

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУ ВО «ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИУ)»
ВЫСШАЯ МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКАЯ ШКОЛА
КАФЕДРА «ПИЩЕВЫЕ И БИОТЕХНОЛОГИИ»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,

д.т.н., профессор

_____ / И.Ю.Потороко

_____ 2020 г.

Товароведческая экспертиза качества трикотажных изделий, реализуемых на
потребительском рынке Челябинской области

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ - 38.03.07.095-616.ПЗ ВКР

НОРМОКОНТРОЛЬ

к.т.н., доцент

_____ / Н.В.Попова

_____ 2020 г

РУКОВОДИТЕЛЬ РАБОТЫ

доцент, к.т.н.

_____ / Н.В. Науменко

_____ 2020 г.

АВТОР РАБОТЫ

студент группы МБ – 531

_____ / О.А. Двоеглазова

_____ 2020 г.

Челябинск

2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ-----	4
1. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ-----	6
1.1 Состояние и перспективы развития потребительского рынка трикотажных изделий-----	6
1.2 Классификация и ассортимент трикотажных изделий -----	11
1.3 Факторы формирующие качество трикотажных изделий -----	15
1.3.1. Материалы используемые для производства трикотажных изделий-----	15
1.3.2. Особенности моделирование и производства трикотажных изделий-----	17
1.4. Факторы, сохраняющие качество трикотажных изделий -----	20
1.5. Требования, предъявляемые к качеству трикотажных изделий -----	22
2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ-----	25
2.1. Общая характеристика магазина «House»-----	25
2.2. Безопасность жизнедеятельности-----	28
2.2.1. Государственное регулирование безопасности жизнедеятельности в Российской Федерации-----	28
2.2.2. Система мероприятий охраны труда в магазине «House»-----	32
2.3. Исследование ассортимента магазина «House»-----	33
2.4. Организация технических процессов на магазине «House»-----	42
2.5. Результаты изучения потребительских предпочтений-----	45
3. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЧАСТЬ -----	53
3.1 Цели и задачи эксперимента-----	53
3.2. Обоснование выбора и характеристика объектов исследования-----	53
3.3. Характеристика показателей качества трикотажных изделий и методы их определения-----	56
3.4 Анализ результатов оценки полноты маркировки трикотажных изделий, реализуемых в магазине «House»-----	62

3.5. Анализ результатов оценки качества трикотажных изделий, реализуемых в магазине «House»-----	66
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ-----	72
БИБЛИГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК-----	74
ПРИЛОЖЕНИЯ-----	80

ВВЕДЕНИЕ

Трикотажные изделия стали неотъемлемой частью жизни современного потребителя, трикотажная одежда предназначена для защиты от холода, отлично подходит для занятий спортом и включает в себя разнообразие форм и размеров. Активно используется людьми всех возрастов, социального статуса и уровня дохода.

Современные тенденции в развитии моды стимулируют производителей к разработке новых видов изделий, силуэтов, форм, цветовых решений и улучшению потребительских свойств производимой продукции.

Высокая конкуренция в данном сегменте рынка и стремление к получению максимальной прибыли, зачастую толкает производителей на использования некачественного сырья, с целью удешевления производства, и выпуска продукции, не соответствующей требованиям нормативных документов, именно поэтому тема данной дипломной работы является актуальной.

Цель данной дипломной работы состоит в проведении товароведческой экспертизы качества трикотажных изделий, реализуемых на рынке г. Челябинска.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) рассмотреть теоретические аспекты изучаемой проблемы, структуру производства, ситуацию на рынке трикотажных изделий, характеристику ассортимента трикотажных изделий, факторы, формирующие и сохраняющие качество трикотажных изделий, нормативные документы регламентирующие показатели качества и потребительские свойства данной товарной группы;

- 2) дать общую характеристику предприятию ООО «РЕ Трэйдинг» и более детально рассмотреть магазин House в г. Челябинске, рассмотреть технологические процессы на данном предприятии;

- 3) исследовать структуру ассортимента трикотажных изделий магазина House;
- 4) провести оценку качества трикотажных изделий, реализуемых в магазине House;
- 5) сформулировать выводы и предложения для оптимизации работы торгового предприятия магазин «House» входящего в состав предприятия ООО «РЕ Трэйдинг».

1 Аналитический обзор литературы

1.1 Состояние и перспективы развития потребительского рынка трикотажных изделий

Современный рынок трикотажных изделий разнообразен и активно развивается. Глобальный рынок футболок вырос до 12,2 млн. единиц в 2018 году, и в среднем за последние девять лет он увеличился на 3,2 %. В оптовых ценах, рынок в 2018 году составил 50,5 млрд, что примерно соответствует уровню предыдущего года.

Отчет от IndexBox «World: T-Shirts – Market Report. Analysis And Forecast To 2025» прогнозирует, что потребление футболок будет продолжать расти на 1,7 % в год в среднесрочной перспективе, чему способствуют восстановление, наблюдаемой в мировой экономике, тенденции моды, продолжающаяся урбанизация, рост населения и увеличение уровня доходов.

В региональном масштабе расширение будет происходить с разной скоростью. В то время как экономически зрелые рынки США, Канады и Западной Европы близки к емкости с точки зрения потребления футболок, развивающиеся экономики, такие как Китай, Индия, Россия и Бразилия, далеки от насыщения. В данных странах футболки еще только входят в моду.

Производство футболок увеличилось с 10,46 млрд единиц в 2007 году до 13,05 млрд единиц в 2016 году, увеличившись на 2,5 % в год. В стоимостном выражении объем производства в 2016 году составил 49,33 млрд долларов США, при этом лишь незначительное увеличение по сравнению с предыдущим годом. В целом, с 2007 по 2016 год среднегодовые темпы роста в отношении производственной стоимости составили 4,3 %.

Россия входит в десятку крупнейших стран-производителей трикотажного полотна и трикотажных изделий в мире и занимает седьмое место по объему производства. Трикотажная промышленность включает в себя производство бельевого, верхнего и технического трикотажа, перчаточных изделий, головных уборов, шарфов, а также изделий промышленного и медицинского назначения. Объем производства трикотажных изделий по РФ составил в 2019 году 157 млн. штук, что значительно превышает показатели 2018 года. На рисунке 1 представлена динамика производства трикотажных изделий за 2016-2019 гг.

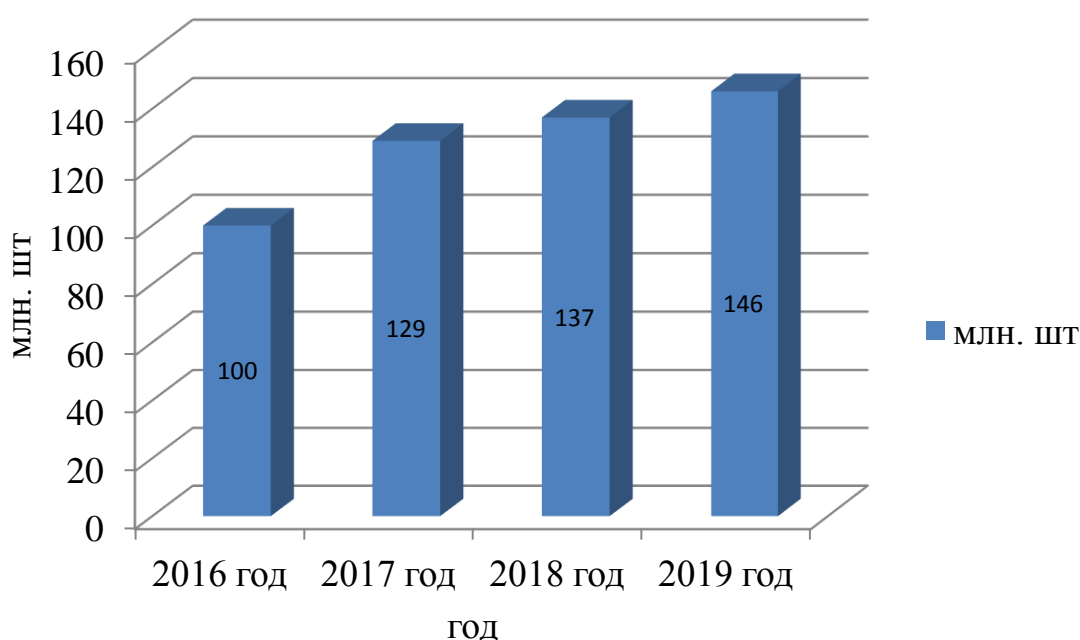


Рисунок 1 – Динамика производства трикотажных изделий в РФ 2016-2019 гг., млн. шт.

