

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА,  
ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА И  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ХЛОПЧАТОБУМАЖНЫХ ТКАНЕЙ РЕАЛИЗУЙМЫХ  
ТОРГОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ «МАЯК» ФИРМА  
«ТКАНИ ОТ ЯНИНЫХ»**

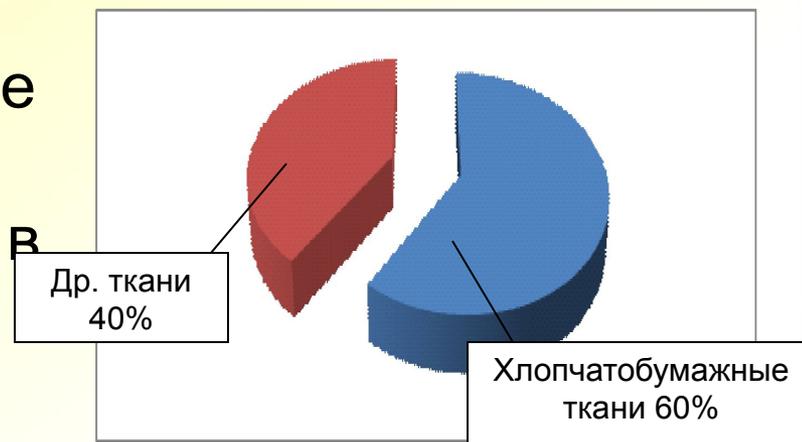
**Выполнила:  
студентка гр. Тв-91  
Расторгуева Л.А.  
Научный  
руководитель:  
Мотова Т.И.**



Хлопок – является одним из старейших натуральных волокон на земле. Его история уходит в древность и начинается, примерно, в 12000 лет до н.э.



Хлопчатобумажные ткани занимают наибольший удельный вес в общем объеме выпуска тканей (свыше 60%). Отличаются самым разнообразным оформлением в результате применения различных переплетений, видов отделки, в том числе заключительной.



Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что тема дипломной работы актуальна.

Целью данной дипломной работы является анализ качества хлопчатобумажных тканей и этапов формирования ассортимента хлопчатобумажных тканей.

Для достижения указанных целей были поставлены следующие задачи:

- дана характеристика отечественного рынка хлопчатобумажных тканей;
- изучен современный ассортимент хлопчатобумажных тканей;



- проанализированы организационно-экономические показатели деятельности торговым предприятием «Маяк» фирма «Ткани от Яниных»;
- дан анализ ассортимента хлопчатобумажных тканей, реализуемых в торговом предприятии «Маяк» фирма «Ткани от Яниных»;
- проведена экспертиза качества хлопчатобумажных тканей, реализуемых торговым предприятием «Маяк» фирма «Ткани от Яниных»;
- проведена оценка конкурентоспособности хлопчатобумажных тканей;





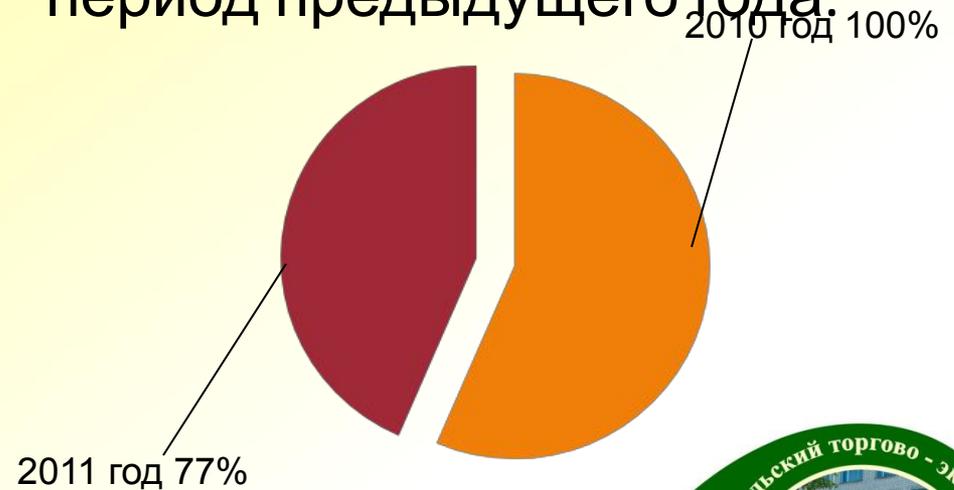
Объект исследования:  
организационно-коммерческая  
деятельность торговым  
предприятием «Маяк» фирма  
«Ткани от Яниных».

Предмет исследования:  
анализ ассортимента,  
экспертиза качества и  
конкурентоспособности  
хлопчатобумажных тканей,  
реализуемых торговым  
предприятием «Маяк» фирма  
«Ткани от Яниных».





