарооборота повлек за собой рост суммы валовых доходов на 188,5% в 2011 году и на 43,2% в 2012 году, при этом их уровень в 2011 году снизился на 0,2%, а в 2012 году возрос на 0,5%; по суммам издержек обращения в 2011 наблюдается рост, по отношению к аналогичному периоду предшествующего года - на 49,3%, а в 2012 на - 163,3%, а по уровню в 2011 году снижение на 4,3%, в 2012 году увеличение на 4%.

Прибыль от реализации в 2011 году по сумме увеличилась на 329,1%, а по уровню увеличилась - на 4,9%; за 2012 год сумма прибыли увеличилась 10% в сумме и на 4,2% уменьшилась по отношению к товарообороту.

Численность работников ФМ «Элема» за аналогичный период 2010 по 2012 годы осталось неизменным. Производительность труда в 2011 году увеличилась, на 178,6%, а в 2012 году на 44,5%.

Таким образом, анализ экономических показателей деятельности ФМ «Элема» за период 2010 -2012 гг. позволил сделать следующие выводы:

 качественный потенциал аппарата управления торгового предприятия находится на высоком уровне;

 наблюдается положительное увеличение товарооборота, рост валовых доходов, рост производительности труда и в конечном итоге ведет к увеличению прибыли;

С каждым годом работы магазина увеличивается прибыль, так за 2012 год чистая прибыль составила 791523 тыс. руб., что на 44% больше, по сравнению с 2011годом.

**2. АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ШВЕЙНОЙ ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В ФМ «ЭЛЕМА» ЗА 2010-2012 ГГ.**

**.1 Основные направления развития ассортимента швейной верхней женской одежды**

Ассортимент швейных изделий в значительной степени подвержен влиянию моды. Таким образом, новое в ассортименте швейных изделий зачастую определяется текущими и перспективными направлениями моды.

В предстоящем сезоне главной тенденцией является минимализм. Во всех коллекциях присутствуют минималистические обтягивающие мини платья, короткие шорты, выполненные в более строгом деловом стиле. В крое большинства вещей присутствует графичность. [15, с. 15].

Женственность не сдает своих позиций. В предстоящий сезон плавно перешли тренды предыдущих весеннее - летних сезонов. Прежде всего, это полюбившая нам баска. Далее следуют короткие шорты, которые были хитом прошлого лета, укороченные брюки со стрелкой и брюки-скини, жакеты, платья макси, парка, спорт шик, цветовые блоки, сочетание в одном луке черного и белого цветов, бахрома, складки - плиссируемая ткань, воланы и рюши.

Этой весной стоит отдать дань культуре хиппи и искусству флористики. Цветочные принты радовали своими красками все столицы мировой моды: Лондон, Милан, Париж. Цветочный орнамент будет являться оптимальным выбором для солнечного лета.

Традиционные восточные принты получили переосмысление на Западе. Основные мотивы - это изображение драконов, цветов, лотоса, пеона и гибискуса, нежные цвета которых, удачно сочетаются с классическим черным цветом.

Лаконичная выразительность линий в этом сезоне превалирует даже над мягкими цветочными принтами. Широкие монохромные полосы буквально взорвали модный мир. Также большинство дизайнеров обратились к клетчатым и сетчатым структурам, благодаря чему шахматная клетка стала главным трендом весны - лета 2013 года.

В этом сезоне очень модны и актуальны неоновые, яркие цвета. Ярко-розовый, травяной, кобальтовый - эти цвета, для смелых, но пугаться их не стоит. Все яркие оттенки прекрасно сочетаются с белым, который успокаивает и смягчает их головокружительный эффект. Белый цвет никогда не выходит из моды, прекрасно подходит к любому образу и придает элегантность.

Также очень актуальны элементы отражающие свет - блестки. Это еще один вызов, который бросает мода нашему вкусу. Важно принять его достойно и не увлекаться копированием образов с подиумов.

Одной из самых элегантных тенденций предстоящего сезона стал стиль1960- х годов, проявившийся не только в дизайне одежды и обуви, но и в создании причесок и макияжа.

Весной 2013 нас отправляют в приключение в стиле сафари. В этом приключении не обойтись без ярко бежевого цвета и принтов в стиле хаки. Стоит отметить, что стиль сафари теперь дозволено использовать в офисных и вечерних образах. Основой этого стиля весной - летом 2013 стал не только цвет хаки, но и силуэты - широкие сверху, но сужающие к талии.

Тенденции моды от ведущего предприятия ОАО «Элема» по производству женской одежды в Республике Беларусь. [13].

Стильная женщина «Мода» никогда не останавливается и не отдыхает - и в предстоящем сезоне вена - лето 2013 она вновь в пути в поиске временного шика.

После нескольких лет царствования экстравагантности и фантазий, мировые тренды вновь обратились к уверенной классике. Дизайнеры не перестают искать нечто новое в старом - в ушедшей модной эпохе в целом, или в прошлом своих брендов. В итоге, вырисовывается новый весеннее - летний сезон, который за основу берет практичность, и женщине не нужно будет сильно меняться, прячась за обозначенные тенденции. Сейчас главное - подчеркнуть женственность и остаться собой. Именно эта идея проходит связующей нитью через всю новую весеннее - летнюю коллекцию ОАО «Элема», представленную двумя торговыми марками: Elema и Your Line.

Торговая марка Elema предлагает современную интерпретацию классической линии одежды, представленной изделиями прямого и полуприлегающего силуэта с различным уровнем длины.

Торговая марка Your Line представлена изделиями пальтовой и курточной групп, ориентированных на молодежную аудиторию данного проекта. Несколько смелые по креативности кроя изделия подойдут к необычайно притягательному в предстоящем сезоне образу «сильной женщины». Эта женщина чувствует себя горожанкой до мозга костей и пытается в современном шумном городе стать сильнее за счет одновременной чувственности и строгости, текучести и жесткости. Отправной точкой для создания каждой модной коллекции являются ткани во всем их многообразии. Используются актуальные, исключительно высококачественные ткани ведущих итальянских производителей.

Основу коллекции составляют велюры. Прежде всего, это ультрамодный топ-велюр, в состав которого входят нити альпаки, кашемира и сури. На втором месте стоят устойчивые велюры, рассчитанные на более широкий круг потребителей, прежде всего предпочитающих сочетание модного дизайна и легкости при эксплуатации изделия. И, наконец, третье почетное место на трендовом пьедестале отведено велюрам с фактурным рисунком.

Как говорится, весь мир развивается по спирали - и мода тому не исключение. На арену вновь выходят уже некогда бывшие популярными дорогостоящие ворсовые ткани и благородный «кустик», получившие новое звучание благодаря использованию современных технологий изготовления ткани.

Возвращаясь к хорошим традициям, в новой весеннее - летней коллекции, по-прежнему, значительное место отведено прессованной и вареной шерсти, которые с приходом нового сезона не теряют свою актуальность.

Цветовая палитра коллекции в целом густая и насыщенная с легкими вкраплениями пастельных тонов.

Черный цвет является доминирующим - это классика, роскошь, респектабельность и в тоже время универсальность. В коллекции представлена широкая гамма фиолетовых оттенков - это черничный цвет, баклажан, фиалка, виноград. Данная цветовая гамма является наиболее перспективной тенденцией развития цветовой палитры зимнего сезона. Наряду с этими трендовыми цветами оттенки красного не теряют своей актуальности, проявляя себя в новом качестве - малиновый мусс, жемчужно-розовый тон, сочно-красный и винный цвета, а также цвет вишни. [13].

Плащевой ассортимент предстоящего сезона отличается широким использованием тканей с эффектом хамелеона, мокрого блеска и матовой поверхности. Доминирующими в плащевой теме являются гладкокрашеные ткани. Эффект деграде по-прежнему остается актуальным в следующем сезоне.

В качестве отделки широко используется строчка, имитирующая ручной стежок, что подчеркивает не только благородство ткани, но и высокий класс исполнения модели. Толстая отделочная нить эффектно выделяет конструктивные решения изделий. Отделочный кант - контрастный или в цвет изделия придаёт завершённость образа обладательнице данной модели. Стеганые поверхности решены в геометрическом и фантазийном стиле.

Крупнейшее швейное предприятие Республики Беларусь - производственно - коммерческая фирма ОАО «Славянка» (г.Бобруйск). Сегодня - это уникальная фабрика одежды, выпускающая широкий ассортимент швейных изделий. Это плащи, пиджаки, жилеты, платья, костюмы, куртки, брюки, школьную форму. В настоящее время ОАО «Славянка» экспортирует порядка 70% своих изделий.

Также одним из крупнейших производителей швейной одежды Республики Беларусь является ЗАО Могилевская швейная фабрика «Вяснянка». Основной продукцией являются высококачественные изделия одежды, отвечающие требованиям современных стандартов. Это зимние и демисезонные пальто и полупальто для женщин из шерстяных тканей, утепленные пальто и плащи для женщин из смесовых тканей, мужские пальто и куртки из шерстяных тканей, пальто и утепленные куртки для детей и подростков из шерстяных и смесовых тканей и многое другое.

Таким образом, в предстоящем сезоне модны короткие шорты, укороченные брюки со стрелкой и брюки-скини, жакеты, платья мини, парка, спорт шик. Цветовые блоки, сочетание в одном луке черного и белого цветов. Также очень модны и актуальны неоновые яркие цвета - ярко-розовый, травяной, кобальтовый. В крое большинства вещей присутствует графичность.

Лаконичная выразительность линий в этом сезоне превалирует в широких монохромных полосах, в клетчатых и сетчатых структурах, благодаря чему шахматная клетка, стала трендом сезона.

Очень актуальным стал стиль сафари, который позволен использовать в офисных и вечерних образах. В этом стиле очень модный цвет телесно-бежевый и хаки. Основой этого стиля весной - летом 2013 года стал не только цвет хаки, но и силуэт - широкие сверху, но сужающие к талии.

Продукция ОАО «Элема» отвечает современным направлениям моды, так как модельеры учитывают модные тенденции для всех категорий возрастов. Каждый год фабрика предлагает две сезонные коллекции, состоящие из 200 моделей. По сравнению с ОАО «Славянка» и ЗАО «Вяснянка» изделия фабрики «Элема» более экстравагантные, стильные, удовлетворяющие самые разные и взыскательные вкусы потребителей.

**2.2 Анализ структуры ассортимента швейной верхней женской одежды, реализуемой ФМ «Элема» за 2010-2012 гг.**

швейный товароведный одежда конкурентоспособность

Товарное предложение ФМ «Элема» состоит из товаров основного ассортимента и товаров вспомогательного (импульсного спроса). Магазин реализует в небольшом ассортименте товары:

ОАО «Акцент» (г. Гродно) - перчатки женские и мужские;

ООО «Империя дождя» (Прибалтика, Китай) - сумки из кожзаменителя и зонты женские, мужские и детские;

ИП Лукашевич А. М. (Россия) - шарфы, палантины.

**Структура ассортимента**

Торговый ассортимент ФМ «Элема» был сформирован под воздействием промышленного, поскольку производственные возможности изготовителя определяют состав предложения.

Специализация торговой организации относится к наиболее значимым факторам формирования ассортимента товаров. Формирование ассортимента - это процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров в соответствии со спросом населения с целью его полного удовлетворения.

Одним из важных принципов формирования ассортимента товаров является обеспечение его устойчивости. При реализации товаров повседневного спроса соблюдение этого принципа имеет первостепенное значение.

Устойчивый ассортимент товаров в магазине обусловливает сокращение затрат времени покупателей на поиск товаров, позволяет стандартизировать все важнейшие торгово-технологические процессы и операции, организовывать их выполнение с минимальными затратами трудовых, материальных и финансовых ресурсов.[4. с. 355].

И, наконец, одним из принципов правильного формирования ассортимента товаров в магазине является обеспечение условий его рентабельной деятельности. В условиях перехода к рыночной экономике рентабельность является необходимым условием функционирования любого торгового предприятия. В связи с этим, при построении ассортимента необходимо учитывать издержкоемкость и налогоемкость реализации отдельных групп товаров, возможные размеры торговых надбавок, оборачиваемость запасов и другие экономические факторы [2, с.155].

Общими факторами, влияющими на формирование промышленного и торгового ассортимента, является спрос.

Спрос как потребность, подкрепленная платежеспособностью потребителей, - определяющий фактор формирования ассортимента.

Критерии формирования торгового ассортимента ФМ «Элема».

**Направленность**

Магазин имеет четкую, нишевую ориентацию на определенного клиента. Имеется три направления в ассортименте магазина:

Женский классический ассортимент;

Мужская линия **Men’s Line**;

**-** Молодежная линия **YourLine.**

**Позиционирование**

Стратегия позиционирования предполагает фокусировку на одежду определенного направления. Магазин реализует (специализируется) на классической, офисной, молодежной одежде.

Проанализируем структуру ассортимента по классификационным признакам: по видам изделий, по сезону носки, по виду тканей и сырья.