Производство трикотажных изделий значительно наращивает обороты, в период с 2018 года по 2019 объемы возросли на 9 %. Основные виды производимых трикотажных изделий в России представлены на рисунке 2.

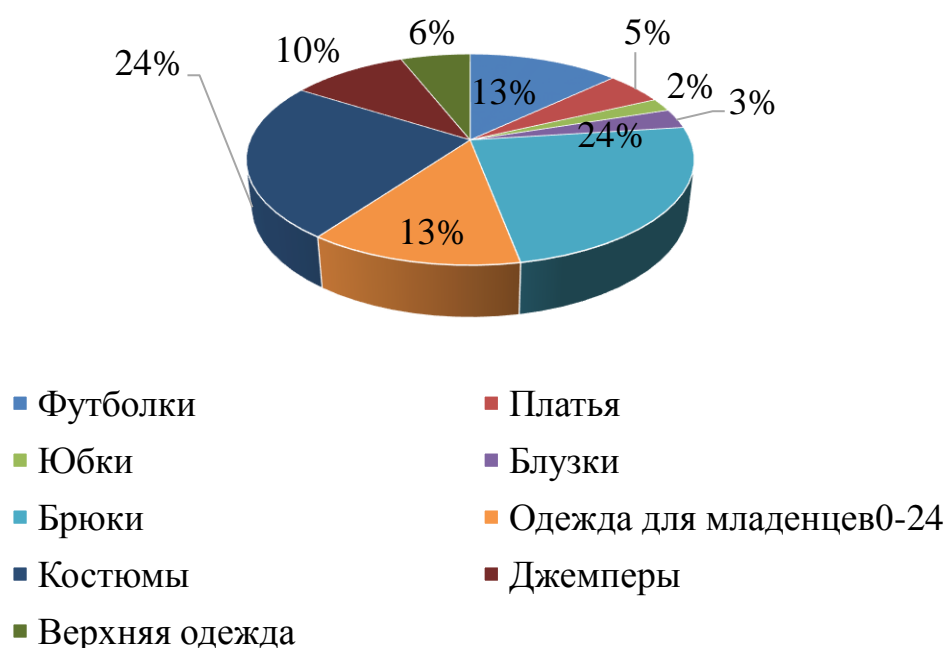


Рисунок 2 – Структура производства трикотажных изделий в России за 2019г.

Однако основным сегментом трикотажных изделий российского производства является костюмы и брюки, футболки, майки и рубашки составляют лишь 13 % от общего объема производства. В 2018 году рост был особенно динамичным и составил 15,2 % к уровню 2016 г. Быстрый рост был обусловлен предыдущими годами экономии. В 2019 году темп прироста продаж был гораздо ниже, чем в 2017 году, и составил 4,0 %.

В 2016 – 2019 гг. наибольшие доли в продажах трикотажной одежды имели следующие виды продукции, представленные на рисунке 3.

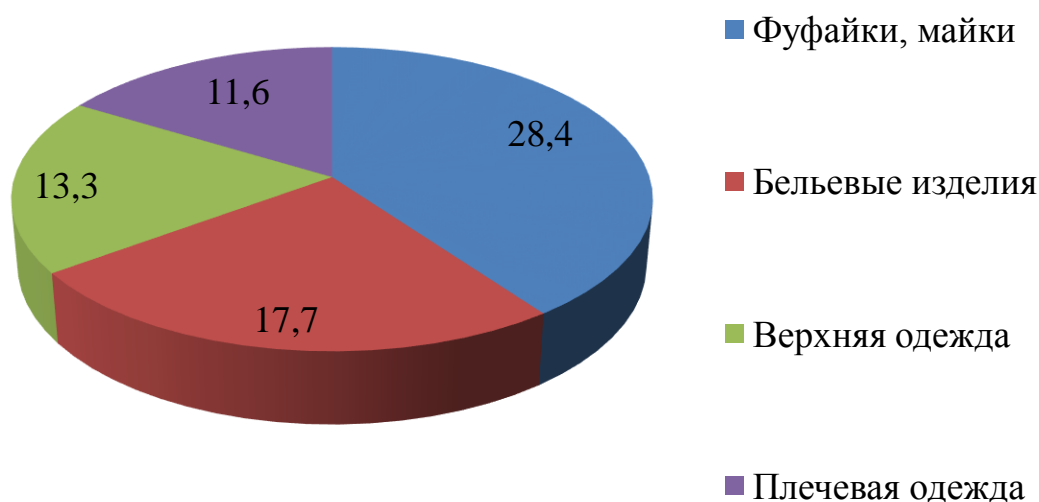


Рисунок 3 – Доли в продажах трикотажной одежды в РФ за 2016-2019 гг., %

Анализируя данные диаграммы можно сказать, что футболки, майки и прочие нижние рубашки занимали 24,8 % в структуре продаж (в среднем за 2016-2019 гг.), женские бельевые изделия – 17,7 %, свитера, пуловеры, кардиганы, жилеты – 13,3 %, женская костюмная одежда – 11,6 %.

Основные объемы в странах лидирующих по производству футболок предназначены для экспорта около 92 %, лидерами стран по экспорту являются Китай, Бангладеш, Турция и Индия.

Мировой объем экспорта футболок в 2018 году составил 14,2 млрд. единиц, согласно исследованию, что на 4 % больше по сравнению с предыдущим годом.

Ростом производства обусловлен увеличением импорта футболок в 2018 г на 10 %, лидером по импорту является США, объем потребления 44,8 млрд единиц, доля России в импорте составляет примерно 9 % , от общего объема производства.

Европейские страны-импортеры показали тенденцию к снижению импорта.

Рынок футболок в России в основном состоит из импортных футболок, доля производства футболок в России, настолько мала и дорога, что делает ее конкурентоспособной лишь для узко ориентированной целевой группы. Среди них можно выделить 3 страны импортера: Индия, Пакистан, Узбекистан. Производители этих стран занимают около 75 % всего российского рынка футболок. Дадим общую классификацию футболок и разделим их на 3 группы:

1. Футболки масс-маркет (дешевый ценовой сегмент изделий для большинства среднестатистических потребителей).
2. Футболки среднего ценового сегмента.
3. Футболки премиум сегмент (брендовые футболки от ведущих законодателей моды).

Анализ продаж футболок по данным сегментам за 2019 год представлен на рисунке 4.

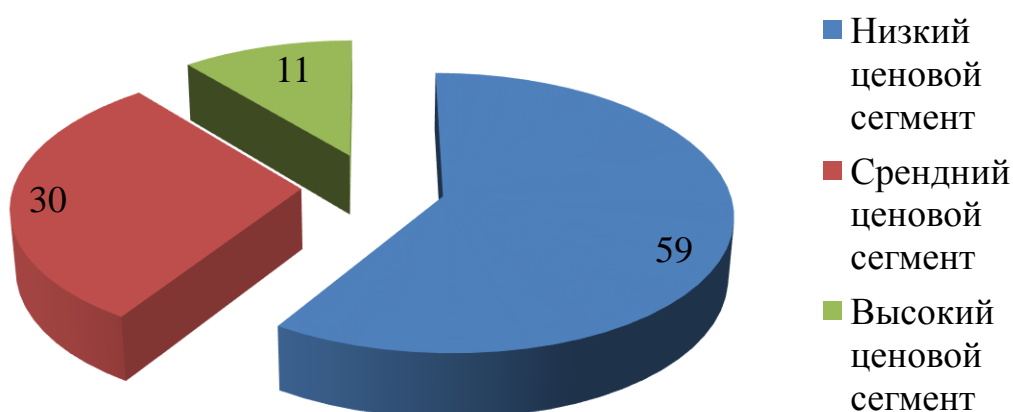


Рисунок 4 – Продажи футболок по ценовым сегментам в РФ за 2019г., %

Как видно из диаграммы основную долю потребления на рынке футболок в РФ составляет продукция масс-маркета таких марок как ТВОЕ, House, Nike, Gloria jeans и т. д., футболки первой группы также, предпочитают большинство потребителей в повседневной жизни. Состав ткани может быть смесовым (обычно не более 5 – 10 % лайкры или полиэстера), но чаще 100 % хлопок.

По оценкам BusinesStat, в 2019 – 2023 гг. совокупные продажи футболок продолжают расти темпами 1,6 – 3,0 % в год. В 2023 г. показатель достигнет 416 млн. шт., что превысит уровень 2019 г. на 12,4 %.