Продолжается резкое снижение объемов производства хлопчатобумажных тканей, выпуск которых за восемь месяцев 2011г. составил 77% от выпуска за аналогичный период предыдущего года.





Главные производители хлопкового волокна являются – Индия, Китай, Турция. Небольшие плантации есть в Перу и Парагвае (Южная Америка), в Мали и Сенегале (Западная Африка), в Таиланде, Пакистане и Киргизии.





Крупнейшими хлопчатобумажными предприятиями отрасли в нашей стране являются: ОАО "Навтекс", Ивановская область, ОАО "Большая Ивановская мануфактура" и др.

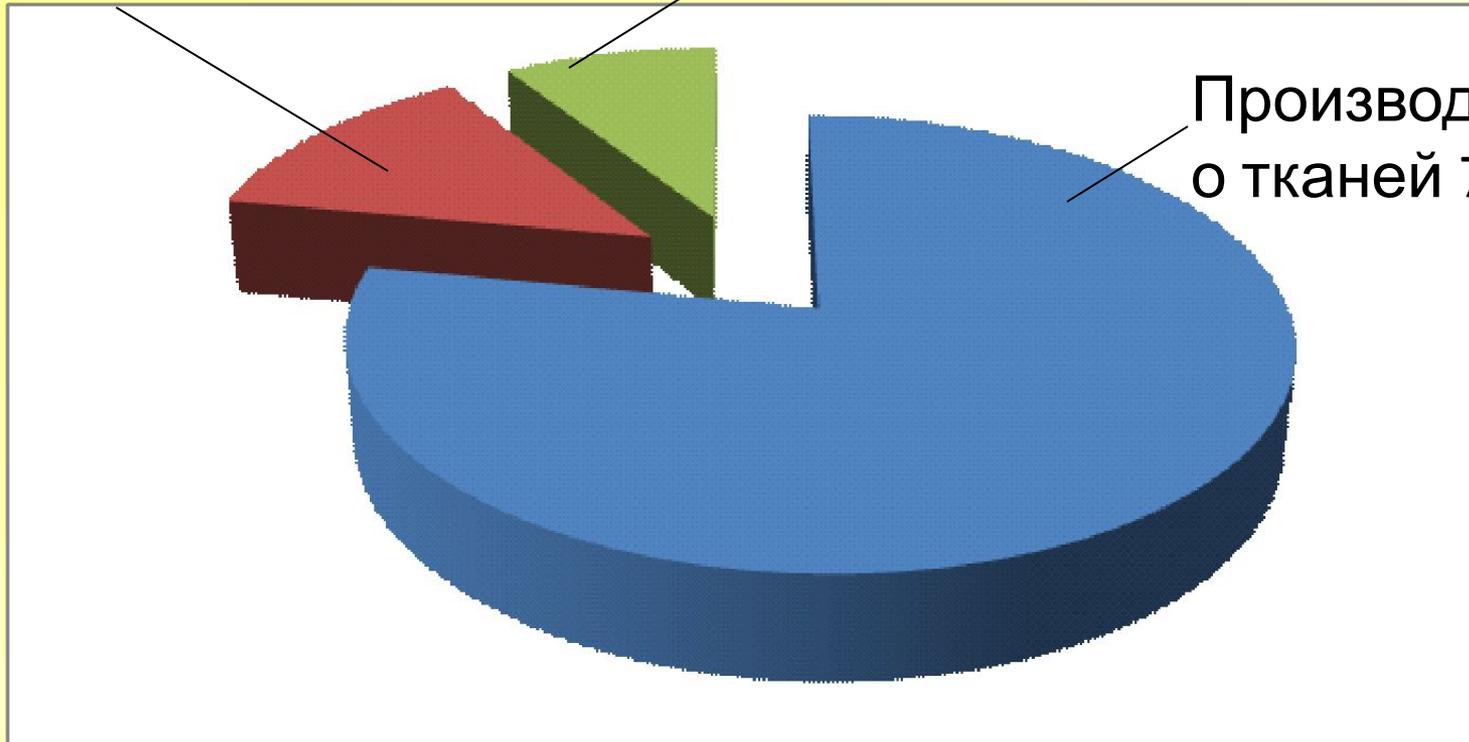


# Структура российского рынка хлопчатобумажных тканей в 2011 году, в процентах.

Экспорт тканей 9%

Импорт тканей 13%

Производство тканей 78%



# Преимущества и недостатки хлопка

## Достоинства хлопка:

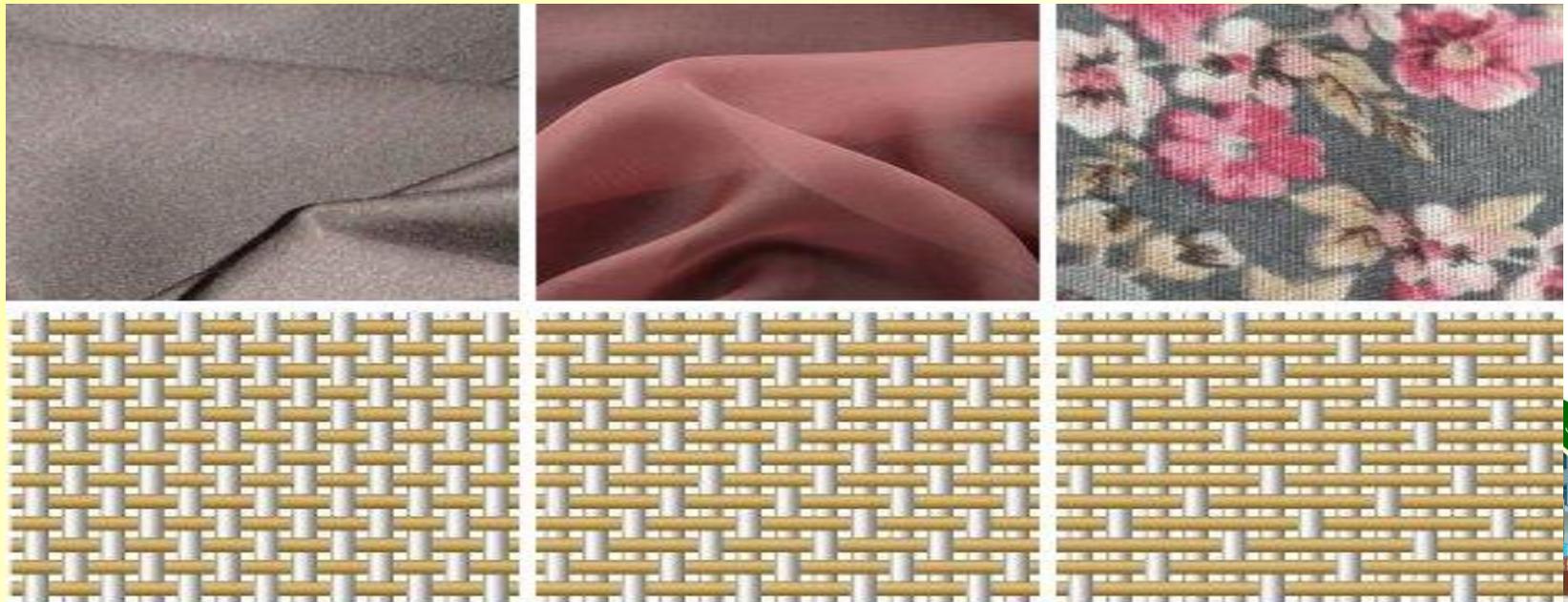
- Не вреден для здоровья
- Мягкость
- Высокая влагоемкость
- Моль не любит его
- Устойчив к высокой температуре (хлопок можно кипятить)
- Не раздражает кожу, не получает электростатической нагрузки

## Недостатки хлопка:

- Низкая теплозащита
- Не слишком эластичен
- Легко сминается
- Желтеет на свету



Характеристика современного ассортимента хлопчатобумажных тканей по признакам классификации, отличаются самым разнообразным оформлением в результате применения различных переплетений, видов отделки, в том числе заключительной.



Торговое предприятие «Маяк» существует на рынке уже более 10 лет. Трехэтажное здание, в котором находятся 9 организаций. Расположен в г. Барнауле, по адресу: пр. Космонавтов, 33.



Фирма «Ткани от Яниных» – юридическое название организации: сеть фирменных магазинов «Ткани от Яниных», специализированный магазин. Фирма «Ткани от Яниных» имеет 9 филиалов в городе Барнауле. Является обществом с ограниченной ответственностью (сокращенно ООО), действует на основании устава.