Таблица 2.2.1 - Структура ассортимента швейной верхней женской одежды по видам за 2010 -2012гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды изделий | Поступление по годам | | | | | | Изменение структуры в 2012 г. по сравнению с 2010 г. |
|  | 2010 | | 2011 | | 2012 | |  |
|  | Количество, шт. | Удельный вес, % | Количество, шт. | Удельный вес, % | Количество, шт. | Удельный вес, % |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Пальто жен. деми 0с213-1-Р53 Т- 0999 | 1640 | 20,2 | 2500 | 20,4 | 3230 | 20,6 | +1590 |
| Полупальто жен. деми 1с382-1- Р53 Т - 0843 | 1400 | 17,2 | 2395 | 18,6 | 2605 | 16,7 | +1205 |
| Пальто жен. зимнее. 1с366-1- Р53 Т - 0838 | 450 | 5,5 | 640 | 5,0 | 940 | 6,0 | +490 |
| Полупальто жен. зимнее 1с245-2- Р53 Т - 0997 | 300 | 3,7 | 310 | 2,4 | 350 | 2,2 | +50 |
| Пальто жен. пл. утепл. 2с379-1- Р53 Т - 0920 | 900 | 11,1 | 1718 | 13,3 | 2100 | 13,4 | +1200 |
| Куртка жен, пл. утепл. 05260-1-Р53 -Т - 0801 | 120 | 1,5 | 150 | 1,2 | 160 | 1,0 | +40 |
| Пончо жен. 0с311-1- Р53 П- 9512 | 35 | 0,4 | 55 | 0,4 | 60 | 0,4 | +25 |
| Плащ жен. 2с53-1-Р53 Т - 1025 | 645 | 7,9 | 877 | 6,8 | 1100 | 7,0 | +455 |
| Куртка жен. 0с72-1-Р53 Т - 1467 | 150 | 1,8 | 203 | 1,6 | 300 | 1,9 | +150 |
| Платье жен. 0с318-1- Р53 Т- 2347 | 550 | 6,8 | 850 | 6,6 | 1050 | 6,7 | +500 |
| Жакет жен. 1с333-1- Р53 Т - 1891 | 850 | 10,4 | 1600 | 12,4 | 1850 | 11,8 | +1000 |
| Юбка жен. 2с398-1- Р53 Т - 1557 | 600 | 7,4 | 850 | 6,6 | 1000 | 6,4 | +400 |
| Брюки жен. 1с387-1- Р53 Т -2803 | 500 | 6,1 | 735 | 5,7 | 900 | 5,9 | +400 |
| Итого | 8140 | 100 | 12883 | 100 | 15645 | 100 | +7505 |

Примечание - Источник: собственная разработка

Анализируя данную таблицу, можно сделать вывод о том, что ассортимент женской верхней одежды представлен тринадцатью видами изделий. Наибольший удельный вес приходится на пальто и полупальто женское демисезонное (20,6%, 16,7% в 2012 году). Это говорит о том, что в сезонный пик продажи демисезонное пальто пользуется большим спросом. Далее идет пальто женское плащевое утепленное и жакет женский (13,4% и 11,8% в 2012 году). Плащевое пальто предпочитают в основном пенсионеры и люди, ведущие ритмичный образ жизни. Плащевая ткань не требует большого ухода и файбертек, который входит в качестве утеплителя легко поддается стирке, не деформируясь при этом. Костюмный ассортимент, также пользуется спросом, т.к. на многих предприятиях и фирмах введена система дрейс-код. Наименьший удельный вес приходится на пончо женское (0,4%), куртка женская плащевая утепленная (1,0%). Пончо - это такой вид одежды, который у нас мало еще пользуется спросом, в основном предпочитают представительницы из России и из-за рубежа.

Проанализируем ассортимент женской одежды по сезону носки.

Таблица 2.2.2 - Структура ассортимента швейной верхней женской одежды по сезону носки за 2010 - 2012гг

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| По сезону носки | Поступление по годам | | | | | | Изменение структуры в 2012 г. по сравнению с 2010 г. |
|  | 2010 | | 2011 | | 2012 | |  |
|  | Количество, шт. | Удельный вес, % | Количество, шт. | Удельный вес, % | Количество, шт. | Удельный вес, % |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Зимние | 1770 | 21,7 | 2818 | 21,9 | 3550 | 22,7 | +1780 |
| Демисезонные | 3040 | 37,4 | 4895 | 37,9 | 5835 | 37,3 | +2795 |
| Летние | 2000 | 24,6 | 3035 | 23,6 | 3800 | 24,3 | +1800 |
| Внесезонные | 1330 | 16,3 | 2135 | 16,6 | 2460 | 15,7 | +1130 |
| Итого | 8140 | 100 | 12883 | 100 | 15645 | 100 | +7505 |

Примечание - Источник: собственная разработка

В ассортименте швейной верхней женской одежды по сезону носки большая часть продукции преобладает на демисезонные, зимние, а также летние изделия, так как они пользуются наибольшим спросом у покупателей. Они занимают значительное место в производстве одежды, наибольший удельный вес по реализации приходится на демисезонные пальто. В 2012 году по сравнению с 2010 годом их реализация увеличилась на 2795 тыс.шт. или на 92%. К внесезонным изделиям можно отнести деловой костюм (жакет и брюки, или жакет и юбка), которые пользуются спросом круглый год. При отстежке меха плащевое утепленное пальто можно носить как осенью, весной и соответственно зимой. Поэтому внесезонные изделия занимают также не последнее место в реализации, по сравнению с 2010г. она увеличилась на 1130 шт. или на 85%.

Проанализируем ассортимент женской одежды по виду тканей и применяемого сырья.

Таблица 2.2.3 - Структура ассортимента женской верхней одежды по виду тканей и применяемого сырья за 2010 - 2012гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид ткани и применяемое сырьё | Поступление по годам | | | | | | Изменение структуры в 2012г. по сравнению с 2010г. |
|  | 2010 | | 2011 | | 2012 | |  |
|  | Количество, шт. | Удельный вес, % | Количество, шт. | Удельный вес, % | Количество, шт. | Удельный вес, % |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Топ-велюр 95% шерсти, 5%-кашемира | 800 | 9,8 | 1050 | 8,1 | 1500 | 9,6 | +700 |
| Топ-ворс 75% альпака, 25%-Вергинская шерсть | 200 | 2,5 | 500 | 3,9 | 800 | 5,1 | +600 |
| Велюр 80% шерсти, 10% кашемира, 10% - ПА | 900 | 11,0 | 1200 | 9,3 | 1500 | 9,6 | +600 |
| Фактурный велюр 70% шерсти, 10% кашемира, 20% - ПА | 700 | 8,6 | 800 | 6,2 | 1000 | 6,4 | +300 |
| «Флоки» 70% шерсти, 20% ПА, 10% др. волокна | 350 | 4,3 | 900 | 7,0 | 1300 | 8,3 | +950 |
| Прессованная шерсть 70% шерсти, 10% кашемира, 20% - ПА | 900 | 11,0 | 1800 | 14,0 | 1950 | 12,5 | +1050 |
| Вареная шерсть 100% | 700 | 8,6 | 1000 | 7,8 | 1050 | 6,7 | +350 |
| Валенная шерсть 80% шерсти 20% ПА | 550 | 6,8 | 800 | 6,1 | 900 | 5,8 | +350 |
| Прессованная шерсть «рубчик» 65% шерсти, 65% ПАН | 250 | 3,1 | 400 | 3,1 | 450 | 2,9 | +200 |
| «Букле» 60% шерсти, 40% - ПА | 450 | 5,5 | 500 | 3,9 | 550 | 3,5 | +100 |
| «Рубчик» | 100 | 1,2 | 200 | 1,6 | 250 | 1,6 | +150 |
| Фактурный твид 67% - шерсти, 28% - ПЭ, 5% - ПА | 200 | 2,5 | 500 | 3,9 | 700 | 4,5 | +500 |
| Ворс 70% - шерсти, 30% ПА | 250 | 3,1 | 300 | 2,3 | 350 | 2,2 | +100 |
| Плащевая 74% хлопок, 26% - ПА; 100% - ПЭ | 800 | 9,8 | 1400 | 10,9 | 1600 | 10,2 | +800 |
| Костюмная 68% ПЭ 30% вискоза 2% эластан; 100% вискоза; 100%-лён и др. | 990 | 12,2 | 1533 | 11,9 | 1745 | 11,1 | +755 |
| Итого | 8140 | 100 | 12883 | 100 | 15645 | 100 | +7505 |

Примечание - Источник: собственная разработка

В ассортименте швейной верхней женской одежды по виду применяемых тканей и сырья преобладает прессованная шерсть (70% шерсти, 10% кашемира, 20% ПА) - эта ткань наиболее практичная в носке, не так сминается, как натуральные ткани. Реализация изделий из прессованной ткани в 2012 году составила 1950 шт., что по сравнению с 2010 годом увеличилась на 1050 шт.; костюмный ассортимент в основном с добавлением везде вискозных волокон, которые придают изделиям мягкость, эластичность и неэлектризуемость. Большое преимущество отдается смешанным тканям. Такие ткани эластичны, несминаемы, их не требуется утюжить, они не вызывают аллергию у людей с чувствительной кожей. Смешанные ткани стойкие на износ, у них много преимуществ по сравнению с обычными классическими тканями. Поэтому в последние годы заметно возрос спрос на смешанные ткани.

Таким образом, с целью улучшения ассортимента фирменного магазина «Элема» необходимо провести следующий ряд мероприятий:

Чаще проводить исследования покупательского спроса для формирования оптимального объема и структуры закупок изделий, для выявления меняющихся вкусов и предпочтений потребителей;

Начать введение продажи продукции ОАО «Элема» в рассрочку;

Ввести систему скидок, дисконтных карт для постоянных покупателей.

В целом можно сделать вывод о том, что в магазине сформирован достаточно широкий и насыщенный ассортимент, который позволяет ему занимать устойчивое положение на рынке.

**2.3 Изучение покупательских предпочтений на швейную верхнюю женскую одежду, в зоне действия ФМ «Элема»**

Фирменные магазины являются наиболее привлекательной торговой точкой, не только для женщин, но и всех остальных слоев населения, которые отдают предпочтение продукции, выполненной на отечественных предприятиях. Потребитель обладает определенной покупательной способностью (возможностью приобретения нужных ему товаров), соразмеряя свои потребности с данной способностью, ориентируясь на наиболее важные потребительские свойства товара и цену. Для увеличения спроса на швейные изделия необходимо постоянное изучение покупательских предпочтений. [2, с. 155].

Потребительская оценка товара - это объективное отношение покупателей к конкретному изделию или его отдельным функциональным и эстетическим свойствам: престижности, доступности по цене, надежности, удобству в пользовании, соответствию моде и стилю и другим требованиям.

Для отбора наиболее важных показателей качества потребительских свойств, швейных изделий был проведен социологический анкетный опрос. Исследование проведено социологическим методом путем анкетирования. [Приложение Г].

Особенностью этого метода можно назвать его анонимность (личность респондента не фиксируется, фиксируются лишь его ответы). При проведении социологического опроса было опрошено 100 человек, выборочно. В анкету было включено 12 вопросов, ответы на вопросы были едиными для всех.

С помощью анализа необходимо выявить сильные и слабые стороны категории верхней швейной женской одежды в ФМ «Элема», а также, насколько, существующий ассортимент удовлетворяет потребности покупателей.

Рассмотрим ответы проведенного анкетирования и на основании их сделаем выводы.

Таблица 2.3.1 - Результаты социологического опроса

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вопросы | Ответы | | | | | | | Итого |
|  | а | б | в | г | д | е | ж |  |
| 1 | 35 | 20 | 45 | - | - | - | - | 100 |
| 2 | 15 | 65 | 10 | - | 10 | - | - | 100 |
| 3 | 50 | 40 | 10 | - | - | - | - | 100 |
| 4 | 45 | 30 | 15 | 10 | - | - | - | 100 |
| 5 | 20 | 5 | 25 | 10 | 10 | 15 | 15 | 100 |
| 6 | 30 | 15 | 17 | 10 | 3 | 15 | 10 | 100 |
| 7 | 20 | 15 | 13 | 12 | 10 | 34 | - | 100 |
| 8 | 25 | 30 | 18 | 14 | 10 | 3 | - | 100 |
| 9 | 20 | 25 | 10 | 25 | 35 | - | - | 100 |
| 10 | 5 | 10 | 40 | 25 | 15 | 5 | - | 100 |
| 11 | 15 | 45 | 10 | 10 | 20 | - | - | 100 |
| 12 | - | - | - | - | - |  |  | 100 |

Примечание - Источник: собственная разработка

В результате анализа анкеты можно сделать вывод:

Основной контингент опрошенных покупателей, это женщины в возрасте от 26 до 35 лет - 40%, из них работает - 45%;

Предпочитают приобретать швейные верхние женские изделия в фирменных магазинах - 45%. Молодежь в основном предпочитает покупать швейную верхнюю одежду на рынке - 35%, так как они хотят видеть ее более модной и современной.

Предпочтение отдают отечественным производителям - 50%, из них - 45% ОАО «Элема»;

Ассортимент, имеющий в продаже, оценивают, как - широкий - 65%;

При выборе швейных верхних женских изделий считают наиболее важными свойствами такие как:

 качество - 25%;

 цена изделия -- 15%;

 колористическое оформление - 15%;

 направление моде - 15%;

 и другие - 25.

Несостоявшиеся покупки на изделия:

 пальто демисезонное - 20%;

 полупальто демисезонное - 15%;

 пальто плащевое утепленное - 13%;

 пальто зимнее - 12%;

 плащ - 10%;

 костюмный ассортимент - 30%.

Причины несостоявшихся покупок:

 ограниченность денежных средств - 30%;

 отсутствие в продаже нужного размера и роста - 25%;

 отсутствие понравившейся расцветки - 18%;

 отсутствие нужного вида - 14%;

 отсутствие нужной модели - 13%.

Для усовершенствования ассортимента швейных верхних женских изделий в ФМ «Элема» было предложено:

 Расширением видового ассортимента по сезону носки - 20%;

 Увеличением по недостающим размерам - 25%;

 Улучшением внешнего вида - 10%;

 Увеличением по цветовой гамме - 25%;

 Продажа товаров в рассрочку - 35%.

Из социологического опроса можно сделать вывод, что состояние ассортимента вполне удовлетворяет существующий спрос на швейные верхние женские товары в ФМ «Элема». Однако для увеличения розничного товарооборота, следует учесть предпочтения покупателей.

Для неудовлетворенного спроса покупателей, возникшего из-за временного отсутствия в продаже нужных товаров, необходимо вести специальный журнал или книгу заявок, в которую будут вноситься желаемые покупки.

Также для изучения формирующего спроса, необходимо вести учет, появившихся в продаже новых моделей, что позволит выявить отношение покупателей к этим товарам и более точно определить потребность в них.