1.2 Классификация и ассортимент трикотажных изделий

Согласно ГОСТ Р 54393-2011 «Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения». Трикотажные изделия делятся на следующие основные группы:

1. 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.

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

3. Комплект одежды – одежда, состоящая из двух или более изделий, каждое из которых является составной частью комплекта.

4. Верхнее изделие – швейное или трикотажное изделие, надеваемое на корсетные изделия, бельевые изделия и/или изделия костюмной и платьево-блузочной группы.

5. Верхняя одежда – одежда, надеваемая на корсетные изделия, бельевые изделия и/или изделия костюмной и платьево-блузочной группы.

6. Бельевое изделие – швейное или трикотажное изделие, предназначенное для создания необходимых гигиенических условий для тела и в быту.

7. Корсетное изделие – швейное или трикотажное изделие, надеваемое непосредственно на тело для формирования и поддержания отдельных частей тела, а также для держания чулок.

8. Головной убор – швейное или трикотажное изделие, покрывающее голову или ее часть.

9. Чулочно-носочное изделие – трикотажное изделие, покрывающее нижнюю часть туловища и ноги, каждую в отдельности, включая стопы, частично или полностью.

10. Перчаточное изделие – швейное или трикотажное изделие, покрывающее кисть, предплечье руки, нижнюю часть плеча частично или полностью.

11. Платочно-шарфовое изделие – швейное или трикотажное изделие, покрывающее голову и/или шею, плечи.

Трикотажные изделия можно классифицировать по нескольким признакам.

По виду переплетения:

- вид сырья;
- вид отделки;
- способ изготовления;
- целевое назначение.

Существует два вида переплетения трикотажа – основязанный и поперечновязанный. Поперечновязанный трикотаж также называют кулирным.

Классификация трикотажа по виду сырья подразумевает его разделение на однородный трикотаж и неоднородный. Однородный трикотаж представляет собой изделия, которые вырабатываются из одного типа сырья,

пряжи или нитей, а неоднородный, соответственно, вырабатывается из смеси разных типов.

По виду отделки существует 8 видов трикотажных изделий:

- суровые;
- отбельные;
- крашеные;
- набивные;
- начесанные;
- пестровязанные;
- тисненные;
- с наличием специальных обработок, например, с антистатической.

Чуть более сложной является классификация трикотажа по способу изготовления. Здесь выделяют кроеные, вязаные и комбинированные изделия. Вязаный трикотаж, в свою очередь, делится на регулярные и полурегулярные изделия.

Форма регулярных трикотажных изделий задается непосредственно в процессе вязания, а при пошиве они приобретают окончательную форму. К регулярному относится почти весь верхний трикотаж, и большинство чулочно-носочного.

Детали полурегулярных изделий из трикотажа частично формируются в процессе вязания, а в процессе подкроя они получают окончательную форму.

Кроеный трикотаж получает свой размер и форму на этапе раскроя трикотажного полотна и дальнейшего пошива. К кроеным трикотажным изделиям относится почти весь бельевой трикотаж.

Комбинированный трикотаж сочетает в себе вязаные и кроеные детали.

Самой важной для покупателей является, разумеется, классификация трикотажа по целевому назначению.

Торговый ассортимент трикотажных изделий представлен на рисунке 5.



Рисунок 5 – Торговый ассортимент трикотажных изделий

На современных предприятиях торговли в полной мере представлены все классификационные группы, что полностью удовлетворяет потребности покупателей.

Ассортимент верхних трикотажных изделий более разнообразен, чем ассортимент белья. В эту группу входит большое число изделий различных типов и выработанных из самого разнообразного трикотажного полотна.

По назначению различают верхний трикотаж для взрослых и для детей. Последний отличается главным образом размерами.

По материалу верхний трикотаж делят на: хлопчатобумажный, шерстяной, полушерстяной, хлопчатобумажный с вискозой, из штапельного волокна.

Ассортимент трикотажных изделий, выпускаемых российскими предприятиями, широк: от предметов первой необходимости (бельевого трикотажа), до верхней одежды, включая детские товары. И сегодня актуальны футболки, топы, тонкие водолазки и свитера, пуловеры, джемперы, платья, брючные набивочные комплекты, жилеты, майки. Трикотажная одежда становится все более популярной в мире. Сегодня рынок трикотажных изделий стал гораздо разнообразнее. Повышенным спросом пользуется повседневная одежда для молодежи, так как трикотажное полотно изготавливается в основном из хлопка, допускается небольшое содержание синтетики. Для верхней одежды идут практичные смесовые материалы. Такие вещи очень ноские и неприхотливы в использовании. Наверное, именно поэтому в России они добились повсеместного признания.

1.3 Факторы формирующие качество трикотажных изделий

1.3.1. Материалы используемые для производства трикотажных изделий

К факторам, формирующим качество относят сырье, технологию производства.

Сырье является одним из основных факторов, формирующих качество трикотажных изделий. Современные производственные предприятия отличаются разнообразием технологий для переработки различных типов волокон и получаемых из них нитей.

Согласно требованиям ГОСТ 28554-90 «Полотно трикотажное. Общие технические условия» полотно должно изготавливаться из пряжи и нитей натуральных и химических волокон и их различных сочетаний. Пряжа и нити, применяемые для изготовления полотна, должны соответствовать

требованиям ГОСТ 17511, ГОСТ 9092, ГОСТ 29332, ГОСТ 8871, ГОСТ 9706, ГОСТ 14862, ГОСТ 14308 и другой нормативно-технической документации.

Качество сырья для производства трикотажных изделий характеризуется набором определенных потребительских свойств.

При оценке качества полотна основными являются следующие показатели: соответствие потребительских свойств требованиям нормативных документов, сорт полотна, категорию качества. Все показатели нормируются в ГОСТах, общих технических условий.

В случае обнаружения несоответствия требования нормативной документации, полотна подлежат отбраковке и направляются на повторную переработку. Оценка физико-химических показателей происходит путем отбора и анализа средней пробы согласно методикам описанным в нормативных документах и дальнейшим сравнением полученных результатов с ГОСТом. Сортность устанавливают по худшему результату, полученному при испытании.

Следует иметь в виду, что при таком виде оценки не учитывается ошибки при формировании средней пробы, что зачастую может привести к ошибочному заключению по всей партии полотна.

Основными дефектами при производстве трикотажного полотна связаны с неисправностью оборудования, основными из них являются:

- спущенные петли – результат поломки игл или обрыва нити, ухудшают внешний вид изделия и снижают его прочность;
- набор петель – появление на отдельных участках увеличенных петель вследствие нарушения режима работы прессы, что ухудшает внешний вид изделия;
- накидка-надевка – характеризуется наличием на лицевой стороне поперечной полосы, а на изнанке – свободно висящих нитей вследствие обрыва нити или сбрасывания петель с игл во время работы машины, ухудшает внешний вид изделия и снижает его прочность;

- нарушение петельного рисунка – характеризуется неправильностью узора, ухудшает внешний вид изделия;

- штопка – восстановление петельных рядов под рисунок и переплетение полотна, ухудшает внешний вид и прочность полотна.

К дефектам отделки полотна относятся следующие:

- заломы – не разглаживающиеся складки, которые получаются от неравномерного отжима полотна при крашении;

- пятна (масляные, грязные, ржавые) – возникают при попадании на полотна масла, грязи или при соприкосновении его с ржавым металлом;

- непрокрас – белесые пятна или полосы, возникающие при нарушении режима отварки и крашения;

- разнооттеночность – разная интенсивность окраски участков полотна вследствие несоблюдения режима крашения или при разной плотности вязания полотна;

- непроворсовка – наличие непроворсованных участков на ворсовом полотне вследствие складок или неравномерного натяжения полотна во время начесывания.

К дефектам набивки относятся непропечатка рисунка, несовпадение фигур, сдвиг рисунка, брызги краски, распływ краски, затек фона, належки (отпечатки рисунков).

1.3.2. Особенности моделирование и производства трикотажных изделий

Процесс создания трикотажного изделия включает в себя создание и разработку модели и последующее изготовление по нему готовой продукции. Качество готового изделия зависит не только от характеристик исходного сырья и процесса производства, но и от грамотного процесса проектирования модели.

При моделировании трикотажных изделий учитывается ряд особенностей, связанных со свойствами трикотажного полотна.