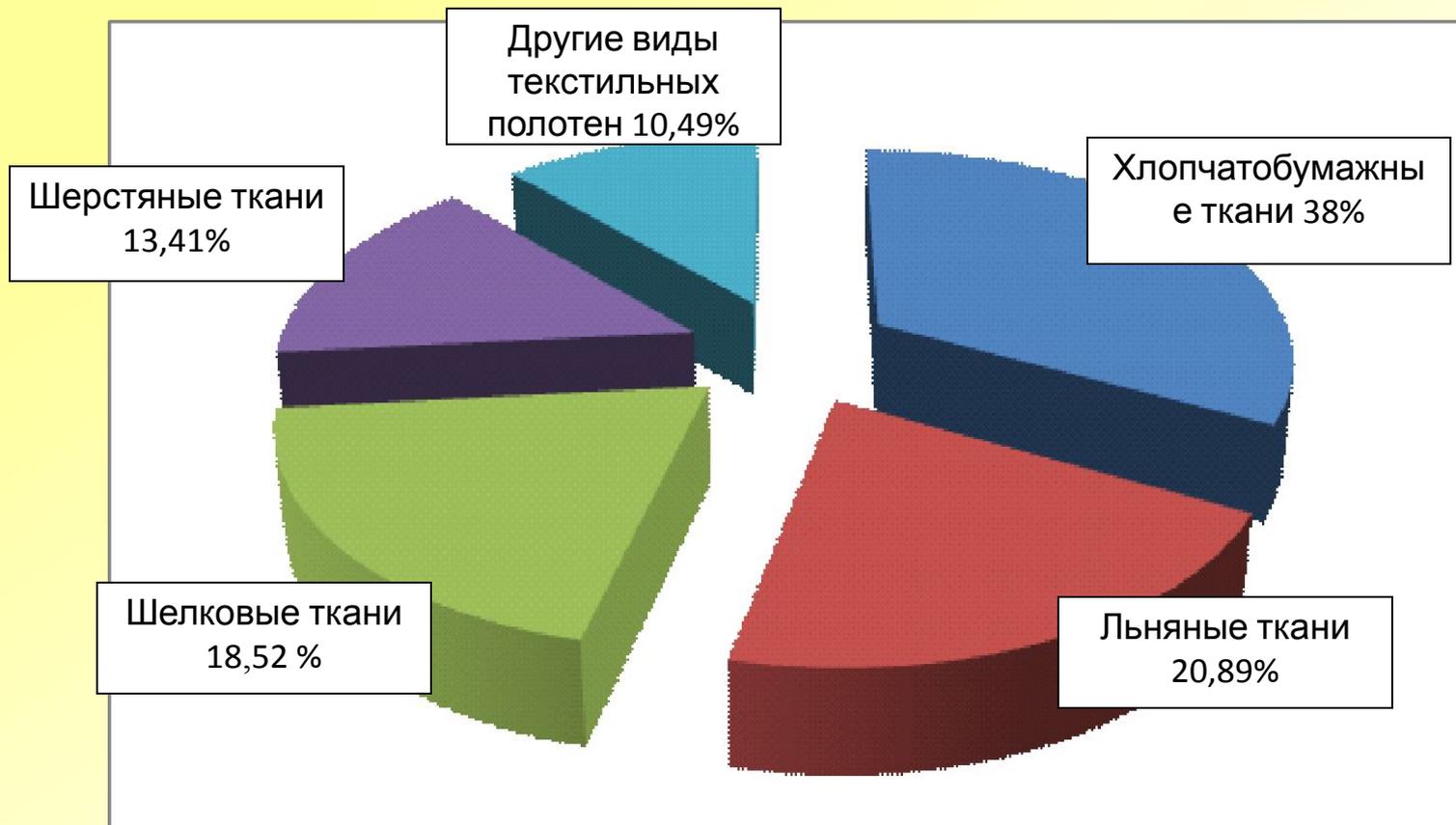




Следует отметить, что ассортимент хлопчатобумажных тканей в фирме «Ткани от Яниных» достаточно широк и пользуются устойчивым спросом потребителей.



# Удельный вес тканей, реализуемых в фирмой «Ткани от Яниных» в 2011г., %





Конкурентоспособность – это ситуация, в которой один или несколько продавцов продают свои изделия одному клиенту за счет других потенциальных продавцов.



Для оценки конкурентоспособности определены следующие виды хлопчатобумажных тканей:

- 1 Ситец
- 2 Бязь
- 3 Тик наволочный
- 4 Фланель
- 5 Микро-вельвет



Оценка конкурентоспособности проводилась комплексным методом. Процесс оценки конкурентоспособности хлопчатобумажных тканей включает следующие этапы:

- Выбор номенклатуры показателей и свойств конкурентоспособности.
- Оценка экспертным методом единичных (дифференциальных) показателей конкурентоспособности.
- Перевод единичных показателей конкурентоспособности в относительные величины с использованием коэффициента весомости.
- Определение комплексного показателя конкурентоспособности.



# Расчет комплексного показателя конкурентоспособности образцов хлопчатобумажных тканей подверженных экспертизе

Показатели	Ситец	Бязь	Тик наволочный	Фланель	Микро- вельвет
Уровень новизны	0,15	0,75	0,45	0,45	0,75
Соответствие моде	0,20	1	0,60	0,60	0,80
Уровень качества	1	0,75	1	1,25	1,25
Близость производителя	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75
Цена	1,25	0,75	1	1,25	0,50
Итого:	3,35	4	3,80	4,30	4,05



## Анкета

Уважаемый покупатель!