Наиболее важными и предпочтительными показателями качества швейных изделий оказались - качество, цена, колористическое оформление, направление моды и другие.

Таким образом, при изучении спроса на одежду, опрос следует проводить по группам потребителей с учетом их биосоциальных признаков. Разработка структуры ассортимента на основе социальных исследований позволяет повысить степень соответствия предложения производителя требованиям потребителей и обеспечить адресность одежды. Собранная в процессе исследования информация указывает на необходимость проведения регулярных опросов потребителей для своевременного регулирования на спрос.

**2.4 Направления совершенствования розничной продажи швейной одежды в ФМ «Элема», в г. Гомеле**

Главной целью фирменного магазина «Элема» является расширение рынка сбыта и увеличение объема продажи товаров, которые производит фабрика. Достижение этой цели будет способствовать достижению целей самого предприятия, направленных на увеличение производства и усиление позиций фирмы на потребительском рынке.

Как правило, товарная политика фирменных магазинов имеет узкоспециализированную направленность, что отвечает сущности фирменной торговли. Магазин ориентирует потребителей на продукцию своей фирмы - и это правильная политика. Розничный товарооборот формируется в основном за счет реализации продукции производственного предприятия. Доля прочей продукции составляет незначительный удельный вес. Перед магазинами фирменной торговли ставится задача поддержания ассортимента в соответствии с ассортиментом вырабатываемой продукции. [3, с.135].

Но в фирменной торговле должна быть гибкая экономическая и управленческая политика. При слабой увязке плановых показателей с реальными возможностями магазинов, выполнение плановых показателей становится труднодостижимым, а иногда и просто невозможным. Это может происходить в силу объективных причин - неудачное расположение магазина, отсутствие удобных подъездных путей и мест для парковки автомобилей, снижение уровня доходов населения, рост цен. Следовательно, заинтересованность работников в результатах труда снижается. Следствиями этого становятся текучесть кадров, снижение уровня культуры обслуживания и экономической эффективности работы магазинов.

Поэтому фирменным магазинам экономически целесообразно осуществлять продажу сопутствующей продукции. Однако реализация ее не должна осуществляться на одних площадях с фирменной продукцией. Это могут быть отделы и секции, изолированные от площадей с продукцией фирмы. Дополнительный источник товарооборота послужит и источником дохода магазина.

В условиях перехода к рыночной экономике, а тем более при полном функционировании рыночных отношений особую актуальность приобретает вопрос о повышении эффективности фирменной торговли. Ее развитие во многом зависит от применения совершенной технологии, рационального использования торговых площадей, оснащения магазинов современным, высокопроизводительным торговым оборудованием. [4, с. 155].

Использование различных технологий мерчендайзинга в целях улучшения презентации товаров позволит значительно повысить объемы его реализации, улучшить деятельность организации в целом. Однако нужно иметь в виду, чтобы получить выгоду для себя можно лишь в том случае, если будут соблюдены законы, принципы и использованы инструменты мерчендайзинга.

Основным законом успешного мерчендайзинга является следующая формула: Оптимальный запас +Эффективное расположение +Эффективное представление. [5, с. 355].

Таков порядок составляющих закона не случаен. Если в торговом зале нет необходимого покупателю ассортимента, то шаги по размещению и представлению не позволят увеличить объем продаж.

Основные позиции данного закона:

Уровень запасов заключается в следующем: товары, пользующиеся наибольшей популярностью у покупателей всегда нужно иметь на полках или вешалах. Запаса продукции должно быть достаточно для того, чтобы продукция занимала полочное пространство.

Приоритетные места в торговом зале должны занимать высокоприбыльные товары. Приоритетными являются места на уровне глаз и чуть ниже (120 - 150 см от пола), начало покупательских потоков, горячие точки продаж по периметру зала, прикассовая зона и т.д.

Определить порядок расположения товарных групп в торговом зале помогут методы импульсивных покупок и АВС - анализа.

Метод импульсивных покупок решает проблемы, связанные с классификацией товаров и распределением торгового зала на торговые зоны адекватно состоянию познавательных ресурсов посетителя, определением совместных комбинаций «товары - торговые зоны - поведение покупателя». При данном методе группы товаров, поведение посетителей и другие факторы ориентированы на увеличение продаж товаров импульсивного спроса.

Метод АВС - анализа основан на определении роли и места каждой товарной группы в торгово-технологическом процессе магазина, учете их специфических особенностей и степени важности для потребителей. Сущность данного метода заключается в том, что товары объединяют в три группы в зависимости от отношения к ним потребителей, маркетинговых характеристик, места в формировании прибыли и организации торгово-технологического процесса магазина и других признаков. Их размещают в торговом зале таким образом, чтобы товары, продавцы в сочетании с поведением посетителей и другими факторами способствовали увеличению продаж тех товаров, которые нуждаются в поддержке и самостоятельно не могут быть проданы, но имеют значение для успешного функционирования организации.[4, с.157].

АВС - анализ основывается на основе правила Парето (80/20), которое означает, что в любом процессе 20% причин жизненно важны, а 80% не оказывают существенного влияния на результат. Для организаций торговли АВС - анализ позволяет определить наиболее приоритетные позиции в ассортименте товаров, выделить аутсайдеров и показать, что является базовым ассортиментом. Правило Парето дает возможность сосредоточиться на тех 20% товаров, которые обеспечивают 80% результатов (прибыли или товарооборота).

Таким образом, АВС - анализ можно применять для контроля, за состоянием ассортимента и товарных запасов торговой организации, а также для принятия управленческих решений об оптимизации ассортимента и товарных запасов. Для проведения АВС - анализа необходимо сортировать объекты анализа в порядке убывания значения параметра.

Проведем АВС - анализ для швейной верхней женской одежды, где будет рассмотрено 13 товарных позиций, а также их объем реализации в ФМ «Элема» за 2012 год в таблице 2.4.1.

Таблица 2.4.1 - АВС - анализ швейных верхних женских товаров ФМ «Элема» за 2012 г.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товарных групп | Объём реализации, млн. руб. | Доля объёма реализации в общем объёме, % | Упорядоченный список товарных групп | | Доля с накопительным итогом, % | Группа |
|  |  |  | Наименование товарных групп | Доля объема реализации с нарастающим итогом, % |  |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Пальто жен. деми. | 2034,8 | 18,7 | Пальто жен. деми | 18,7 | 18,7 | A |
| Полупальто жен. деми. | 1555,6 | 14,3 | П/ пальто жен. деми. | 14,3 | 33,0 | A |
| Пальто жен. зимнее | 1345,5 | 12,4 | Пальто жен. зим. | 12,4 | 45,4 | A |
| Полупальто жен. зимнее | 640,5 | 5,9 | Пальто жен. пл. утепл. | 11,9 | 57,3 | A |
| Пальто жен. пл. утепл. | 1288,5 | 11,9 | Жакет жен. | 11,0 | 68,3 | A |
| Куртка жен. утепл. | 255,5 | 2,4 | Плащ жен. | 8,6 | 76,9 | A |
| Пончо жен. | 60, 0 | 0,6 | Полупальто жен. зим. | 5,9 | 82,8 | B |
| Плащ жен. | 930,5 | 8,6 | Платье жен. | 5,1 | 87,9 | B |
| Куртка жен. | 250,0 | 2,3 | Юбка жен. | 3,5 | 91,4 | В |
| Платье жен. | 554,6 | 5,1 | Брюки жен. | 3,3 | 94,7 | В |
| Жакет жен. | 1200,5 | 11,0 | Куртка жен. утеп. | 2,4 | 97,1 | C |
| Юбка жен. | 381,1 | 3,5 | Куртка жен. | 2,3 | 99,4 | C |
| Брюки жен. | 355,5 | 3,3 | Пончо жен. | 0,6 | 100,0 | C |
| Итого | 10852,6 | 100 | - | 100 |  |  |

Примечание - Источник: собственная разработка

Таблица 2.4.2 - Сводные данные по проведенному АВС-анализу швейных верхних женских товаров ФМ «Элема» за 2012г.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Группа | Объём реализации, млн. руб. | Доля с накопительным итогом, % | Количество товарных групп, единиц | Доля в реализации, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| А | 8355,4 | 77,0 | 6 | 46,2 |
| В | 1931,7 | 17,8 | 4 | 30,8 |
| С | 565,5 | 5,2 | 3 | 23,0 |
| Итого | 10852,6 | 100.0 | 13 | 100.0 |

Примечание - Источник: собственная разработка

В результате проведенного ABC-анализа швейных товаров, можно увидеть, что наибольший объем реализации пришелся всего на 6 наименований товаров из 13.

Это - пальто женское демисезонное, с объемом реализации 2034,8 млн. руб., что в процентном отношении составило 18,7% от общего объема реализации;

полупальто женское демисезонное с объемом реализации 1555,6 млн. руб., что составляет 14,3% от общего объема реализации;

пальто женское зимнее - 1345,5 млн. руб. и 12,4% от общего объема реализации;

пальто женское плащевое - 1288,5 млн. руб. и 11,9% от общего объема реализации;

жакет женский - 1200,5млн. руб. и 11,0%;

плащ женский - 930,5 млн.руб. и 8,6%.

Эти наименования швейных товаров отнесены к группе А, можно сделать вывод, что эти 6 товарных групп в сумме с долей с накопительным итогом составляют 77,0%, от реализации или 10852,6 млн. руб.

Таким образом, в результате проведенного АВС - анализа можно дать рекомендации ФМ «Элема» для повышения уровня товарооборачиваемости.

Данным товарам, которые относятся к группе А должно быть уделено больше внимания, т.к. отдача от приложенных усилий будет максимальна для данных групп, занимающих большую долю в объеме продаж. Необходимо постоянное наличие этих товаров в продаже, а также допустимо создавать страховой запас с избытком. Также можно порекомендовать увеличение разновидностей данных товарных групп, т.к. они пользуются наибольшим спросом у покупателей.

Что касается товаров с наименьшей долей продаж, можно порекомендовать ряд мероприятий по стимулированию данных товаров:

проведение акций и снижение цен на эти товары;

также эти товары можно вывесить рядом с ходовыми;

необходимо проводить рекламу данных товарных групп, чтобы стимулировать спрос населения.

**2.5 Рекомендации по оптимизации структуры ассортимента швейной верхней женской одежды на основе покупательских предпочтений для ФМ «Элема»**

Для повышения спроса на швейные изделия был проведен социологический опрос, с помощью которого были выявлены сильные и слабые стороны категории верхней одежды в ФМ «Элема», в г. Гомеле. [Приложение Г].

Большинство покупателей оценили ассортимент, имеющий в продаже - как широкий;

Также большая часть опрошенных, отдают предпочтение отечественным производителям, в т.ч. ОАО «Элема»;

Средний возраст, который предпочитает продукцию ОАО «Элема» - от 26 до 35 лет, большинство из которых работают.

Минусом в работе магазина можно назвать несостоявшиеся покупки, которые возникли из-за временного отсутствия в продаже нужных товаров;

А также для большинства опрошенных оказалось слишком высокая цена.

Таким образом, с целью оптимизации и усовершенствования структуры ассортимента швейной верхней женской одежды на основе покупательских предпочтений можно дать рекомендации для ФМ «Элема».

 Расширить видовой ассортимент для всех категорий покупателей, а именно: для молодежи - до 20 лет и пенсионеров свыше 56 лет;

 Иметь в торговом ассортименте товары в разном ценовом факторе, для удовлетворения различных слоев населения;

 Вести специальный журнал или книгу заявок для удовлетворения спроса покупателей на желаемую покупку, которой нет в продаже;

 Вести учет формирующего спроса на товары «новинки», для более точного определения потребности в них;

 На товар, пользующийся низким спросом устраивать скидки, за счет прибыли магазина;

 Проводить акции на несезонный товар;

 Для постоянных покупателей ввести систему дисконтных карт;

 Вести учет по товарам, пользующихся спросом и постоянно иметь их в рабочем запасе;

 Участвовать в выставках показах, для рекламы своей продукции;

 Проводить рекламу по разным каналам СМИ - радио, телевидение, газеты, рекламные вывески и т.д.

При учитывании всех замечаний и предпочтений покупателей ФМ «Элема» может достойно выйти на рынок конкуренции и завоевать своих постоянных покупателей. Продукция ОАО «Элема» является качественной, так как ткани закупаются в основном у иностранных производителей: Италии, Бельгии и других. Поэтому цена соответствует качеству.

**3. ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ ПРОВЕДЕНИЯ ТОВАРОВЕДНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ШВЕЙНЫХ ТОВАРОВ**

**3.1 Понятие о средствах товарной экспертизы и их классификация**

Все средства, применяемые экспертами при проведении экспертизы, в зависимости от назначения подразделяются на две группы: средства информации о товарах и материально-технические средства. В зависимости от носителя информации средства информации подразделяются на следующие виды: документы, маркировка, литература.

Документы представляют собой зафиксированную на материальном носителе информацию с определёнными реквизитами, позволяющими её идентифицировать. Все документы подразделяются на нормативные, технические и технологические.

Нормативные документы содержат правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определённых видов деятельности или их результатов. От технических нормативные документы отличаются тем, что содержат общие нормы, правила и характеристики для объектов экспертизы, которые регламентируются как обязательные или рекомендательные.

Принято различать нормативные документы в области стандартизации, метрологии, сертификации, торговли, ветеринарии, санитарии и гигиены. Все эти документы должны использоваться экспертами при проведении товарной экспертизы. [17, с. 35].

Технические документы, в отличие от нормативных, содержат конкретные характеристики товаров. Они подразделяются на: товарно-сопроводительные, эксплуатационные и проектно - конструкторские.

С их помощью прослеживается и идентифицируется товар на всех этапах товародвижения. Содержащаяся в этих документах информация должна тщательно анализироваться и проверяться путем сопоставления с дублирующей ее информацией в эксплуатационных документах, а также на маркировке.