Выбор полотна и процесс создания модели должны происходить параллельно: так как необходимо определиться с условиями эксплуатации, которые в свою очередь определяют потребительские свойства полотна.

Разнообразие форм изделий из трикотажа весьма ограничено, за счёт свойства материала большой рыхлости, толщины отсутствия четких силуэтных линий, растяжимости, распускаемости, сложности обработки краев – исключают наличие большого количества мелких деталей.

При моделировании изделий из одного сырья (например, футболок) следует учитывать положение нити в петле, так как, оно влияет на интенсивность блеска и глубину цвета, рельефности рисунка полотна и в целом на восприятие готового изделия.

В процессе носки зачастую происходит, неравномерны износ изделий, для футболок это подмышечные проймы, край воротника и бейки по краю бота и низа изделия. Для уменьшения износа при моделировании данные элементы усиливаются дополнительными швами, и подвергаются дополнительно обработке.

При разработке конструкции футболок учитываются не только эргономические показатели, но и специфические свойства трикотажа, такие как растяжимость, эластичность толщина, усадка.

Процесс моделирования футболки состоит из следующих стадий:

1. Выбор модели изделия.
2. Выбор сырья для изготовления и способа изготовления.
3. Посторенние выкройки – основы:
 - 3.1) построение сетки чертежа;
 - 3.2) построение спинки;
 - 3.3) построение полочки;
 - 3.4) построение рукава.

Трикотажное полотно меньшее всего подвержено растяжению по длине. Именно поэтому все детали при моделировании изделия размещают по длине вдоль петельных столбиков.

Остаточной деформация и степень растяжимости полотна, обязательно учитывается при устройстве припусков. Именно поэтому у трикотажных изделий припуски на свободное облевание значительно выше, чем у одежды из тканей.

При раскрое и пошиве изделий важным является этап влажно-тепловой и механической обработки, так как в этот момент может произойти усадка полотна. Поэтому при конструировании лекал учитывается процент возможно усадки и закладываются необходимые припуски от 2 – 5 %.

Немаловажным фактором, учитываемым при моделировании футболок, является толщина полотна. Если толщина трикотажного полотна более 3 мм, то при моделировании припуск будет равен 9 мм, в три раза больше, чем толщина полотна. Если припуск будет меньше, то изделие будет узким по ширине.

Если у полотна закручиваются края, то конструкцию изделия усложняют, чтобы минимизировать количество простых деталей.

Главной задачей, которая стоит перед конструкторами футболок является увеличение потребительских свойств и износостойкости, для этого на участках наиболее подвергающихся носке необходимо снизить продольное и поперечное растяжение изделия. Для сохранения формы по плечевым срезам, окату рукавов прокладывают дополнительную фурнитуру для предотвращения растяжения швов.

Для того чтобы снять внутреннее напряжение в волокнах полотна перед тем, как приступить к раскрою оно подвергается отлежке, при температуре от 18 С и влажности воздуха не более 65 % не менее 24 часов. При настилении должны быть исключены деформация и перекося полотна, кроме того края полотна закрепляются зажимами, чтобы избежать скручивания.

Раскрой трикотажа может быть двух видов:

1) раскрой трикотажного полотна на отдельные детали (кроеные изделия);

2) раскрой или подкрой деталей изделий, связанных полурегулярным способом. Этот способ значительно проще, так как нет необходимости настилать полотно, и упрощено комплектование деталей изделия.

Основными дефектами раскроя и пошива являются следующие:

1) асимметрия линий рисунка при соединении деталей, вызвано ошибочным настиле полотна при раскрое;

2) отсутствие части нити в шве – детали на таком участке не соединены;

3) наличие дырок вдоль линии швов (прорубка) – вызвано использование сломанных или тупых игл.

4) асимметрично расположенные детали изделия, разные длины рукава, ширина бортов, плечиков

5) перекося деталей воротника, карманов, вытачек.

К дефектам отделки изделий относятся:

1) загрязнение изделия – неисправный утюг, не подвергающийся обслуживанию;

2) ласы – слишком интенсивное длительно проглаживание;

3) подпалины – обработка перегретым утюгом.

1.4. Факторы, сохраняющие качество трикотажных изделий

К факторам, сохраняющим качество трикотажных изделий, относятся: условия транспортирования и хранения. Нарушение условий транспортирования зачастую приводит к потере формы, цвета и других потребительских характеристик.

Нарушение условий хранения в частности температурно-влажностного режима, нередко приводит к деформации изделия, изменения цвета, также возможно поражение изделий грызунами или личинками насекомых.

Для того чтобы избежать данных последствий необходимо тщательно соблюдать условия транспортировки и хранения.

Немаловажным фактором является упаковка изделий. Она должна соответствовать требованиям нормативных документов и способствовать сохранности изделия при транспортировке и хранении.

Существует два типа упаковки транспортная и потребительская, при транспортировке изделий до мест реализации используют полиэтиленовые пакеты, затем все это помещают в картонные коробки, предварительно выстелив бумагой.

Трикотажные изделия, хранятся в хорошо вентилируемых, чистых помещениях, избегать попадания прямых солнечных лучей, для сохранения потребительских свойств.

Потребительская тара это в основном полиэтиленовые пакеты.

После сортировки в одну единицу транспортной тары должны быть помещены одной партии товаров, одного размера, типа изделия и стоимости.

Оптимальные условия для хранения трикотажных изделий +10 градусов Цельсия и не выше +30 градусов, обязательным условием является невысокая влажность воздуха не более и не менее 50 – 70 %, если влажность будет избыточной, это может способствовать развитию микроорганизмов, недостаточная , ведет к пересушиванию изделий и они становятся ломкими.

Обязательным также является процесс вентилирования помещений для хранения и отсутствия попадания солнечных лучей на изделия и повреждения грызунами.

Размещаются изделия на стеллажах не ниже 20 – 30 см от пола.

Товарный ярлык лента с изображением товарного знака или клеймо, контрольная лента – являются основными способами маркировки готовых изделий.

1.5. Требования, предъявляемые к качеству трикотажных изделий

Трикотажные изделия должны соответствовать по качеству стандартам и соответствовать современным модным тенденциям. Одним из основных документов регламентирующих качество трикотажных плечевых изделий является ГОСТ 904-87 «Изделия трикотажные бельевые для женщин и девушек», конструкция трикотажных изделий должна быть удобной, прочной, устойчивой к деформации – и отвечать современным стандартам качества, обладать хорошими гигиеническими свойствами гигроскопичностью, воздухопроницаемостью и теплопроводностью, данные характеристики зависят от сезонности.

Требования к качеству трикотажных изделий нормируются несколькими ГОСТами.

Основные требования, предъявляемые к трикотажным изделиям можно эргономические – изделия должны быть по фигуре, не создавать дискомфорт при носке и отвечать гигиеническим требованиям, органолептические – детали должны быть расположены симметрично, не иметь перекосов, швы должны быть ровными без пропусков, размеры должны соответствовать заявленным на ярлыках.

Разработка номенклатуры показателей качества при производстве трикотажных изделий является важным аспектом при производстве разработке, и отпуску готовой продукции в торговые сети.

Существуют специализированные показатели для каждого вида трикотажных изделий.

Обязательные показатели для футболок женских это поверхностная плотность, разрывная нагрузка, усадка, устойчивость к истиранию, доля необратимой деформации, растяжимость отдельных частей изделия при нагрузках, меньше разрывных, толщина и растяжимость швов, белизна.

Необязательные показатели – устойчивость к образованию пиллинга, затяжек, к свойлачиваемости, молестойкость, степень стабилизации и все

гигиенические показатели. Они применяются на стадии разработки и постановки на производство новой продукции. Единый порядок разработки и постановки, продукции легкой промышленности на производство, в том числе трикотажных изделий, регламентируется ГОСТ 15.007-88 «Система разработки и постановки продукции на производство (СРПП). Продукция легкой промышленности. Основные положения».

Стандарты технически разработаны по каждой группе трикотажных изделий и охватывают весь спектр выпускаемой в настоящее время продукции.

Кроме существующих стандартов на каждый вид изделия разрабатывается техническое описание, которое является основным документов для запуска модели в массовое производство.

Задача стандартизации состоит в том, не сокращая ассортимент выпускаемой продукции и не ограничивая производителей в выборе сырья и моделей изделий сохранить надлежащее качество выпускаемой продукции.

Российский рынок трикотажных изделий стремительно развивается. Постоянно появляются новые виды сырья, модели одежды. Наиболее популярными среди населения являются товары иностранных брендов.