Целью анкеты является выяснить предпочтения потенциальных клиентов. Вам предлагается ответить на представленные вопросы. Просим Вас принять участие в нашей анкете потому, что нам важно мнение каждого из Вас. Пожалуйста, прочитайте вопрос и поставьте любой знак в квадратиках, рядом с тем ответом, который совпадает с Вашим мнением. Если ни один ответ Вам не подходит, напишите свое мнение на свободном месте.

1 Ваш возраст:

- До 30 лет;                       - 40– 50 лет;   
- 30—40 лет;                       - От 50 лет.

2 Пол:

- Ж:                       - М:

3 Размер месячного дохода:

- до 5 тыс. рублей;                       - 10 – 15 тыс. рублей;   
- 5 – 10 тыс. рублей;                       - от 15 тыс. рублей.

4 Как часто вы посещаете магазин:

- Раз в неделю;                       - Реже 1-го раза в месяц;   
- Пару раз в месяц;                       - Несколько раз в неделю;

- \_\_\_\_\_

5 Всегда ли вы находите то что вам нужно:

- Да всегда;                       - Иногда;                       - Очень редко.

6 Какие ткани вы предпочитаете покупать:

- Х/б:                       - Шерстяные;   
- Льняные;                       - Синтетика;   
- Шелковые

7 При выборе текстуры ткани на что вы опираетесь:

- Мода;                       - Понравилось;   
- Давно хотели.

8 Ткани каких производителей вы обычно покупаете:

- Отечественные;   
- Зарубежные.

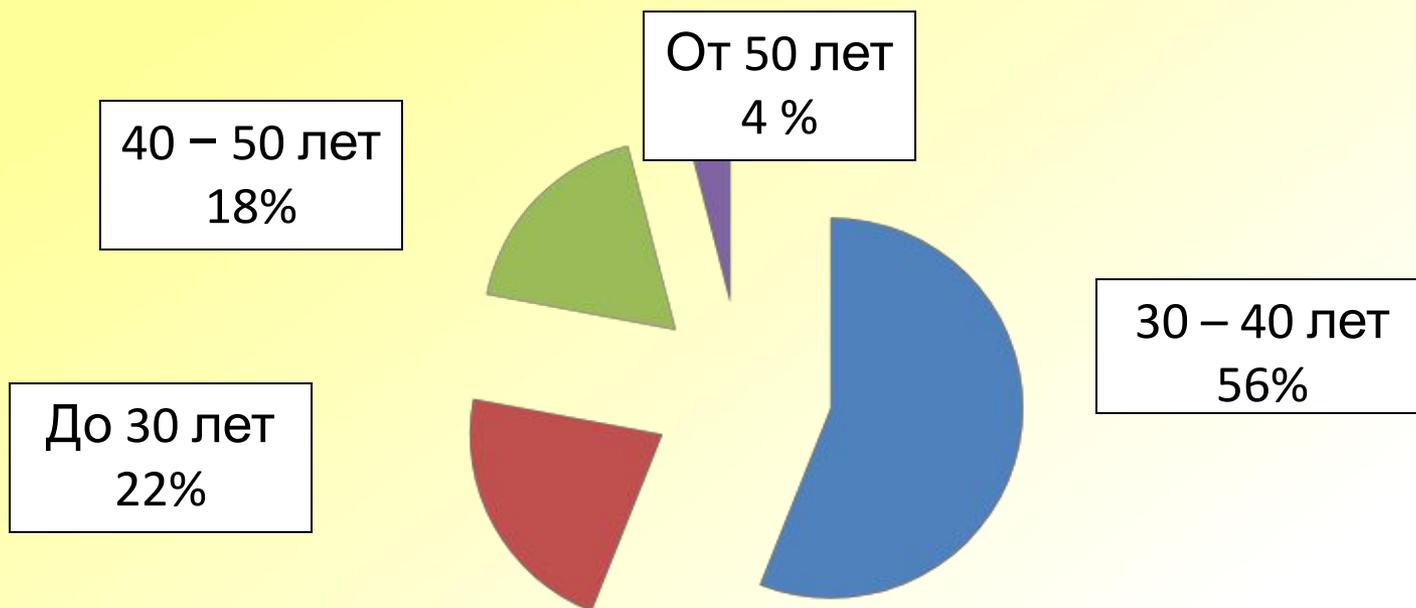
9 Первое место по степени важности для вас занимает при покупке ткани (Оценить по пяти бальной шкале):

- Состав ткани;                       - Производитель;   
- Качество;                       - Цена;