Технологические документы предназначены для передачи и хранения информации о технологических процессах по разработке, производству, хранению и транспортированию продукции. К технологическим документам, широко используемым экспертами, относятся сборники производственных рецептур, технологические инструкции по производству, хранению, приёмке, применению норм естественной убыли. Технологические документы дополняют и конкретизируют нормативные документы.

Маркировка - очень важное средство информации о товаре. Она представляет собой условные обозначения или рисунок, наносимые на упаковку, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или его отдельных свойств и для доведения этой информации до потребителя. Маркировка содержит основополагающую, коммерческую и потребительскую информацию. Она подразделяется на: производственную и торговую.

Производственная маркировка содержит основополагающую и коммерческую информацию, поэтому должна строго соответствовать стандартам. При экспертизе партий товаров по производственной маркировке можно установить принадлежность каждого экземпляра товара к данной партии.

Торговая маркировка, носителями которой являются товарные и кассовые чеки, экспертами используется редко и чаще всего служит основанием для рассмотрения претензий покупателей на низкое качество приобретенного товара при возврате или обмене товара.

Литература, используемая при экспертизе, подразделяется на специальную, учебную, научную, справочную и др.

Специальная литература в зависимости от характера информации подразделяется на разновидности: учебная, научная и справочная.

Учебная литература - издание, основное содержание которого составляет учебная информация с элементами научной и справочной информации. Различают учебники и учебные пособия.

Научная литература - издание, основное содержание которого представлено научной или научно-практической информацией. Научная литература может быть четырех типов: научные монографии, научно-практические пособия, научные публикации в периодических изданиях, научные отчеты.

Справочная литература - издание, носящее прикладной, практический характер, имеющее систематическую структуру или построенное по алфавиту заглавных статей. Содержит основную и дополнительную справочную информацию в определенной области профессиональных знаний. Подразделяется на пять типов: справочники, словари, энциклопедии, каталоги, указатели.

Материально-технические средства по виду используемых устройств подразделяются на: материально-техническую базу, средства измерения и обнаружения, оргтехнику.

Материально-техническая база характеризуется наличием необходимой мебели, электросветильных приборов, погрузочно-разгрузочного, подъемного, транспортного и весоизмерительного оборудования и др. [29, с.436].

К основным стационарным средствам относятся здания и сооружения, торгово-технологическое и лабораторное оборудование.

Из дополнительных средств используются оргтехника, транспортные средства, погрузочно-разгрузочное оборудование. При этом самое непосредственное отношение к экспертизе имеют средства измерения, средства обнаружения и оргтехника.

Средства измерения - это технические устройства для проведения различных измерений - линейки, метры, рулетки, мензурки, цилиндры, мерные стаканы, гири и весы, термометры, психрометры и др.

Средства обнаружения - это технические устройства или стандартные вещества, предназначенные для установления наличия каких либо веществ и их количества. Это может быть индикатор электрического тока, лакмусовая или индикаторная бумага. [6, с.245].

Оргтехника - это всевозможные средства связи: телефоны, факсы, телеграф, почтовая связь, ПЭВМ, Интернет - связи; средства тиражирования: ксероксы, ротаторы, принтеры, счетно-вычислительная техника, а также канцелярские принадлежности - бумага писчая и копировальная, ручки, карандаши.

Изучив, средства информации о товарах и материально-технические средства, можно прийти к выводу, что они являются необходимой базой, применяемой экспертами при проведении товарной экспертизы.

Средства товарной информации предназначены для доведения сведений о товаре, его характеристиках до пользователей. К ним относятся: документы, маркировка, специальная литература.

Материально-технические средства предназначены для создания условий наиболее эффективной организации труда эксперта и подразделяются на материально-техническую базу, средства измерения и обнаружения, оргтехнику. Результат товарной экспертизы будет во многом зависеть от того насколько правильно выбраны и эффективно использованы средства информации о товаре. Следовательно, эксперт должен знать эти средства и уметь выбрать из них необходимые и достаточные для принятия решения с учетом конкретной ситуации.

**3.2 Характеристика материально-технической базы проведения товароведной экспертизы швейных товаров**

Материально-технические средства экспертизы включают материально-техническую базу, средства измерения и обнаружения, оргтехнику.

Выбор этих средств определяется условиями проведения экспертизы, в частности материально - технической базой заказчика, имеющимися у заказчика и в испытательной лаборатории средствами измерения. Кроме того, оснащение эксперта средствами обнаружения и оргтехники зависит от материальных возможностей экспертной организации.

Эксперту при проведении экспертизы необходимо создать оптимальные условия для работы, что достигается с помощью комплекса материально - технических средств. [17, с. 38].

Из всех видов материально-технических средств самое непосредственное отношение к экспертизе имеют средства измерений, средства обнаружения и оргтехника.

Средства измерений- технические устройства для проведения измерений физических величин.

Средства измерений, используемые экспертами при проведении товарной экспертизы, подразделяются на средства измерений физических величин товара и средства измерений показателей климатического режима хранения, а также на простейшие приспособления и сложные технические устройства.

К простейшим приспособлениям относятся меры и простые портативные приборы, которые могут применяться в любых производственных условиях. Их достоинством являются простота и быстрота измерений. К ним относятся:

меры длины - деревянные и металлические линейки, рулетки, ленты;

объема - мензурки, цилиндры;

массы - гири и весы;

температуры - термометры;

относительной влажности воздуха - психрометры и др. [17, с. 41].

В настоящее время широко используются и более сложные устройства - различные приборы, преобразователи, измерительные системы. Обычно на таких приборах и устройствах эксперты сами не работают, а отбирают пробы и направляют их в лаборатории для испытаний, получая при этом протоколы испытаний с результатами исследований.

Среди многочисленных средств измерений при товарной экспертизе наиболее часто применяются средства измерения показателей режима хранения, весоизмерительное оборудование, а также меры длины и объема, относящиеся к простейшим приспособлениям.

Средства обнаружения - это технические устройства или стандартные вещества, предназначенные для установления наличия каких либо веществ и их количества. Примером средства обнаружения может выступать индикатор электрического тока, лакмусовая или индикаторная бумага.

Оргтехника - это всевозможные средства связи. К ней относится:

телефоны, факсы, телеграф, почтовая связь, ПЭВЭМ, Интернет-связь;

средства тиражирования - ксероксы, ротаторы, принтеры;

счетно-вычислительная техника, а также канцелярские принадлежности - бумага писчая и копировальная, ручки, карандаши и т. д. [17, с. 46].

От наличия средств оргтехники и рациональности их использования зависит эффективность организации труда эксперта. Учитывая огромный объем информации, который должен собрать, обработать и сохранить эксперт, очень важно рационально использовать оргтехнические средства в экспертной деятельности. Для этого эксперт должен владеть приемами научной организации труда, знать и уметь использовать имеющуюся оргтехнику, исходя из принципов осознания целесообразности и эффективности применения, конкретных ее видов.

Экспертиза швейных изделий проводится в соответствии с задачей, поставленной заказчиком экспертизы.

В начале, эксперт проводит общее ознакомление с предъявленной на экспертизу партией товара:

 проверяет наличие сопроводительных документов;

 устанавливает принадлежность партии к предъявленным документам;

 знакомится с условиями складирования и хранения товара, с состоянием упаковки, маркировки изделий;

 устанавливает ассортимент, количество изделий, рассортировку по артикулам, моделям.

На основании результатов ознакомления с партией эксперт принимает решение о возможности выполнения поставленной перед ним задачи.

Следующим этапом проведения экспертизы является выбор метода:

 проверки качества товара:

 органолептического;

 измерительного;

 метода лабораторных испытаний.

Метод проверки качества товара эксперт определяет в соответствии с положением ГОСТ 4103-82, если иное не предусмотрено условиями экспертно-импортного контракта купли-продажи. [9].

Далее эксперт проводит непосредственно осмотр швейных изделий. Осмотр рекомендуется проводить в хорошо освещенном помещении на столе с горизонтальной поверхностью. Кроме того, качество изделий с бортами до низа (пальто, полупальто, пиджаки, жакеты и др.) контролируют на манекенах.

Для проведения линейных измерений изделий, частоты стежков и размеров дефектов внешнего вида, эксперт применяет нескладывающуюся измерительную линейку, рулетку, треугольник с ценой деления 1мм, текстильную лупу, транспортир, мягкий метр с сантиметровыми или миллиметровыми делениями.

Если изделие проверяется в соответствии с предъявленным образцом или его дубликатом, то оно должно полностью соответствовать образцу, материалу верха и подкладке, по технической обработке, конструкции, отделке и фурнитуре.

В случае отсутствия образца или его дубликата, эксперт констатирует выявленные дефекты, указывает их характер, происхождение, влияние на качество товара, руководствуясь требованиями соответствующей нормативной, технической документации. [29 с. 138].

В ФМ «Элема» проверку качества швейных изделий проводится органолептическим методом, который позволяет определить значения показателей качества с помощью органов чувств. При приемке товара проводится осмотр внешнего вида швейных изделий с помощью зрения - визуальный метод. Внешний вид - это комплексный показатель качества, который включает форму, цвет, состояние поверхности, целостность, наличие дефектов.

 Вначале проверяется наличие сопроводительных документов;

 Устанавливается принадлежность партии товара к предъявленным документам;

 Производится приемка товара по количеству и качеству, в соответствии с Положением о приемке товаров по количеству и качеству (Утв. Пост. Советом Министерства Республики Беларусь от 03.09.2008г. №1290). [19, с. 4].

При выявлении швейных изделий несоответствию качества, их отправляют на фабрику для исправления выявленных дефектов. Это могут быть загрязнения поверхности ткани, не прошитый шов, заломы, перекосы пол, несимметричность карманов и т.д. Экспертная комиссия рассматривает заявку покупателя, на выявленный дефект, в процессе эксплуатации, проводит экспертизу товара и дает заключение о проведении экспертизы.

Таким образом, материально-техническая база при проведении экспертизы швейных изделий является весьма важной составляющей процесса. При этом очень важно, чтобы выполнялись все необходимые условия проведения экспертизы и методики испытаний. Учитывая огромный объем информации, который должен собрать, обработать и сохранить эксперт, очень важно рационально использовать оргтехнические средства в экспертной деятельности.

**3.3 Упаковка швейных товаров, как средство их экспертизы: виды, характеристика и основные требования к ней**

Упаковка - это вместилище или оболочка товара. Она может быть однослойной или многослойной. Упаковка товаров направлена на сохранение потребительских свойств товара и его товарного вида и должна соответствовать требованиям нормативно - технической документации для каждого вида изделия. Она должна быть аккуратной, соответствовать схемам, сохраняющим форму и внешний вид товара, а также должна соблюдать условия складирования.

Появившаяся в далекой древности упаковка ныне превратилась в одно из действенных средств маркетинга, в один из элементов товарной политики. Хорошо спроектированная и качественная упаковка создает для потребителей дополнительные удобства, а для изготовителей дополнительные средства стимулирования сбыта товара.

На первый взгляд упаковка товара имеет весьма узкое назначение - предохранить товары от порчи и повреждения. Это ошибочное представление о роли упаковки, опирающееся на имеющуюся практику у нас в стране в условиях дефицитного рынка. В условиях развитого рынка роль упаковки многопланова, причем она все более повышается. [29, с.146].

Основное назначение упаковки состоит в следующем:

 предохранить товары от порчи и повреждения;

 обеспечить создание рациональных единиц груза для транспортировки, погрузки и выгрузки товаров;

 предоставить возможность формирования рациональных единиц для их складирования;

 обеспечить создание оптимальных по весу и объему единиц для продажи товара;

 быть важным носителем рекламы.

Функции упаковки начинают формироваться уже на этапе создания и производства товара. Их действия распространяется на весь путь следования товара - от производителя - до потребителя. Упаковка перестает выполнять свои функции в тот момент, когда покупатель вынимает из нее товар и уничтожает ее. Любая упаковка является фактором расходов, связанных с производством товаров. [6, с. 167].

Для товаров широкого потребления, особенно для фирменных изделий, упаковка выполняет также функцию рекламы. Она должна:

 Обладать чертами, заметно отличающими данный товар от товаров конкурентов;

 Помогать покупателю в поиске товара, прежде всего в магазинах самообслуживания;

 Придать товару определенный имидж;

 Соответствовать уровню цены товара.

В нормативно - технической документации (ГОСТ 10581 - 82) регламентированы: [8].

 виды основных и вспомогательных материалов с указанием их соответствия определенным стандартам;

 количество изделий (штук, пар, комплектов) в потребительской упаковке;

 особенности и способы упаковки отдельных групп изделий.

Для упаковки швейных изделий различают потребительскую тару, бумагу и транспортную тару.

К потребительской таре относят пакет из полиэтиленовой, целлофановой пленки или бумагу, коробку с крышкой по ГОСТ 12301 - 81, пачку из картона с клапанами по ГОСТ 12303 - 80. Она бывает индивидуальной и групповой. При применении полиэтиленовых пакетов для групповой упаковки изделий без последующего упаковывания их в коробку пакеты должны быть заварены другими способами со всех сторон. [8].

При упаковывании изделий в пачки из картона на стыке клапанов должны быть вложены картонные прокладки.

В коробки или пачки из картона упаковывают швейные изделия из:

 шерстяных, шелковых и химических тканей и полотен;

 также швейные изделия высшей категории качества, кроме швейных изделий, транспортируемых при местных перевозках в подвешенном или сложенном виде (пальто, полупальто, курток, жакетов, костюмов);

 из всех видов тканей и материалов, плащей из шелковых, шерстяных и химических тканей. [8].

При упаковывании изделий в коробки без пакетов коробка внутри должна быть выстлана бумагой.

Изделия перед упаковыванием должны быть отглажены, отпрессованы, отформированы в соответствии с утвержденными режимами.

Платья, сарафаны, халаты, верхние мужские сорочки из хлопчатобумажных тканей высшей категории качества допускается упаковывать в полиэтиленовые пакеты не более 10 шт. без последующей упаковки в коробку или пачку из картона.