Россия входит в десятку крупнейших стран-производителей трикотажного полотна и трикотажных изделий в мире и занимает седьмое место по объему производства. Основным сегментом производства трикотажных изделий являются костюмы и брюки, производства футболок и маек составляют 13 % от общего объема производства и на 80 % представлен импортируемыми товарами.

Основным сырьем для производства является трикотажное полотно. Отличающееся разнообразием плетений и способов изготовления. По объему производства трикотажного полотна Россия занимает одну из лидирующих позиций в мире.

Для каждого типа изделия существуют особенности моделирования, в зависимости от используемого сырья и модели.

Рост спроса на трикотажные изделия обуславливает рост числа производителей, трикотажные изделия становятся практически продуктом повседневного спроса, и охватывают все возрастные категории потребителей, именно поэтому так важно качество изготавливаемой продукции и ее безопасность.

2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

2.1. Общая характеристика магазина «House»

История компании начинается с начала 90-х, когда Марэк Пехоцки (в настоящее время Председатель Правления) и Ежи Любанец (в настоящее время Председатель Наблюдательного Совета) сделали первые шаги в Retail-бизнесе и создали компанию в Гданьске. LPP работает под своим именем с 1995 года. Развивается за пределами Польши с 2002 года. Сначала Компания ввозила одежду из Азии в гипермаркеты в Польше. Впоследствии было принято решение создать первый бренд Reserved и построить собственную сеть магазинов. На данный момент существует 5 брендов: Reserved, Cropp, House, Mohito, Sinsay.

Бренд нацелен на тинейджеров, студентов и молодых людей, которые наслаждаются жизнью. Интерьер магазинов состоит из декоративных элементов винтажного стиля в сочетании с современными деталями из дерева и стали. Домашняя атмосфера магазина создается благодаря использованию растений и граффити на стенах. House – характеризуется двумя направлениями – для любителей стильных вещей и фэшн-последователей, а также на клиентов, которые выбирают смелые фэшн-идеи, акцентированные на винтаж и фолк. Многие из клиентов House вдохновляются музыкой. House – наиболее музыкальный бренд LPP, участник многих арт-проектов. Открытие первого магазина House в России было в 2001 году.

Компания реализует широкий ассортимент мужской и женской одежды, обуви и аксессуаров.

Организационная структура данного предприятия является линейная, которая представлена на рисунке 1.

Линейная структура обеспечивает оперативное единоличное руководство каждым подразделением и прямое подчинение вышестоящему звену структуры.

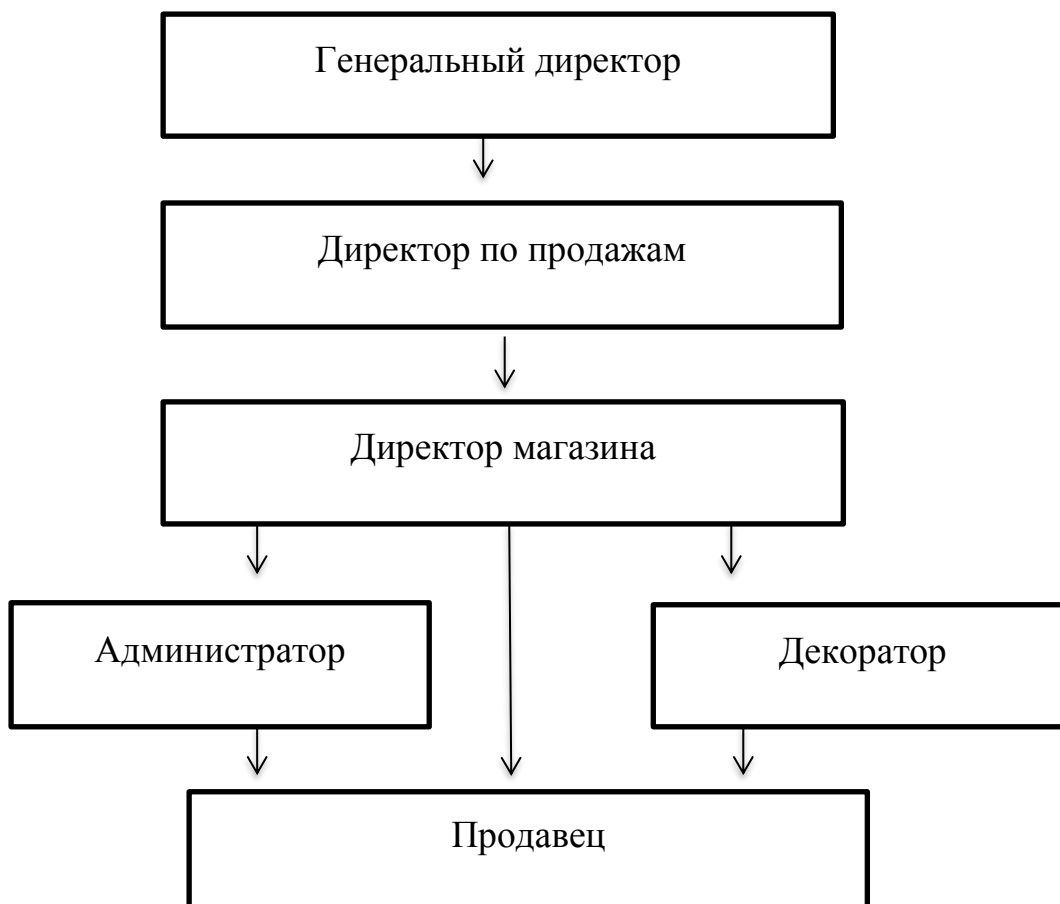


Рисунок 5 – Организационная структура магазина «House»

Рассмотрим поподробнее структуру магазина «House». В подчинении у генерального директора находятся региональный директор по продажам (РДП). В подчинении РДП находится директора 12 магазинов. В подчинении директора магазина находится администратор, декоратор и продавцы. Так же продавцы находятся в подчинении администратора и декоратора. Данный тип организационной структуры позволяет оперативно осуществлять управление торговым предприятием, четко делегированные полномочия ускоряют решение текущих производственных вопросов.

Магазин «House», оснащен всем необходимым современным технологическим оборудованием, которое находится в технически исправном состоянии.

Торговое помещение разделено на две основные зоны — это торговый зал и складское помещение и зоны для примерки. Основу технологического оборудования составляют металлические стеллажи, вешалки, стойки, манекены и торсы. Вид торгового зала представлен на рисунке 6.

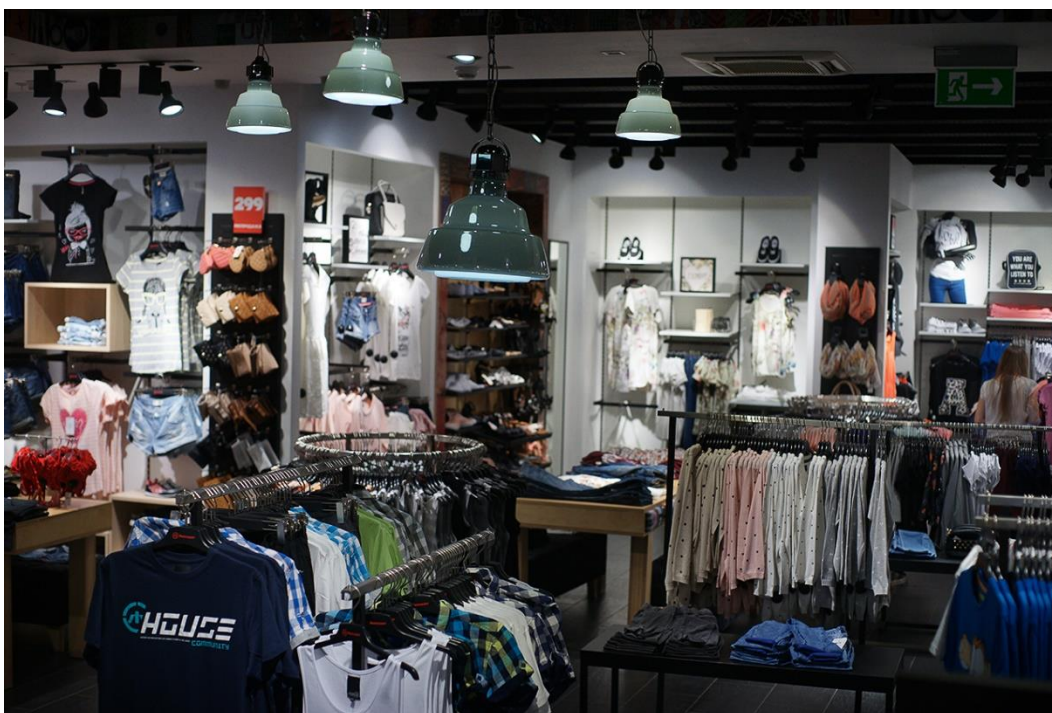


Рисунок 6 – Торговый зал магазина «House»

Для расчета с покупателями используется POS-терминалы, для обслуживания покупателей предусмотрено три кассовых узла, это способствует быстрому расчету покупателей и не создает очередей.