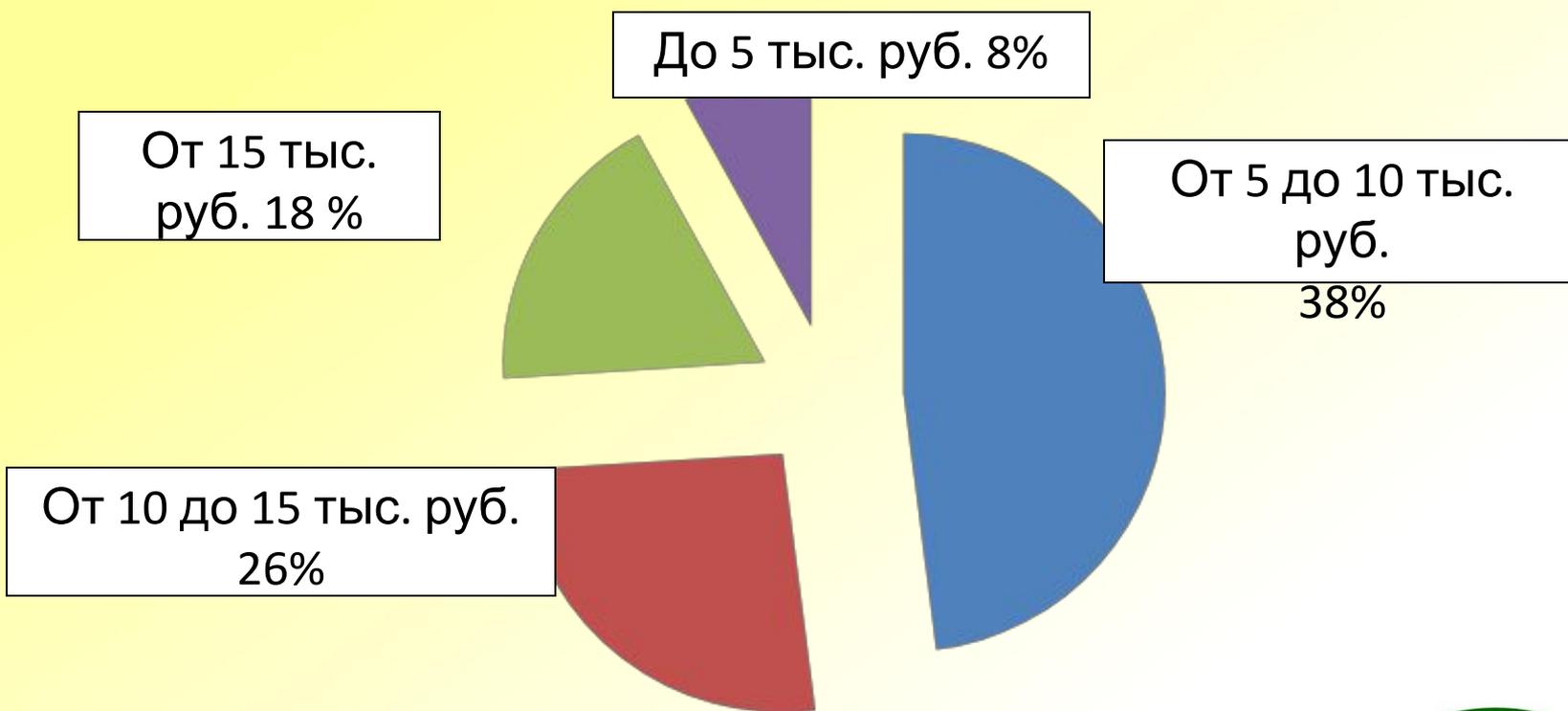
10 На какую сумму вы приобретаете товар?

- менее 100 руб.                       - 250 – 350 руб.   
- 100 – 250 руб.                       - более 350 руб.