В бумагу упаковывают: швейные изделия из хлопчатобумажных, льняных, штапельных тканей, куртки и плащи из синтетических материалов с пленочным покрытием, брюки из всех видов тканей.

Допускается для швейных изделий вместо оклеивания контрольной лентой приклеивание упаковочных ярлыков и бумажных талонов по торцевым сторонам упаковки. [8].

Швейные изделия допускается упаковывать в бумагу с открытыми торцевыми сторонами. Упаковку перевязывают в двух местах по торцевым сторонам крестообразно.

В пакет, коробку, пачку из картона, бумагу укладывают изделия одной модели, одного размера, артикула ткани и полотна, цены, сорта.

К транспортной таре относят ящики деревянные по ГОСТ 10350 - 81, из гофрированного картона по ГОСТ 13514 - 82, мягкую тару (мешки, пледы), изготовленную из химических материалов. [8].

Транспортную тару применяют при иногородних перевозках, при перевозке в районы Крайнего Севера и в труднодоступные районы в соответствии с ГОСТ 15846 - 79.

В деревянные ящики укладывают изделия, упакованные в потребительскую тару или без нее, в ящики из гофрированного картона - в пакетах или без них. При укладывании изделий без потребительской тары ящики внутри должны выстилаться бумагой.

При местных перевозках допускается применять мягкую тару для транспортирования изделий, упакованных в пакеты. Швейные изделия (пальто, полупальто, куртки, жакеты, костюмы, пиджаки и др.) из всех видов тканей и материалов, плащи из шелковых, шерстяных и химических тканей на подкладке транспортируют при местных перевозках без упаковки в подвешенном или сложенном виде. Способ складывания изделий определяет предприятие-изготовитель. При этом должна быть обеспечена сохранность изделий до момента их реализации. [29, с. 175].

Оценка качества упаковки и соответствие ее требованиям ТНПА является первым этапом проведения экспертизы швейных изделий. Именно поэтому упаковка является важным элементом, определяющим качество данной группы товаров.

Упаковка должна соответствовать требованиям стандартов и других нормативных документов.

Анализируя фактическое соответствие упаковки и сравнение ее с требованиями ГОСТ 10581 - 82 «Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение», можно сделать вывод о том, что фактическое соответствие упаковки не везде соответствует требованиям ГОСТ. Это можно объяснить тем, что стандарты устарели и сейчас швейная верхняя одежда в основном доставляется в подвешенном состоянии, в полиэтиленовых пакетах на вешалах и кронштейнах.

Таблица 3.3.1 - Экспертиза швейных товаров по упаковке

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Соответствие упаковки ГОСТ 10581 - 82 | Фактическая упаковка изделия | Соответствие упаковки |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Пальто жен. деми, арт. 2с215-1-Р53, модель Т-2940; Полупальто жен. деми арт.1с 366-1-Р53 Т-0838 | При местных перевозках допускается применять мягкую тару (полиэтиленовые пакеты), в подвешенном или сложенном виде. | На каждое изделие одевают полиэтиленовый чехол, изделие доставляют в подвешенном состоянии. | Соответствует |
| Платье жен. 0с318-1-Р53 Т-2347 | Платья, сарафаны, халаты допускается упаковывать в полиэтиленовые пакеты не более 10 шт. без последующей упаковки в коробку или пачку из картона. | На каждое изделие одевают полиэтиленовый чехол, изделие доставляют в подвешенном состоянии. | Не соответствует |
| Плащ жен. арт. 0с53-1-Р53Т-1025; Куртка жен. 0с72-1-Р53 Т-1467; Брюки жен. 0с387-1-Р53 Т-2803 | Изделия из хлопчатобумажных, льняных, штапельных тканей, куртки и плащи из синтетических материалов, брюки из всех видов тканей - упаковывают в бумагу | На каждое изделие одевают полиэтиленовый чехол, изделие доставляют в подвешенном состоянии. | Не соответствует |

Примечание - Источник: собственная разработка [8].

**3.4 Маркировка швейных товаров - важнейшее средство их товароведной экспертизы**

Маркировка товаров - это важнейшее средство установления принадлежности товаров и их соответствия стране происхождения, виду, предприятию-изготовителю, требования технических нормативно-правовых актов.

Для сохранения внешнего вида и качества изделий, большое значение, имеет маркировка. На основании ее выдается сертификат качества товара при надлежащей характеристике. Маркировка товара является одним из информационных средств, доступных для выбора покупателем необходимого ему товара.

Маркировка содержит основополагающую, коммерческую и потребительскую информацию, причем первые два вида информации присутствуют в основном на производственной маркировке. Информации на производственной маркировке относится к обязательным требованиям, что регламентируется Законом Республики Беларусь «О техническом нормировании и стандартизации», а также стандартами на упаковку и маркировку. [8].

Для маркировки швейных изделий используются товарный ярлык, лента с изображением товарного знака, контрольная лента, памятка по уходу за изделием. [26, с. 360].

Товарные ярлыки из бумаги, плотного картона, тканевого лоскута, должны быть художественно оформлены, иметь разнообразную форму: в виде книжечки, отдельного листка или нескольких листков, скрепленных между собой. Размеры ярлыков не должны превышать 60 . На товарном ярлыке указываются следующие реквизиты:

 товарный знак предприятия-изготовителя;

 наименование, подчинённость и местонахождение предприятия-изготовителя;

 наименование изделия и его принадлежность;

 обозначение стандарта или технического условия;

 артикул изделия;

 номер модели

 размеры;

 сорт;

 розничная цена;

 дата выпуска (месяц, год).

Кроме указанных основных реквизитов, на товарном ярлыке могут быть дополнительные сведения:

 для верхних швейных изделий - артикул материала верха;

 для швейных изделий, имеющих подкладку, с отделкой и меховым прибором (манжеты, воротник, опушь) - сорт подкладки, скидка, надбавка за мех;

 для изделий, имеющих специальную обработку, - конкретный вид обработки (противомолевая, грязеотталкивающее и др.), который наносится так, чтобы не закрывались другие реквизиты ярлыка;

 для изделий, не маркируемых лентой с изображением товарного знака - наименования сырья и его процентное содержание по волокнам.

На оборотной стороне ярлыка после проверки качества и установления сорта, ставят клеймо контролера предприятия-изготовителя. Оно содержит:

 номер контролера или номер ОТК;

 сорт изделия - для изделий 1-го сорта - клеймо квадратной формы, для изделий 2-го сорта - круглой формы. [8].

Если на одном из изделий комплекта, подкладке, меховом приборе выявлены пороки, определяющие его перевод в пониженный сорт, то на оборотной стороне ярлыка рядом со штампом контролера должен быть штамп с указанием сорта и скидки с части комплекта, мехового прибора, подкладки.

При переводе части комплекта в пониженный сорт, снижают сорт всего комплекта. При переводе в пониженный сорт мехового прибора сорт всего изделия не понижают.

Товарный ярлык должен быть пришит, навешан на изделие или прикреплен к нему. Навешанный ярлык должен иметь одно или два отверстия на расстоянии не менее 1см от верха края, при креплении полиэтиленовыми держателями товарный ярлык может не иметь отверстия.

Лента с изображением товарного знака применяется при маркировке верхней и легкой швейной одежды, кроме спецодежды и других средств индивидуальной защиты.

На ней должны быть указаны символы по уходу за изделиями в соответствии с требованиями ГОСТ 16958 - 71 (состав сырья с наименованием натурального сырья и процентного содержания химических волокон).

Товарный знак может быть изображен на подкладке изделия методом шелкографии, на изделии - в виде отделки (вышивки, аппликации и т.д.) или нанесен краской на хлопчатобумажную подкладку изделия.

Контрольную ленту с указанием розничной цены и размеров прикрепляют ко всем швейным изделиям, кроме купальных костюмов, корсетных и постельных изделий, белья нательного мужского и для мальчиков.

Памятка (памятки-инструкции) с указанием символов по уходу (стирке, глажению, химической чистке и др.) в процессе эксплуатации должны прикладываться ко всем изделиям на основе материалов, содержащих химические волокна, а также изготовленных с применением клеевых и нетканых материалов.

Памятка по уходу за изделиями может быть напечатана на ярлыках, пакетах или вкладышах. На памятке допускается указывать символы по уходу для изделий, не подвергающихся химической чистке.

Для маркировки коробок, пачек из картона, пачек изделий, упакованных в бумагу или полиэтиленовый пакет, применяют упаковочный ярлык, на котором должны быть указаны следующие реквизиты:

 изображения товарного знака предприятия-изготовителя;

 наименование и местонахождение предприятия-изготовителя;

 наименование изделия и принадлежность;

 номер модели;

 размеры;

 сорт;

 розничная цена;

 количество изделий (комплектов);

 цвет;

 номер упаковщика;

 дата выпуска (месяц, год).

Упаковочный ярлык должен быть приклеен на одну из торцевых сторон упаковки так, чтобы при вскрытии упаковки не нарушалась нанесенная на упаковочный ярлык маркировка.

Комплектные изделия одного артикула ткани или полотна маркируют одним товарным ярлыком, прикрепленным к основному изделию с указанием суммарной розничной цены или отдельными ярлыками, прикрепленными к каждому изделию.

В комплектных изделиях из разных видов ткани или полотна маркируют товарным ярлыком и контрольной лентой каждое изделие комплекта.

К верхним швейным изделиям из всех материалов должен быть приложен запасной кусок из межлекальных выпадов основного материала площадью не более 100, одна сторона которого должна быть не менее 5 см.

Кроме того, к перечисленным изделиям прикладывают запасные пуговицы по 1шт, каждого размера, если в изделиях более одной пуговицы.

Маркировка выполняет следующие функции: информационная, идентифицирующая. Основополагающая информация на маркировке дублирует тот же вид информации, которые имеются в товаросопроводительных документах. Несовпадение данных основополагающей информации может быть следствием фальсификации товаров.

Для экспертов наиболее важна идентифицирующая функция маркировки, так как именно с идентификации товара начинается его экспертная оценка. При этом эксперт выявляет соответствие наименования товара его ассортиментной принадлежности, указанной на маркировке и в товаросопроводительных документах.

При экспертизе товарных партий эксперт работает в основном с производственной маркировкой, с помощью которой он может установить принадлежность каждого единичного экземпляра товара к конкретной партии. Если на маркировку будут нанесены идентифицирующее сведение - наименование товара, изготовителя, дата выпуска. В отличие от ТСД производственная маркировка, если она отвечает установленным требованиям ГОСТ, позволяет с большей достоверностью доказать принадлежность товара к определенной товарной партии.

Приведем конкретные маркировочные данные и сравним их с требованиями ГОСТ 10581 - 82.

Таблица 3.3.2 - Экспертиза швейных товаров по маркировке

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Соответствие изделия по ГОСТ 10581 - 82 | Фактическая маркировка изделия | Соответствие изделия |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Пальто женское деми. арт. 2с213-1-Р53, модель Т - 0999 | Изображение товарного знака предприятия-изготовителя Наименование изделия; Артикул изделия; Номер модели; Сорт; Розничная цена Дата выпуска (месяц, год) | ОАО «Элема» Пальто женское демисезонное; Артикул 2с 213-1-р53 Модель-0999 Первый 2350000 2012год | Соответствует |
| Полупальто женское деми. арт.0с450-1-Р53, Т-0842 | Артикул материала верха | Не проставлен | Не соответствует |
| Пальто женское зимнее арт.1с366-1-Р53 Т-0838 | Памятка, по уходу за изделиями из разных видов волокон и нитей | Уход за изделием в соотв. с рекомендациями: химчистка деликатная | Соответствует |

Примечание - Источник: собственная разработка [8].

Анализируя фактическое наличие маркировки и сравнение ее с требованиями ГОСТ 10581 - 82 «Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение», можно сделать вывод о том фактическое наличие маркировки соответствует требованиям ГОСТ, изготовитель достаточно точно и полно раскрывает все необходимую информации о товаре.

В ФМ «Элема» швейные верхние изделия доставляют автотранспортом, в подвешенном состоянии. На каждое изделие одет упаковочный чехол из полиэтиленовой пленки.

При продаже изделия упаковывают в фирменные полиэтиленовые пакеты, на котором указан товарный знак предприятия-изготовителя ОАО «Элема» и его реквизиты.

Таким образом, маркировка является важнейшим средством информации о товарах. Текст, условные обозначения или рисунок, наносимые на упаковку или товар, предназначены для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения этой информации до потребителя.

**4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШВЕЙНОЙ ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ ФМ «ЭЛЕМА»**

**4.1 Методика оценки потребительских свойств и уровня конкурентоспособности швейной верхней женской одежды**

Конкурентоспособность товара - это его сравнительная характеристика, содержащая комплексную оценку всей совокупности показателей качества и экономических показателей (затрат) относительно выявленных свойств, другого товара взятого в качестве базового изделия и принятого за эталон. Существует несколько методов оценки конкурентоспособности товаров народного потребления, применяемых в практике работы предприятий. Один из методов комплексной оценки уровня конкурентоспособности основан на сопоставлении интегральных показателей качества оцениваемого товара и базового образца.

В данном случае оценку уровня качества и конкурентоспособности будем проводить по нижеуказанной схеме. [25, с. 35]

Первый этап. Формирование экспертной группы в количестве 5 - 6 человек.

Второй этап. Характеристика товаров, уровень конкурентоспособности которых устанавливается.

Третий этап. Выбор метода оценки уровня качества и конкурентоспособности.

Четвертый этап. Выбор базового образца. Образец должен относиться к той же группе товаров, что и оцениваемые изделия, быть наиболее широко представлен на рынке в данный период, а его основные показатели качества должны рассматриваться в динамике, с учетом фактора времени и быстро меняющейся рыночной экономики. Единичные и комплексные показатели, цена потребления должны полностью удовлетворять требованиям потребителей на данный период времени.

Пятый этап. Разработка номенклатуры оцениваемых свойств, приведение их в иерархическую систему, классификация и определение численных значений показателей соответствующими методами (8 - 12 свойств).