Складские помещения оборудованы в основном стеллажами, на которых храниться продукция, не прошедшая предпродажную подготовку.

Вид складского помещения представлен на рисунке 7.



Рисунок 7 – Складское помещение магазина «House»

2.2. Безопасность жизнедеятельности

2.2.1. Государственное регулирование безопасности жизнедеятельности в Российской Федерации

Мероприятия по охране труда включают в себя не только сохранность жизни и здоровья работников, но и свод нормативно правовых актов, мероприятий, направленных на соблюдение санитарно-гигиенических норм и улучшение условий труда работников розничной торговли.

Государство возлагает на себя не только функцию по разработке данных мер, но и осуществляет контроль их исполнения, путем проведения экспертизы условий труда и профилактики несчастных случаев, для сохранения жизни и здоровья работников, Закон строго регламентирует

обязанности работодателя по соблюдению безопасных условий труда, работодатель обязан обеспечивать сохранность жизни и здоровья своего персонала. Он обязан ознакомить работников с требованиями нормативно-правовых актов в данной области и следить за их четким их выполнением на предприятии.

В соответствии со ст. 20 ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в рф.», государственный надзор и контроль за соблюдением требований охраны труда осуществляется федеральной инспекцией труда – единой федеральной централизованной системой государственных органов.

Государственный надзор и контроль за соблюдением требований охраны труда наряду с федеральной инспекцией труда осуществляются федеральными органами исполнительной власти, которым предоставлено право осуществлять функции надзора и контроля в пределах своих полномочий.

Приказом Минтруда РФ от 29 февраля 2000 г. № 65 утверждено Положение о государственной инспекции труда в субъекте Российской Федерации.

Согласно ст. 22 ФЗ «об основах охраны здоровья граждан в рф...», за соблюдением прав и законных интересов работников в области охраны труда осуществляется непосредственный строгий контроль. Эта миссия возложена на профсоюзы, трудовые инспекции и иных ответственных лиц, а также избирать уполномоченных (доверенных) лиц по охране труда профессиональных союзов и иных уполномоченных работниками представительных органов.

Все инструкции по использованию технологического оборудования и инвентаря, средства индивидуальной защиты разрабатываются в зависимости от специфики предприятия, каждая организация, опираясь на обязательные пункты к выполнению формирует свои правила и создает оптимальные условия для сотрудников своего предприятия учитывая его специфику.

С целью создания условий для пожарной безопасности создана инструкция по пожарной безопасности составляет ИПБ 001-2013, в которой содержатся общий перечень требований и мер для предприятий.

Оптимальные параметры микроклимата должны быть:

- 1) температура в помещениях в зависимости от категории работ от 16 до 24 °С в холодный период и от 18 до 25 °С в теплый период;
- 2) относительная влажность воздуха в зависимости от температуры в пределах 40 – 75%;
- 3) скорость движения воздуха в пределах 0,1 – 0,5 м/с;
- 4) интенсивность теплового облучения работников в пределах 35 – 100.

Санитарными нормами установлено, нормируются требования к освещению на рабочем месте и площади рабочего узла.

С целью надлежащего исполнения требований системы охран труда созданы инструкции по охране труда. Межотраслевые типовые инструкции по охране труда разрабатываются и утверждаются Минтрудом России, отраслевые типовые инструкции по охране труда – соответствующими федеральными органами исполнительной власти по согласованию с Минтрудом России. Сроки действия межотраслевых и отраслевых типовых инструкций по охране труда устанавливаются с учетом сроков действия соответствующих правил по охране труда.

В инструкцию включаются:

1. Общие требования безопасности (условия допуска работников к самостоятельной работе по соответствующей профессии или к выполнению соответствующего вида работ – возраст, пол, состояние здоровья, проведение инструктажа и т.п.; требования по выполнению режимов труда и отдыха; перечень опасных и вредных производственных факторов; перечень спецодежды, спецобуви и других средств индивидуальной защиты; требования по обеспечению пожаро – и взрывобезопасности; порядок

уведомления администрации о случаях травмирования работника и неисправности оборудования, приспособлений и инструмента.

2. Требования безопасности перед началом работ.
3. Требования безопасности во время работы.
4. Требования безопасности в аварийных ситуациях.
5. Требования безопасности по окончании работы.

Инструкции по охране труда для работников разрабатываются на основе межотраслевой или отраслевой типовой инструкции по охране труда, требований безопасности изложенных в эксплуатационной и ремонтной документации организаций-изготовителей оборудования, а также в технологической документации с учетом конкретных условий производства.

Инструкции индивидуально разрабатываются в зависимости от профессии, должности и выполняемого объема работ. Перечень инструкций, подлежащих разработке, утверждается работодателем и рассылается в структурные подразделения.

Основными являются типовые инструкции:

- 1) межотраслевые типовые инструкции по охране труда для работников розничной торговли;
- 2) ТОО Р-95120-025-95 Инструкция по охране труда для подсобного рабочего;
- 3) ТОО Р-95120-007-95 Инструкция по охране труда для грузчика;
- 4) ТОО Р-95120-031-95 Инструкция по охране труда при упаковочных работах.

2.2.3. Система мероприятий охраны труда в магазине «House»

Требования по охране труда работников розничных предприятий торговли регламентируются основными инструкциями Межотраслевые типовые инструкции по охране труда для работников розничной торговли

(ТИ РМ-017-2002 - ТИ РМ-033-2002)

Согласно требованиям статей 212 и 226 трудового кодекса РФ работодатель обязан создать работниками предприятия безопасные условия труда.

Перечень мероприятий, которые должен проводить работодатель, утвержден Приказом Минздравсозразвития России от 01.03.2012 № 181н.

К такого рода мероприятием относятся:

1) проведение специальной оценки условий труда – ежегодно формируется комиссия для оценки условий труда в каждом из 12 магазинов, в состав входят инженер по охране труда, директор магазина и представители органов контроля;

2) обучение безопасным методам выполнения работ, проведение инструктажа по охране труда;

3) медосмотры проводятся ежегодно в аккредитованных клиниках, в частности в магазине г Челябинска в клинике «Гиппократ», все результаты заносятся в индивидуальные медицинские книжки сотрудников;

4) выдача специальной одежды, обуви и других средств индивидуальной защиты (СИЗ) – сотрудники магазина обеспечены спец одеждой, однако сотрудники торгового зала обеспечиваются только футболками с логотипом магазина, остальные предметы одежды приобретаются сотрудниками в частном порядке;

5) предоставление лечебно-профилактического питания – лечебно-профилактическое питание на предприятии сотрудникам не предоставляется;

6) при осуществлении технологических процессов, в магазине применяется технологическое оборудование, оно находится в технически исправном состоянии;

7) приобретение и монтаж установок (автоматов) для обеспечения работников питьевой водой, данное требование в магазине не соблюдается, обеспечение питьевой водой в магазине House не осуществляется;

8) иные, в том числе специализированные по отраслям и видам деятельности, а также и в меньшем объеме в силу отдельных видов трудовой деятельности.

В магазине, согласно ст. ст. 212 и 225 Трудового кодекса РФ все сотрудники организации ознакомлены с требованиями охраны труда и правилами техники безопасности на рабочем месте, владеют безопасными методами и приемами работ, знают какие действия на работе запрещены, имеют навыки оказания первой помощи пострадавшим.

На предприятии разработаны инструкции по технике безопасности и по охране труда в соответствии с наименованиями профессий и перечнем видов работ, утвержденными работодателем и утверждены согласно абзаца 22 ч. 2 ст. 212 ТК РФ

Оценка условия труда проводится в соответствии с Законом от 28 декабря 2013 г. № 426-ФЗ.

В целом в магазине требования к соблюдению условий безопасности сотрудников на рабочем месте выполняются в полном объеме, нарушений законодательства в данной области не выявлено.