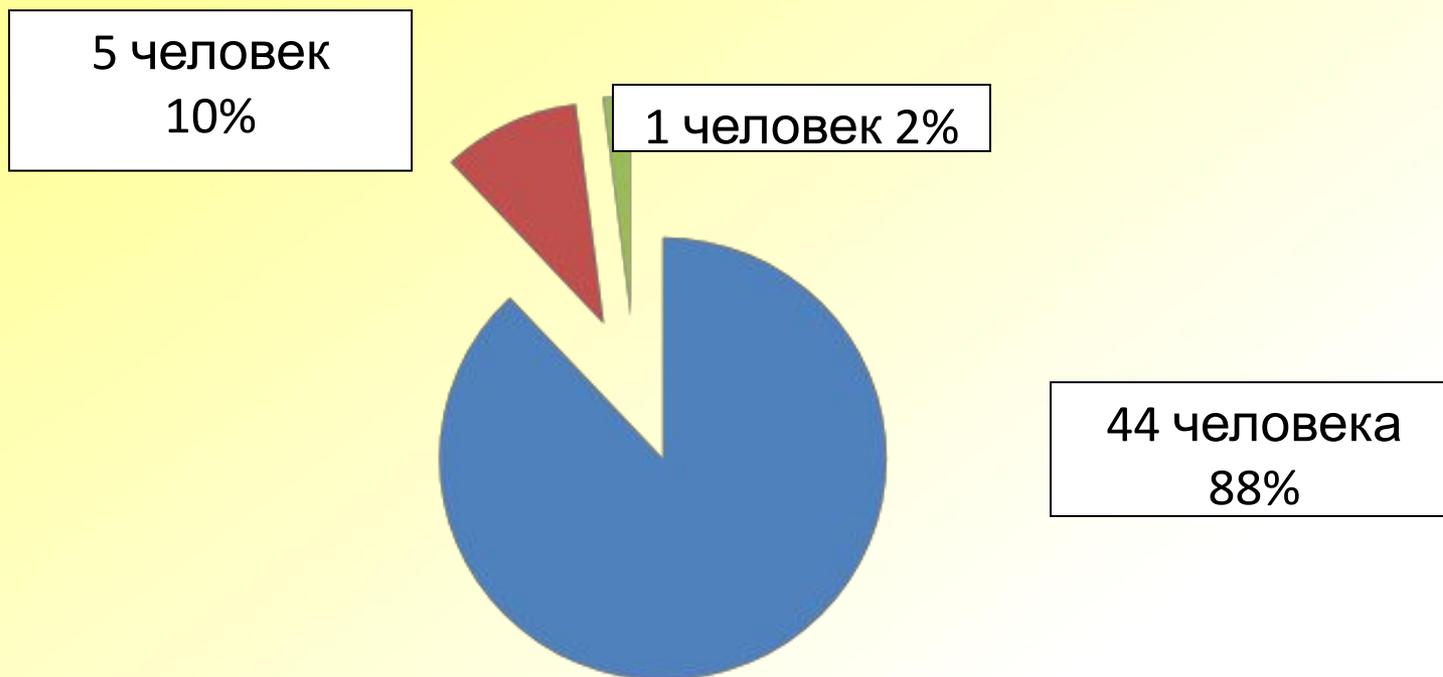
# Доли возрастных категорий покупателей, участвовавших в анкетировании, %



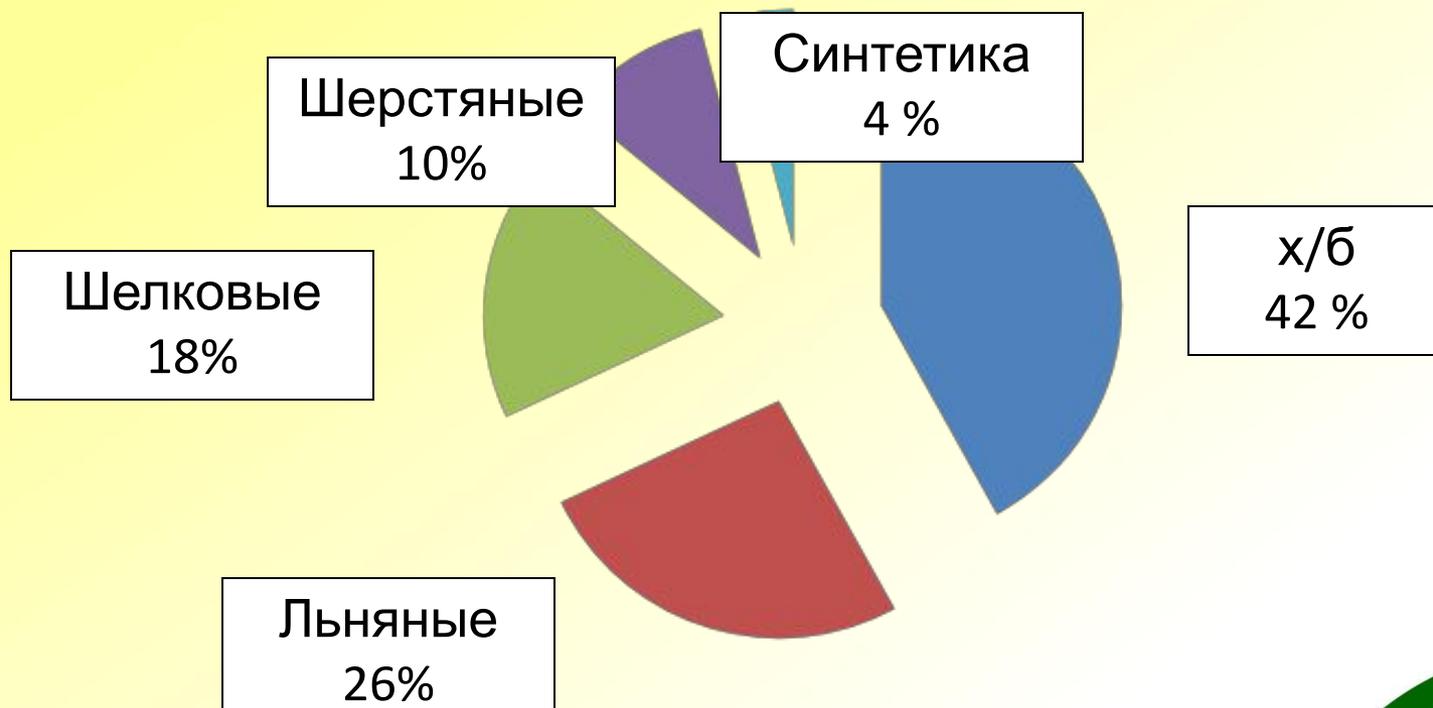
# Месячный заработок опрашиваемых лиц, %