Шестой этап. Расчет коэффициентов весомости) единичных свойств товара, отобранных для оценки уровня качества и конкурентоспособности по формуле:

 =, (1)

где  - оценка i - го свойства j - м экспертом;- количество экспертов;- количество свойств.

Седьмой этап. Определение комплексного средневзвешенного показателя уровня качества оцениваемых товаров и базового образца.

Восьмой этап. Расчет суммарных затрат (цены потребления анализируемых товаров и базового образца).

Девятый этап. Установление уровня конкурентоспособности анализируемых товаров.

Десятый этап. Расчет комплексного обобщенного показателя конкурентоспособности осуществляется по формуле:

(2)

где  - средняя оценка экспертов по i - му свойству.

Интегральный показатель конкурентоспособности определяется с помощью формулы:

 (3)

где С - розничная цена, расходы на установку и транспорт (цена потребления).

Относительный уровень конкурентоспособности (К) рассчитывается по формуле:

 (4)

где  - интегральный показатель конкурентоспособности базового образца.

Если К 1, то экспериментальный товар превосходит по конкурентоспособности базовый. Если К = 1, то их конкурентоспособность на одном уровне, а если К1, то экспериментальный товар уступает базовому образцу товара и требует совершенствования.

Необходимо определить согласованность мнений экспертов по коэффициенту вариации. Расчет коэффициента вариации производится по формуле:

 (5)

где  - среднее квадратическое отклонение по каждому показателю.

Потребительские свойства являются особо важными для оценки уровня конкурентоспособности. Если тщательно изучать параметры потребительских свойств товара, то можно получить хороший шанс завоевать предпочтение потребителей, а значит и сам рынок.

Расчет относительного уровня конкурентоспособности показывает, что конкурентоспособный товар - это такой товар, который на единицу цены потребления удовлетворяет потребности на более высоком уровне, чем другие конкурирующие товары.

**4.2 Выбор и обоснование оптимальных потребительских свойств, для оценки конкурентоспособности швейной верхней женской одежды**

Потребительская оценка товара - это объективное отношение (одобрительное, отрицательное, нейтральное) покупателей к конкурентному изделию или отдельным функциональным и эстетическим свойствам, престижности, доступности по цене, надежности, удобству в пользовании, соответствию моде и другим требованиям к составу товарного предложения в процессе выбора и покупки товара на рынке. Потребительские оценки могут проявляться как в форме прямого предпочтения (приобретения) или отказа от покупки конкретного изделия, так и в форме суждений о его преимуществах или недостатках перед другими товарами аналогичного назначения, высказанных потенциальными потребителями при ознакомлении с товарным ассортиментом.

Таким образом, вполне очевидно, что в формировании ассортимента товаров одним из важных факторов является спрос. [16, с. 234].

Потребитель, как носитель спроса, обладает определенной покупательной способностью (возможностью приобретения нужных ему товаров), соразмеряя свои потребности с данной способностью, ориентируясь при этом на наиболее важные потребительские свойства и цену. С развитием рыночных отношений активность потребителей товаров значительно повышается, более конкретными и избирательными становятся их требования к составу предложения. Оценка конкурентоспособности обычно проводится, как правило, по качественным показателям, регламентированным в нормативно - технической документации, а также с учетом ценового и маркетингового факторов. Однако этот перечень качественных показателей не является полным, так как содержит лишь регламентируемые показатели (функциональные, безопасности и т.д.), а для швейных товаров огромное значение имеют сопоставимые показатели - эргономические, эстетические, надежности.

Для того, чтобы разработать наиболее полную номенклатуру потребительских свойств, нами были проанализированы условия и способы потребления швейных изделий и учтены требования к ним различных групп потребителей.

Для выбора и обоснования оптимальных потребительских свойств швейной верхней женской одежды был проведен социологический опрос. Было опрошено 100 представительниц женского пола. [Приложение Г].

По данным опроса видно, что всех покупателей интересуют разные потребительские свойства швейной женской верхней одежды. Так, например, качество интересует - 25%; цена - 20%; колористическое направление и направление моды интересует - 30%; сырье и оригинальность модели - 20% и др.

На основе покупательских предпочтений разработаем номенклатуру потребительских свойств, для швейной верхней женской одежды.

Таблица 4.2.1 - Разработка номенклатуры потребительских свойств швейной женской одежды

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Свойства 1-го уровня | Свойство 2 - го уровня | Свойство 3 - го уровня |
| 1 | 2 | 3 |
| 1.Функциональные свойства | 1.1 Соответствие изделия основному функциональному назначению | 1.1.1 Защита тела человека от различного рода факторов; |
| 2.Эргономические свойства | 2.1 Гигиенические | 2.1.1 Теплозащитность |
|  | 2.2 Физиологические | 2.2.1 Масса |
| 3.Эстетические свойства | 3.1 Информационная выразительность | 3.1.1 Соответствие моде 3.1.2 Фактура материала верха; 3.1.3 Цветовое решение |
|  | 3.2 Рациональность формы | 3.2.1 Соответствие формы изделия и материала |
|  | 3.3 Целостность композиции | 3.3.1 Декоративность; |
| 4.Свойства надежности | 4.1 Ремонтопригодность 4.2 Формоустойчивость | 4.1.1Возможность химической чистки; 4.2.2 Несминаемость |

Примечание: Источник - собственная разработка

Информация, полученная в результате проведения опроса, имеет социально - экономический, товароведческий и социально психологический характер. Социально-экономическая информация позволяет сформулировать наиболее точное представление о развитии покупательского спроса под воздействием социально-экономических факторов (социального положения, профессии, пола, возраста и т.д.)

Товароведческая информация дает сведения о требованиях покупателей к потребительским качественным и эстетическим свойствам товаров, реализуемых предприятиями розничной торговли.

И наконец, социально - психологическая информация выступает, как совокупность сведений о степени влияния на покупательский спрос субъективных факторов психологического характера.

Полученные результаты опроса говорят о том, что большинство покупателей предпочитают приобретать швейную верхнюю женскую одежду в фирменных магазинах предприятий. Из-за того, что в них более широкий выбор швейного ассортимента. И не малая доля потребителей отдает предпочтение продукции ОАО «Элема», т.к. предприятие работает для различных слоев населения и в разных ценовых факторах.

Таким образом, маркетинговые исследования подтвердили тот факт, что при оценке конкурентоспособности того или иного изделия, можно использовать опросы, как источник дополнительной информации, конкретизации показателей, вводимых в оценку. Потребитель придает различную значимость показателям качества швейной верхней женской одежде, в зависимости от особенности самого изделия (назначение, цвет, фасон), а также в зависимости от собственных демографических характеристик (пол, возраст и т.д.). Учет этих характеристик на стадии разработки изделия позволит существенно повысить конкурентоспособность отечественной одежды, а также оценить потенциальную конкурентоспособность продукции.

**4.3 Экспертная оценка качества и уровня конкурентоспособности швейной верхней женской одежды**

Оценка конкурентоспособности проводится, как правило, по качественным показателям, регламентированным в нормативно - технической документации, а также с учетом ценового и маркетингового факторов.

Качество швейных изделий определяется по соответствию их требованиям государственных и отраслевых стандартов, технических условий и образцов - эталонов ГСРБ СТБ 947 - 2003. Изделия швейные и трикотажные. [10].

Конкуренция - один из главных двигателей рыночной экономики, которая ставит вопрос: как покупатель воспринимает произведенную продукцию, каковы основные причины успеха и неудачи товаров.

Товар может стать конкурентоспособным, т.е. занять достойное место в ряду аналогов только в том случае, если он будет отвечать такому трудноуловимому и многозначительному понятию, как качество. Качество - главная характеристика товара. Это способность фирменного товара выполнять свои функции. В понятие качества входят: долговечность, ремонтопригодность, соответствие моде, фактура материала верха, цвет, теплозащитность и другие. Товар должен удовлетворять потребности потребителей: функциональные, эстетические, надежности. [30, с. 125].

Проводя сравнение товаров, предназначенных для удовлетворения одной и той же потребности, покупатель учитывает их потребительские свойства, ищет степень соответствия собственной потребности. При этом он стремится добиться оптимального соотношения между потребительскими свойствами изделия и расходами на его потребление, т.е. получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат. Потребителя интересуют хорошие потребительские свойства товаров, за которые он согласен платить более высокую цену.

Первый этап. Определение цели оценки уровня качества и конкурентоспособности швейных верхних женских изделий.

Формируется экспертная группа из 5 человек.

Цель оценки: соответствие уровня качества и конкурентоспособности эталону - образцу.

Второй этап. Характеристика товаров, уровень конкурентоспособности которых устанавливается.

Таблица 4.3.1 - Характеристика, оцениваемых образцов женских демисезонных пальто

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № образца | Волокнистый состав | Фактура ткани | Цветовая гамма | Фасон | Предприятие изготовитель | Цена, бел. руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| №1 Образец базовый Модель: Т - 3648 Артикул 13с241-1-Р53 | Ткань: топ - велюр 95% шерсти, 5% кашемира | Мягкая, ворсистая | Белая глина | Полуприталенный, под пояс, застегивается на 4 пуговицы, имеет два внутренних кармана, воротник широкий шалевый, присборенный, рукав вточной | ОАО «Элема», г. Минск | 2450000 |
| Образец №2 Модель: Т - 2905 Артикул: 13с253-1-Р53 | Ткань: легкий велюр 75% шерсти, 5% кашемира, 20% ПА | Мягкая, гладкая | Черный | Прилегающий, с бантом под грудь, имеет внутренние карманы, немного присборено от талии, воротник стоечка присборенный, рукав вточной 3/4 | ОАО «Элема», г. Минск | 1800000 |
| Образец №3 Модель: Т - 3408 Артикул: 13с345-1-Р53 | Ткань: фактурный твид 67% шерсти, 28% ПЭ, 5% ПА | Шероховатая | Черно-белый | Прилегающий, двубортный, с кожаным ремнем и отделкой по краю кожаным кантом, без воротника от горловины переходящий в широкие лацканы, рукав реглан 7/8 | ОАО «Элема», г. Минск | 1350000 |
| Образец №4 Модель: Т - 3478 Артикул: 12с382-1-Р53 | Ткань: Топ-ворс 75% альпака, 25% Вергинская шерсть | Мягкая, ворсистая, приятная | какао | Трапециевидный, воротник стоечка присборенный, имеет два внутренних кармана, рукав вточной, расширенный и присобранный к низу | ОАО «Элема», г. Минск | 3070000 |
| Образец №5 Модель: Т - 3793 Артикул: 12с245-1-Р53 | Ткань: прессованная шерсть 70% шерсти 10% кашемира 20% ПА | Ровная, гладкая | Красный | Полуприталенный, с завышенной отрезной талией, с застежками на пуговицы с наружи (9 шт.), наружные накладные клапаны вместо карманов, воротник отложной, рукав вточной. | ОАО «Элема», г. Минск | 1450000 |
| Образец №6 Модель: Т - 3411 Артикул: 13с318-1-Р53 | Ткань: легкий велюр: 75% шерсти, 5% кашемира, 20% ПА | Мягкая, ровная, гладкая | Черный | Приталенный, с кожаным декоративным ремнем и таким же декором в виде розы вверху, воротник стоечка, с застежкой на пуговицы, от талии с защипками в виде складок, длина до колена, рукав вточной. | ОАО «Элема», г. Минск | 2250000 |
| Образец №7 Модель: РК-1-110 | Ткань: кашемир 35% шерсти, 5% кашемира, 60% ПА | Ровная, гладкая | Фиолетовый, с желто-розовой отделкой снизу | Полуприталенный, двубортный, с отложным воротником, вточной рукав, длина до колена. | Швейная фабрика «Zemal» Украина | 2500000 |

Примечание: Источник - собственная разработка

Третий этап. Выбор метода оценки уровня качества и конкурентоспособности.

Оценку уровня качества и конкурентоспособности будем производить методом комплексной оценки, путем сопоставления интегральных показателей качества оцениваемого товара и базового образца.

Четвертый этап. Определение балльной оценочной шкалы.

Таблица 4.3.2 - Шкала оценки показателей потребительских свойств, оцениваемых женских демисезонных пальто

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Качественная оценка показателя | Оценочный балл |
| 1 | 2 | 3 |
| 1.Соответствие фасона моде | по своей конструкции фасон соответствует направлению моды на перспективу; соответствие фасона направлению моды на предстоящий сезон; частично соответствует по моде; | 5 4 3 |
| 2.Соответствие материала верха моде | полностью соответствует направлению моды, ворсовая и мягкая фактура; соответствует моде на предстоящий сезон; частично соответствует моде; | 5 4 3 |
| 3.Оригинальность | Оригинальность модели соответствует стилю и моде на перспективу; Оригинальность модели соответствует моде на сезон; Оригинальность модели не ярко выражена; | 5 4 3 |
| 4. Масса изделия | Масса изделия соответствует допустимой норме -  расхода ткани; Масса изделия частично соответствует норме; Масса изделия полностью не соответствует норме | 5 4 3 |
| 5. Несминаемость | Ткань полностью форма устойчивая к различным действиям в носке; Ткань не значительно сминается при носке; Сильно сминается при носке.. | 5 4 3 |
| 6.Выразительность фирменных знаков | Выразительность фирменных знаков определяется по этикетке и упаковке изделий; Выразительность слабо выражена; полностью отсутствует | 5 4 3 |

Примечание: Источник - собственная разработка [16]

Пятый этап. Разработка номенклатуры оцениваемых свойств, приведение их в иерархическую систему, классификация и определение численных значений показателей соответствующими методами (8 -12 свойств).

Для оценки качества женского демисезонного пальто была разработана номенклатура оцениваемых свойств

Шестой этап. Расчет коэффициентов весомости ) единичных свойств женских демисезонных пальто

Наиболее значимыми показателями потребительских свойств, по мнению экспертов, является соответствие фасона моде 0,27 - коэффициент весомости, оригинальность - 0,25; соответствие материала верха моде - 0,18; масса - 0,16; несминаемость - 0,09; наименьший - выразительность фирменных знаков - 0,05.