2.3. Исследование ассортимента магазина «House»

Основу ассортимента магазина «House» составляет женская одежда, мужская одежда, обувь, аксессуары Структура ассортимента по группам товаров представлена на рисунке 8.

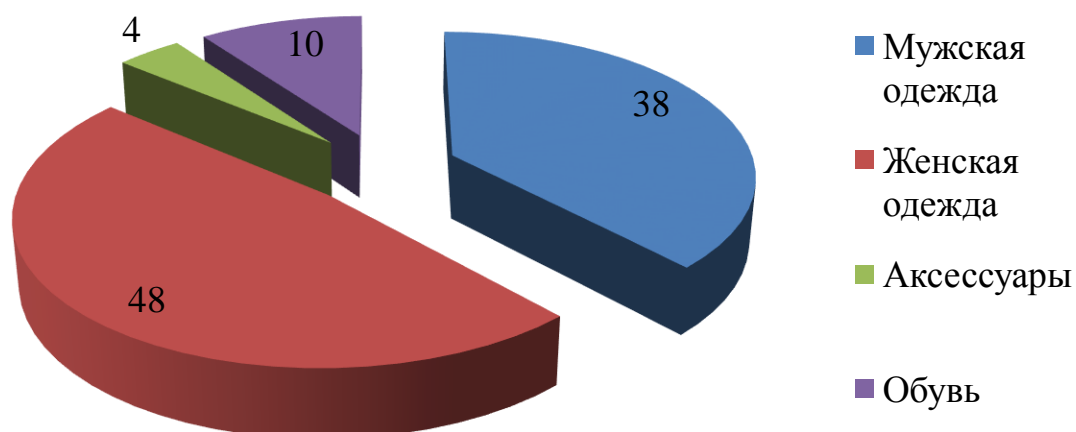


Рисунок 8 – Структура ассортимента продукции в магазине House товарным группам, %

Наибольшую долю в структуре ассортимента магазина занимают мужская и женская одежда, аксессуары наиболее малочисленная группа и не особо пользуется спросом у покупателей.

Обувь представлена в основном кроссовками и кедами, из искусственной кожи и текстиля.

Женская одежда подразделяется на: джинсы, брюки, шорты, юбка, свитер, толстовка, блейзер, платье, блузка, рубашка, футболка, жилетка, пальто, куртка.

Структура ассортимента данной товарной группы представлена на рисунке 9.

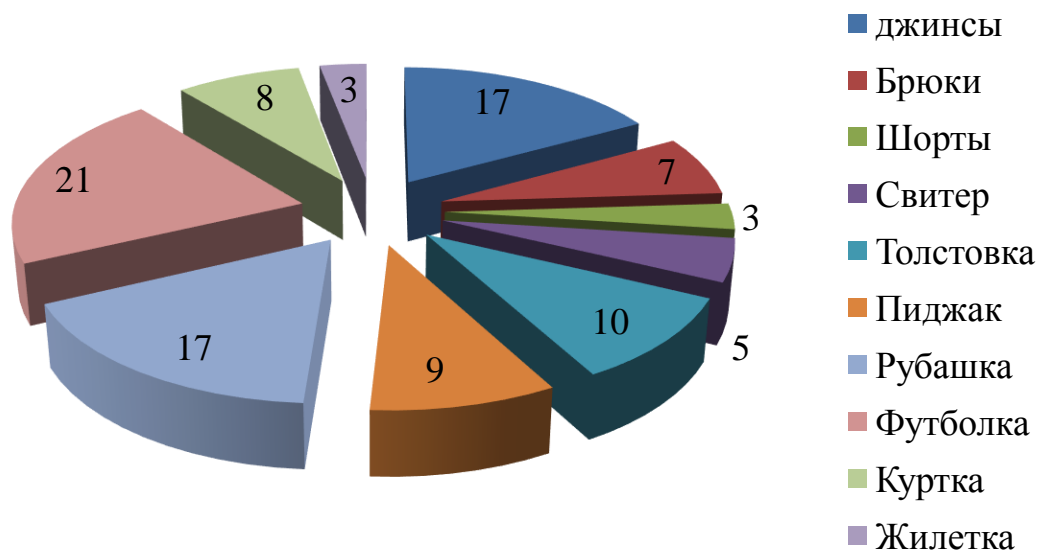


Рисунок 9 – Структура ассортимента женской одежды, реализуемой в магазине House, по видам изделий, %

Наибольшая доля в структуре ассортимента женской одежды в магазине приходится на футболки, джинсы и рубашки, это обусловлено высоким спросом на данные виды товара.

Мужская одежда: джинсы, брюки, шорты, свитер, толстовка, пиджак, рубашка, футболка, пальто, куртка, жилетка.

Аксессуары: обувь, сумка, рюкзак, шапка, шарф, перчатки, ремни, бумажники, бижутерия, очки, канцелярия, носки, купальник, нижнее белье.

Магазин House представляет к продаже изделия производства следующих стран (рисунок 8).

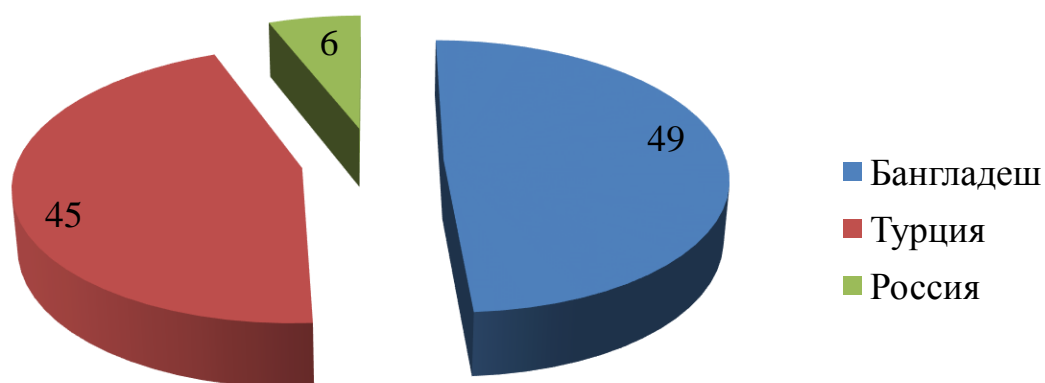


Рисунок 8 – Структура ассортимента женской одежды, реализуемого в магазине House по странам производителям, %

Наибольшую долю в структуре ассортимента занимает продукция произведенная в Турции и Бангладеше и лишь 6 % приходится на изделия отечественного производства, это связано с тем, что данный бренд иностранный и основные производственные мощности размещены в этих странах, так как затраты на производство в данных регионах минимальные.

Поставляемый товарный ассортимент изготавливается из следующих материалов: ПВХ, акрил, ангора, анилан, хлопок, эластан, лен, люрекс, кашемир, мохер, нейлон, полиамид, полиэстер, рами, спандекс, искусственный шелк, шерсть, вискоза. Структура ассортимента по видам используемого материала представлена на рисунке 9.

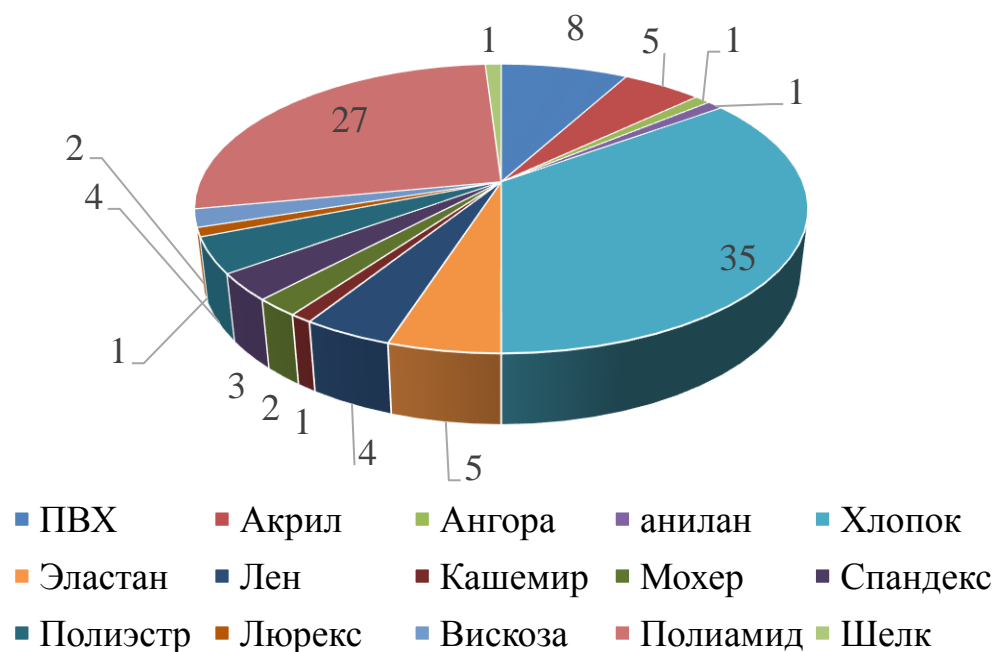


Рисунок 9 – Структура ассортимента одежды по видам используемого материала

По используемому виду переплетения в магазине представлены два основных вида поперечно-вязанный (гладь, ластик ,ажурные, начесные)и основовязанный (жаккардовые, атлас, шарме , сукно)