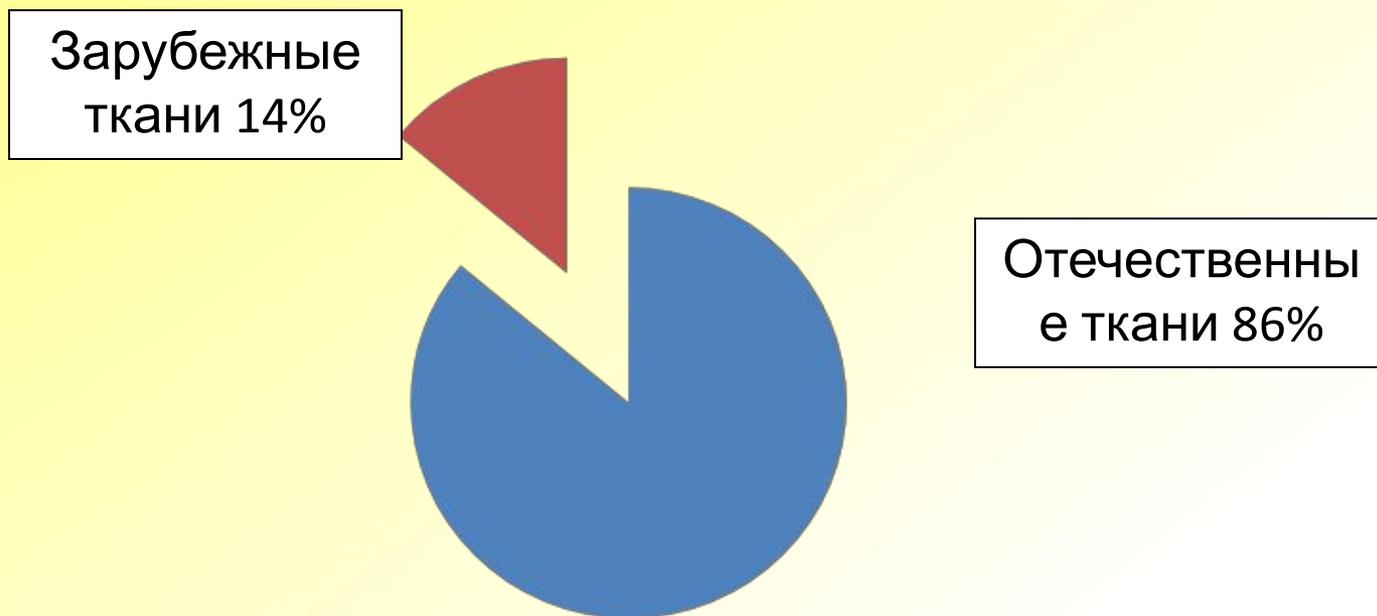
## Результат выбора покупок, %



# Выбор вида тканей, %



# Выбор производителей тканей, %





Конкурентоспособность зависит от требований и пожеланий потребителей. Когда покупатели оценивают сервис услуг в розничных торговых предприятиях, они сравнивают свое восприятие предоставленных им услуг с тем, что они ожидали увидеть.



С точки зрения взаимосвязи с процессом продажи товаров все дополнительные услуги, оказываемые покупателям в фирме «Ткани от Яниных», могут быть подразделены на три основных группы:

- 1 Услуги, оказываемые покупателям в процессе осуществления ими покупок товаров.
- 2 Услуги, оказываемые покупателям в процессе послепродажного их обслуживания.
- 3 Услуги, не связанные непосредственно с продажей конкретных товаров.



## Основные направления совершенствования спектра услуг в магазине «Ткани от Яниных»:

1 Совершенствование услуг, оказываемых покупателям в процессе осуществления ими покупок товаров.

В первую очередь, в связи с возможным совершенствованием расчетного механизма с покупателями (т.е. расчет за товары с применением кредитных карточек или же постоянным покупателям предоставление кредита в течение недели под проценты);

2 Совершенствование дополнительных услуг, не связанных непосредственно с продажей конкретных товаров (предоставление необходимой информации о товаре покупателю по телефону и т.д.);

3 Совершенствование услуг, оказываемых покупателям в процессе послепродажного их обслуживания.



**Благодарю за внимание!**