Седьмой этап. Определение комплексного средневзвешенного показателя уровня качества женских демисезонных пальто и базового образца.

Таблица 4.3.3 - Результаты определения уровня качества

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | Комплексный обобщающий показатель качества (Q) | Уровень качества продукции | Характеристика уровня качества |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| №1- базовый образец Пальто жен. деми. Модель: Т- 3648 | 4,95 | 1 | Отличный уровень |
| №2 Пальто жен. деми. Модель: Т-2905 | 4,52 | 0,91 | Хороший уровень |
| №3 Пальто жен. деми. Модель: Т-3408 | 4,36 | 0,88 | Хороший уровень |
| №4 Пальто жен. деми. Модель: Т-3478 | 4,66 | 0,94 | Хороший уровень |
| №5 Пальто жен. деми. Модель: Т-3793 | 4,42 | 0,89 | Хороший уровень |
| №6 Пальто жен. деми. Модель: Т-3411 | 4,82 | 0,97 | Отличный уровень |
| №7 Пальто жен. деми., Модель: РК | 4,45 | 0,89 | Хороший уровень |

Примечание: Источник - собственная разработка

Расчет уровня качества и конкурентоспособности женских демисезонных пальто ОАО «Элема» и швейной фабрики «Zemel» показал, что отличное качество и высокий уровень конкурентоспособности имеет женское пальто образец №6 арт.13с318-1-Р53, модель Т-3411 производства ОАО «Элема» - 1,06, что выше базового, т.к. высокая цена. Все остальные образцы имеют хороший уровень качества.

Десятый этап. Определение уровня конкурентоспособности женских демисезонных пальто.

В итоге оценки уровня конкурентоспособности оцениваемых образцов ОАО «Элема» и украинской швейной фабрики «Zemel» оказалось, что К больше 1 - это значит, что экспериментальный товар превосходит по конкурентоспособности базовый. Здесь, конечно большую роль сыграла цена. Однако с уверенностью можно сказать, что продукция швейной фабрики ОАО «Элема» вполне конкурентоспособна и может импортозамещать продукцию из других стран.

Таким образом, можно сделать следующие рекомендации для швейного предприятия ОАО «Элема». Для обеспечения и повышения конкурентоспособности товаров необходимо систематически, а не эпизодически проводить маркетинговые исследования товаров и потребителей на всех этапах жизненного цикла. При этом в центре должен находиться не сам товар, а ответные реакции потребителей в отношении данного товара. Выпуск предприятием конкурентоспособной продукции позволит получить значительный экономический эффект.

**4.4 Формирование оптимальной структуры ассортимента швейной верхней женской одежды для ФМ «Элема»**

От рационального формирования ассортимента зависит обеспечение необходимого уровня обслуживания покупателей и роста основных экономических показателей ФМ «Элема».

Основным поставщиком ФМ «Элема» является швейная фабрика ОАО «Элема», г. Минск. Его доля в структуре ассортимента составляет 90%. Обязательный ассортиментный перечень - это важнейшее средство рационального формирования ассортимента товаров. Рекомендуемый ассортиментный перечень утвержден заведующей ФМ «Элема» и согласован с начальником управления торговли и услуг Гомельского райисполкома.

Важным является формирование оптимальной структуры ассортимента на продукцию швейных женских товаров. В условиях позитивного экономического развития ассортимент в магазине, как правило, оптимизируется за счет его расширения и частого обновления. Это объясняется тем, что с ростом доходов населения, растет покупательная способность, что требует от магазинов расширения ассортимента для удовлетворения возрастающего спроса. Ежедневное общение с покупателями представляет продавцам, товароведам широкие возможности выявления требований покупателей к качеству и ассортименту швейных товаров, стоимости реализуемых изделий и формам обслуживания.

Источником сведений о внутригрупповой структуре реализованного спроса на швейные женские изделия в ФМ «Элема» служат данные статистических отчетов формы «3-торг» (за месяц, квартал) и «12-торг» (за год).

Динамику изменения реализации прогнозируют из средних темпов роста (снижения) при условии, что спрос на данный товар имеет некоторую устойчивую тенденцию к повышению или снижению. На основе данных об объемах продаж швейных товаров, по видам выстраивается динамический ряд, затем рассчитывается среднегодовой темп роста (снижения) объемов продаж. По среднему темпу роста (снижения) и последнему показателю динамического ряда объемов продаж рассчитывается потребность в товарах на следующий период. [25, с. 53].

Для определения потребности в товарах используем метод экстраполяции динамических рядов.

Определим необходимое количество товаров в структуре ассортимента ФМ «Элема». Среднегодовой темп роста продаж исчисляется по следующей формуле:



где  - среднегодовой темп роста;

 - продажа товаров за последний год динамического ряда;

 - продажа товаров за первый год динамического ряда;

п - число показателей в динамическом ряду.

Потребность в товарах на 2013 год  определяется по формуле:

Пу3+1 = у3

где П - потребность в товарах

Таблица 4.4.1 - Расчет оптимальной структуры ассортимента на 2013 год для ФМ«Элема»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Реализация товаров | | | Среднегодовой темп роста | Потребность на 2013год |
|  | 2010 | 2011 | 2012 |  |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1.Пальто жен. деми. | 1640 | 2500 | 3230 | 140,3 | 4532 |
| 2.П/пальто жен. деми. | 1400 | 2395 | 2605 | 136,4 | 3553 |
| 3.Пальто жен. зимнее | 450 | 640 | 940 | 144,5 | 1358 |
| 4.П/пальто жен. зимнее | 300 | 310 | 350 | 108,0 | 378 |
| 5.Пальто жен. пл. утепл. | 900 | 1718 | 2100 | 152,8 | 3209 |
| 6.Пончо женское. | 35 | 55 | 60 | 130,9 | 79 |
| 7.Куртка жен. пл. утепл. | 120 | 150 | 160 | 115,5 | 185 |
| 8.Плащ жен. | 645 | 877 | 1100 | 130,6 | 1437 |
| 9.Куртка жен. | 150 | 203 | 300 | 141,4 | 424 |
| 10.Платье жен. | 550 | 850 | 1050 | 138,2 | 1451 |
| 11.Жакет жен. | 850 | 1600 | 1850 | 147,5 | 2729 |
| 12.Юбка жен. | 600 | 850 | 1000 | 129,1 | 1291 |
| 13.Брюки жен. | 500 | 735 | 900 | 134,2 | 1208 |
| Итого | 8140 | 12883 | 15645 | 2373 | 21834 |

Примечание: Источник - собственная разработка

Таким образом, исходя из данных о реализации швейной верхней женской одежды за 2010-2012 года, среднегодовой темп роста, рассчитанный по формуле, составит:

1386\*100 = 138,6%.

Планируемая реализация швейной верхней женской одежды, рассчитанная по формуле, составит:

П = 138, 6\*15645/100 = 21834 шт.

Итак, планируемая реализация швейной верхней женской одежды в 2013 году по нашим расчетам составит на сумму 21834 шт.

Проведем расчет потребности женской одежды в разрезе видов, по которым за период 2010-2012 гг. отмечается динамика увеличения реализации.

Таблица 4.4.2 - Расчет прогноза объемов реализации швейной верхней женской одежды в ФМ «Элема» на 2013 год с помощью метода экстраполяции динамических рядов для некоторых видов изделий

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид изделия | Объем продаж, шт. | | | Среднегодовой темп роста, % | Планируемый объем реализации на 2013 год, шт. |
|  | 2010 | 2011 | 2012 |  |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Пальто жен. деми | 1640 | 2500 | 3230 | 140,3 | 4532 |
| П/пальто жен. деми | 1400 | 2395 | 2605 | 136,4 | 3553 |
| Пальто жен. пл. утепл. | 900 | 1718 | 2100 | 152,8 | 3209 |
| Жакет жен. | 850 | 1600 | 1850 | 147,5 | 2729 |
| Платье жен. | 550 | 850 | 1050 | 138,2 | 1451 |

Примечание: Источник - собственная разработка

Таким образом, при сохранении существующей тенденции на потребительском рынке полученные результаты можно считать относительно достоверными.

В ФМ «Элема» ассортимент обновляется по сезону носки, по мере выпуска новых коллекций. Это происходит два раза в год - весеннее - летняя коллекция и осеннее - зимняя. Обновление происходит в основном за счет новых моделей. Видовой ассортимент остается неизменным.

Для расчета экономической эффективности приведем объем продаж по факту в 2012 году и рассчитанную нами на 2012 год. Анализ расчета произведем по отклонению.

Рассчитаем потребность по нескольким видам на 2012 год.

Таблица 4.4.3 - Расчет потребности по некоторым видам изделий на 2012 год

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид изделия | Объем продаж, шт. | | | | Планируемый объем реализации на 2012 г. шт. | Отклонения +/-, в 2012 г. |
|  | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |  |  |
| Пальто жен. деми. | 1350 | 1640 | 2500 | 3230 | 3402 | +172 |
| П/п-то жен. деми. | 1100 | 1400 | 2395 | 2605 | 3534 | +929 |
| Пальто жен. пл. утепл. | 750 | 900 | 1718 | 2100 | 2600 | +500 |
| Жакет жен. | 650 | 850 | 1600 | 1850 | 2510 | +660 |
| Платье жен. | 350 | 550 | 850 | 1050 | 1325 | +275 |

Примечание: Источник - собственная разработка

Рассчитаем сумму недополученных валовых доходов в 2012 году на пальто женском:

172\*2200000=378400000;

% от 378400000 составило 113520000;

Аналогично рассчитаем по остальным видам изделий.

Общая сумма недополученных валовых доходов составляет:

+529530000+300000000+128700000+57750000=1129500000 рублей.

Т.е, из-за неправильно рассчитанной потребности на 2012 год было недополучено валовых доходов только по пяти видам на 1129500000 млн. рублей.

Таким образом, реализация всех предложенных в работе идей и расчетов позволит ФМ «Элема» занять лидирующее положение, получить повышенный товарооборот, прибыль и быть рентабельным, повысить имидж и конкурентоспособность.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

С развитием рыночных отношений и ростом благосостояния белорусского потребителя повышается его активность к товарам, более конкретными и избирательными становятся их требования к составу предложения.

Главная задача швейной промышленности - удовлетворение потребности людей в одежде высокого качества и разнообразного ассортимента. Качество продукции, ее конкурентоспособность на мировом рынке рассматривается сегодня, как самый объективный и обобщающий показатель научно-технического прогресса, уровня организации производства культуры.

Крупнейшими фабриками по пошиву женской верхней одежды в Республике Беларусь являются:

 ОАО «Элема» г. Минск;

 ОАО «Борисовская швейная фабрика» г. Борисов;

 Барановичская швейная фабрика «Баравчанка» г. Барановичи;

 ОАО швейная фирма «Лона» г. Кобрин;

 ОДО «Панда» г. Брест;

 КУПП «Витебчанка» г. Витебск;

 РУПТП «Оршанский льнокомбинат» г. Орша;

 ОАО «Гомельчанка» г. Гомель;

 ОАО «Коминтерн» г. Гомель;

 ОАО «МШФ «Надэкс» г. Мозырь;

 ЗАО Могилевская швейная фирма «Веснянка»;

 ОАО «Славянка» г. Бобруйск

В перспективе легкая промышленность Беларуси должна ориентироваться, как на максимально возможное удовлетворение платежеспособного спроса на внутреннем рынке, так и на достижение наибольших результатов на внешних рынках. Чтобы обеспечить население страны высококачественными, модными товарами в широком ассортименте, по доступным ценам, восстановить доверие покупателей к товарам отечественного производства.

Для дальнейшего развития швейного производства и преодоления сильной зависимости отечественных производителей от импортного сырья и повышения качественных характеристик выпускаемой продукции необходимо:

 внедрение новых энерго- и ресурсосберегающих технологий по переработке пряжи и текстильных материалов с использованием отечественных натуральных и искусственных волокон;

 расширение применения в производстве льняного волокна, в т.ч. короткого, выращиваемого в республике;

 расширения ассортимента выпускаемой продукции с приданием ей новых потребительских и функциональных свойств;

 освоение производства принципиально новых видов материалов с заданными свойствами - биозащитными, электропроводными, огнетермостойкими, инсектицидными.

Умение классифицировать и выделять потребительские свойства швейных товаров, правильно их оценивать необходимо для выработки корректируемых мероприятий торговли с промышленностью, чтобы не допускать попадания некачественных товаров к потребителю, выявлять потребности, а также характеристики товара, которые удовлетворяют потребителей. Изучение ассортимента и потребительских свойств швейных товаров позволит, как потребителям выбрать качественный товар, так и работникам магазина определить возможные дефекты качества при приемке товара, а также позволит ориентироваться в ассортименте и правильно осуществлять закупочную политику своего торгового предприятия.

Важнейшими экономическими показателями ФМ «Элема» является товарооборот по всем видам деятельности. Анализ экономических показателей деятельности ФМ «Элема» за период 2010 -2012 гг. позволил сделать следующие выводы:

 качественный потенциал аппарата управления торгового предприятия находится на высоком уровне;

 наблюдается положительное увеличение товарооборота, рост валовых доходов, рост производительности труда и в конечном итоге ведет к увеличению прибыли.

С каждым годом работы магазина увеличивается прибыль, так за 2012 год чистая прибыль составила 791523 тыс. руб., что на 44% больше, по сравнению с 2011годом.

В предстоящем сезоне модны короткие шорты, укороченные брюки со стрелкой и брюки-скини, жакеты, платья мини, парка, спорт шик. Цветовые блоки, сочетание в одном луке черного и белого цветов. Также очень модны и актуальны неоновые яркие цвета - ярко-розовый, травяной, кобальтовый. В крое большинства вещей присутствует графичность.

Лаконичная выразительность линий в этом сезоне превалирует в широких монохромных полосах, в клетчатых и сетчатых структурах, благодаря чему шахматная клетка, стала трендом сезона.

Очень актуальным стал стиль сафари, который позволен использовать в офисных и вечерних образах. В этом стиле очень модный цвет телесно-бежевый и хаки. Основой этого стиля весной - летом 2013 года стал не только цвет хаки, но и силуэт - широкие сверху, но сужающие к талии.

Продукция ОАО «Элема» отвечает современным направлениям моды, так как модельеры учитывают модные тенденции для всех категорий возрастов. Каждый год фабрика предлагает две сезонные коллекции, состоящие из 200 моделей. По сравнению с ОАО «Славянка» и ЗАО «Вяснянка» изделия фабрики «Элема» более экстравагантные, стильные, удовлетворяющие самые разные и взыскательные вкусы потребителей.

С целью улучшения ассортимента фирменного магазина «Элема» необходимо провести следующий ряд мероприятий:

 Чаще проводить исследования покупательского спроса для формирования оптимального объема и структуры закупок изделий, для выявления меняющихся вкусов и предпочтений потребителей;

 Начать введение продажи продукции ОАО «Элема» в рассрочку;

 Ввести систему скидок, дисконтных карт для постоянных покупателей.

В целом можно сделать вывод о том, что в магазине сформирован достаточно широкий и насыщенный ассортимент, который позволяет ему занимать устойчивое положение на рынке.

При изучении спроса на одежду, опрос следует проводить по группам потребителей с учетом их биосоциальных признаков. Разработка структуры ассортимента на основе социальных исследований позволяет повысить степень соответствия предложения производителя требованиям потребителей и обеспечить адресность одежды. Собранная в процессе исследования информация указывает на необходимость проведения регулярных опросов потребителей для своевременного регулирования на спрос.

В результате проведенного АВС - анализа можно дать рекомендации ФМ «Элема» для повышения уровня товарооборачиваемости.

Данным товарам, которые относятся к группе А должно быть уделено больше внимания, т.к. отдача от приложенных усилий будет максимальна для данных групп, занимающих большую долю в объеме продаж. Необходимо постоянное наличие этих товаров в продаже, а также допустимо создавать страховой запас с избытком. Также можно порекомендовать увеличение разновидностей данных товарных групп, т.к. они пользуются наибольшим спросом у покупателей.

Что касается товаров с наименьшей долей продаж, можно порекомендовать ряд мероприятий по стимулированию данных товаров:

 проведение акций и снижение цен на эти товары;

 также эти товары можно вывесить рядом с ходовыми;

 необходимо проводить рекламу данных товарных групп, чтобы стимулировать спрос населения.

Таким образом, с целью оптимизации и усовершенствования структуры ассортимента швейной верхней женской одежды на основе покупательских предпочтений можно дать рекомендации для ФМ «Элема».

 Расширить видовой ассортимент для всех категорий покупателей, а именно: для молодежи - до 20 лет и пенсионеров свыше 56 лет;

 Иметь в торговом ассортименте товары в разном ценовом факторе, для удовлетворения различных слоев населения;

 Вести специальный журнал или книгу заявок для удовлетворения спроса покупателей на желаемую покупку, которой нет в продаже;

 Вести учет формирующего спроса на товары «новинки», для более точного определения потребности в них;

 На товар, пользующийся низким спросом устраивать скидки, за счет прибыли магазина;

 Проводить акции на несезонный товар;

 Для постоянных покупателей ввести систему дисконтных карт;

 Вести учет по товарам, пользующихся спросом и постоянно иметь их в рабочем запасе;

 Участвовать в выставках показах, для рекламы своей продукции;

 Проводить рекламу по разным каналам СМИ - радио, телевидение, газеты, рекламные вывески и т.д.

При учитывании всех замечаний и предпочтений покупателей ФМ «Элема» может достойно выйти на рынок конкуренции и завоевать своих постоянных покупателей. Продукция ОАО «Элема» является качественной, так как ткани закупаются в основном у иностранных производителей: Италии, Бельгии и других. Поэтому цена соответствует качеству.

Материально-технические средства предназначены для создания условий наиболее эффективной организации труда эксперта и подразделяются на материально-техническую базу, средства измерения и обнаружения, оргтехнику. Результат товарной экспертизы будет во многом зависеть от того насколько правильно выбраны и эффективно использованы средства информации о товаре. Следовательно, эксперт должен знать эти средства и уметь выбрать из них необходимые и достаточные для принятия решения с учетом конкретной ситуации.

Таким образом, материально-техническая база при проведении экспертизы швейных изделий является весьма важной составляющей процесса. При этом очень важно, чтобы выполнялись все необходимые условия проведения экспертизы и методики испытаний. Учитывая огромный объем информации, который должен собрать, обработать и сохранить эксперт, очень важно рационально использовать оргтехнические средства в экспертной деятельности.

Анализ фактического соответствия упаковки и сравнения ее с требованиями ГОСТ 10581 - 82 «Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» показал, что фактическое соответствие упаковки не везде соответствует требованиям ГОСТ. Это можно объяснить тем, что стандарты устарели и сейчас швейная верхняя одежда в основном доставляется в подвешенном состоянии, в полиэтиленовых пакетах на вешалах и кронштейнах.

Анализ фактического наличия маркировки и сравнения ее с требованиями ГОСТ 10581 - 82 «Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение», показал, что фактическое наличие маркировки соответствует требованиям ГОСТ, изготовитель достаточно точно и полно раскрывает все необходимую информации о товаре.

В ФМ «Элема» швейные верхние изделия доставляют автотранспортом, в подвешенном состоянии. На каждое изделие одет упаковочный чехол из полиэтиленовой пленки. При продаже изделия упаковывают в фирменные полиэтиленовые пакеты, на котором указан товарный знак предприятия-изготовителя ОАО «Элема» и его реквизиты.

Таким образом, маркировка является важнейшим средством информации о товарах. Текст, условные обозначения или рисунок, наносимые на упаковку или товар, предназначены для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения этой информации до потребителя.

Потребительские свойства являются особо важными для оценки уровня конкурентоспособности. Если тщательно изучать параметры потребительских свойств товара, то можно получить хороший шанс завоевать предпочтение потребителей, а значит и сам рынок.

Расчет относительного уровня конкурентоспособности показывает, что конкурентоспособный товар - это такой товар, который на единицу цены потребления удовлетворяет потребности на более высоком уровне, чем другие конкурирующие товары.

Маркетинговые исследования подтвердили тот факт, что при оценке конкурентоспособности того или иного изделия, можно использовать опросы, как источник дополнительной информации, конкретизации показателей, вводимых в оценку. Потребитель придает различную значимость показателям качества швейной верхней женской одежде, в зависимости от особенности самого изделия (назначение, цвет, фасон), а также в зависимости от собственных демографических характеристик (пол, возраст и т.д.). Учет этих характеристик на стадии разработки изделия позволит существенно повысить конкурентоспособность отечественной одежды, а также оценить потенциальную конкурентоспособность продукции.

В итоге оценки уровня конкурентоспособности оцениваемых образцов ОАО «Элема» и украинской швейной фабрики «Zemel» оказалось, что К больше 1 - это значит, что экспериментальный товар превосходит по конкурентоспособности базовый. Здесь, конечно большую роль сыграла цена. Однако с уверенностью можно сказать, что продукция швейной фабрики ОАО «Элема» вполне конкурентоспособна и может импортозамещать продукцию из других стран.

Таким образом, можно сделать следующие рекомендации для швейного предприятия ОАО «Элема». Для обеспечения и повышения конкурентоспособности товаров необходимо систематически, а не эпизодически проводить маркетинговые исследования товаров и потребителей на всех этапах жизненного цикла. При этом в центре должен находиться не сам товар, а ответные реакции потребителей в отношении данного товара. Выпуск предприятием конкурентоспособной продукции позволит получить значительный экономический эффект.

Расчет экономического эффекта составил 1129,5 млн. руб.

Таким образом, реализация всех предложенных в работе идей и расчетов позволит ФМ «Элема» занять лидирующее положение, получить повышенный товарооборот, прибыль и быть рентабельным, повысить имидж и конкурентоспособность.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1 Балаева, С. И. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: учеб. пособие для вузов / С. И. Балаева. - М.: Дашков и К, 2009. - 552с.

Башаримова, С. И. Коммерческая деятельность: Пособие / С. И. Башаримова, М. В. Дасько. - Мн.: Белорус. энцикл. им. П. Бровки, 2010. - 295 с.

3 Бирюков, А. А. Фирменная торговля в легкой промышленности / А. А. Бирюков, М. Л. Новиков, А. А. Литвинюк. - М.: Легпромиздат, 1992. - 192 с.

4 Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность: Учебник / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. - Минск.: Выш. школа, 2008. - 364 с.

Виноградова, С. Н. Организация и технология торговли: Учебник / С. Н. Виноградова. - Минск.: Выш. школа, 2002. - 460 с.

Дзахмишева, И. Ш. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров: учебное пособие для вузов / И. Ш. Дзахмишева, С. И. Балаева, М. В. Блиева и др. М.: Дашков и К, 2009. - 346 с.

Изделия швейные бытового назначения. Номенклатура показателей качества: ГОСТ 445 - 86. Введ. 1988-01-01. - М. :- ИПК Изд-во стандартов,1988. - 5 с.

Изделия швейные и трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение: ГОСТ 10581 - 82. Введ. 1983-01-01. М.: ИПК Изд-во стандартов,1988. - 5 с.

Изделия швейные. Методы контроля качества: ГОСТ 4103 - 82. Введ. 1983-01-07. М.: ИПК Изд-во стандартов, 1982. - 23 с.

10 Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения: СТБ 947 - 2003. Введ. 2003-28-04. - Минск: БелГИСС, 2003. - 28 с.

Коммерция и технология торговли: Учебник / Л. П. Дашков [и др.]; под общ. ред. Л. П. Дашков. - М.: Издат. Дашков и К, 2011. - 692 с.

Комплексная программа развития легкой промышленности Республики Беларусь на 2011 - 2015 гг., с перспективой до 2020 г. [Электронный ресурс]: протокол от 1 марта 2011 г. №9 - Минск. - 2011г. - Режим доступа: http://www.bellegprom.by/programs/. - Дата доступа: 18.04.2013г. - Загл. с экрана.

13 Коллекция ОАО «Элема» - Весна - 2013. [Электронный ресурс]/ Сайт elema.by// Режим доступа: htt//www.elema.by/shop/womens demi season range/Дата доступа: 18.05.2013г. Загл. с экрана.

14 Курило, Д. А. Качество всегда в моде: итоги, тенденции, прогнозы// Экономика Беларуси.- 2013.-№1. - С. 108-109.

Масалкова, Л. А. Тенденции современной моды. // Текстильная промышленность. - 2012. - №2. - С. 11-15.

16 Моисеенко, Н. С. Товароведение непродовольственных товаров: учеб. пособие для вузов / Н. С. Моисеенко. - Ростов н / Д: Феникс, 2009. -379 с.

Николаева, М. А. Товарная экспертиза: учебник для вузов / М. А. Николаева. - М.: «Деловая литература», 1998. - 288 с.

18 Общесоюзный классификатор Республики Беларусь. Промышленная с сельскохозяйственная продукция: ОКРБ 007 - 98 Введ. 1998-30-12. - Минск: Госстандарт, 1998. - 582 с.

19 Положение о приемке товаров по количеству и качеству: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 03. 09. 2008 г., №1290 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2008. - №214, 5/28293. - С 4.

20 Промышленность Республики Беларусь. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2012 г. - Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2012 г. - 582 с.

Республика Беларусь в цифрах, 2012.: Статистический справочник. - Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2012. - 342 с.

Склянников, В. П. Потребительские свойства текстильных товаров: Учебн. пособие для вузов / В. П. Склянников. - М.: Экономика, 1982. - 160 с.

Справочник предприятий легкой промышленности Белоруссии [Электронный ресурс]: http//www.bellegprom.by/programs/. - Дата доступа: 18.04.2013г. - Загл. с экрана.

Сыцко, В. Е. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: учеб. пособие для вузов / В. Е. Сыцко. - Минск: Вышэйшая школа, 2005. 668 с.

Сыцко, В. Е. Товароведение и экспертиза одежно-обувных и культурно-хозяйственных товаров: пособие по выполнению курсовых и дипломных работ / В. Е. Сыцко и [др.]; под общ. ред. В. Е. Сыцко. - Гомель: Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2011. - 72 с.

26 Товароведение одежно-обувных товаров. Общий курс: учебн. Пособие / В. В. Садовский, Н. М. Несмелов [и др.], под общ. Ред. В. В. Садовского, Н. М. Несмелова. - Минск: БГЭУ, 2005. - 427 с.

Товароведение текстильных и трикотажных товаров.: учеб. для вузов / Д. И. Козьмич [и др.] - К.: Вища шк., 1992 - 408 с.

28 Товароведение непродовольственных товаров.: учебн. для вузов / А. П. Ходыкин, А. А. Ляшко, Н. И. Волошко [и др.]. - М.: Дашков и К, 2006. - 540с.

Чечеткина, Н. М. Товарная экспертиза: учебн. пос. / Н. М. Чечеткина, Т. И. Путилина, В. В. Горбунев. - Ростов н/Д: Феникс, 2000. - 512 с.

Шепелев, А. Ф. Товароведение и экспертиза швейно-трикотажных товаров.: учебн. пособие для вузов / А. Ф. Шепелев, И. А. Печенежская. - Ростов н/Д: МарТ, 2001. - 224 с.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**КНИЖНЫЙ МАГАЗИН**](http://учебники.информ2000.рф/chitai.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ТОВАРЫ для ХУДОЖНИКОВ и ДИЗАЙНЕРОВ**](http://учебники.информ2000.рф/kar.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**АУДИОЛЕКЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/lectr.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**IT-специалисты: ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/otu.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ФИТНЕС на ДОМУ**](http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml) |  |