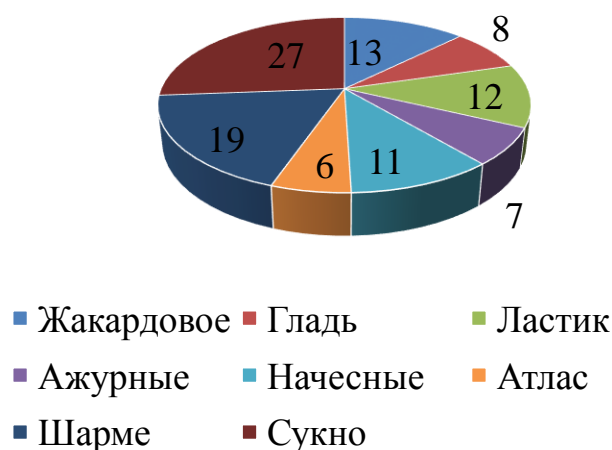
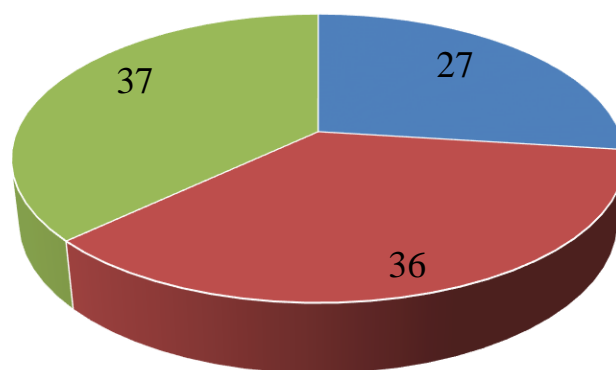


Рисунок 10 – Структура ассортимента трикотажных изделий по способу переплетения, %

Наибольшую долю в структуре ассортимента магазина занимают изделия с видом плетения сукно и шарме. Данный вид плетения, меньше подвержено распусканию и незначительно растягивается. И является более практичным и износостойким.

Структура ассортимента по способу изготовления трикотажных изделий представлена на рисунке 11.

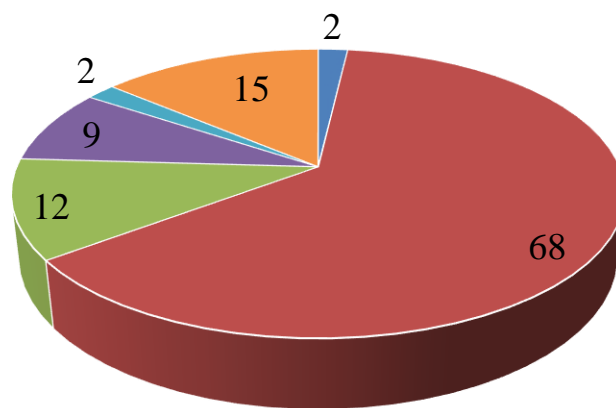


- вязанные регулярные и полурегулярные
- кроенные из трикотажных полотен
- комбинированные

Рисунок 11 – Структура ассортимента по способу изготовления трикотажных изделий, %

В магазине практически равной степени представлены изделия разных способов изготовления, однако большую часть составляют комбинированные и кроенные из трикотажных полотен. Многообразие используемых материалов, и реализуемых моделей отличает ассортимент магазина «House».

По способу отделки изделий ассортимент представлен следующими видами. Структура ассортимента по способу отделки представлена на рисунке 12.



- Отбеленные
- Крашенные
- С печатным рисунком
- Тисненные
- Отделанные под замшу
- Начесные

Рисунок 12 – Структура ассортимента по способу отделки изделий, %

Основу ассортимента магазина составляют крашенные изделия, так как магазин в основном реализует одежду для активного отдыха и повседневной носки, и не предполагает наличие офисного стиля. Ассортимент цветовой гаммы реализуемых изделий разнообразен. Структура ассортимента по цвету представлена на рисунке 13.



Рисунок 13 – Структура ассортимента трикотажных изделий по цвету, %

Основу ассортимента составляет черный и комбинированный цвета, женские трикотажные изделия представлены пастельными тонами различных цветов. Мужская одежда отличается яркой цветовой гаммой. В основном однотонными изделиями с нанесением рисунков.

Силуэты трикотажных изделий представлены следующими видами прилегающие, полуприлегающие, прямые и свободные. Структура ассортимента по видам силуэта представлены на рисунке 14.

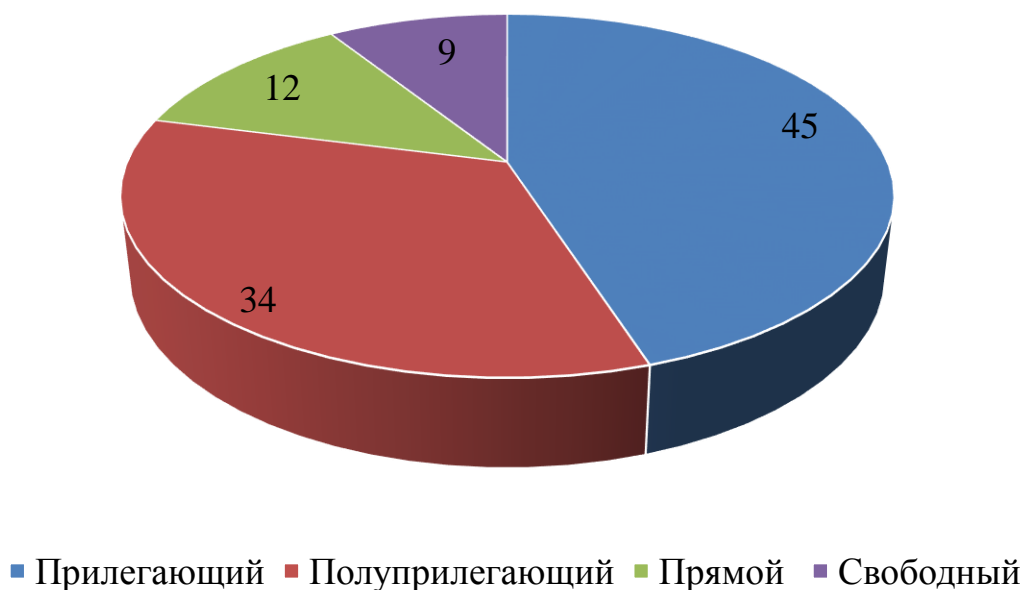


Рисунок 14 – Структура ассортимента трикотажных изделий по форме силуэта, %

Ассортимент магазина представлен в основном изделиями с прилегающим и полуприлегающим силуэтом, так как магазин ориентируется в основном на женскую часть потребителей.

По виду и длине рукавов структура ассортимента магазина выглядит следующим образом, представленном на рисунке 15.



Рисунок 15 – Структура ассортимента трикотажных изделий по форме и длине рукава, %

У большинства трикотажных изделий, реализуемых в магазине втачной короткий либо длинный рукав. Плечевые изделия в основном представлены футболками, рубашками и толстовками, это и определяет вид и длину рукава.

В целом ассортимент магазина соответствует модным тенденциям, постоянно обновляется за счет появления новых коллекций, маркетологи магазина «House», проводят постоянные исследования, с целью удовлетворения потребностей покупателей.

2.4. Организация технических процессов на магазине «House»

Транспортные средства, доставившие товары в магазин, строго по графику незамедлительно принимаются и разгружаются. За этим процессом осуществляет контроль директор магазина.

Вся продукция, которая прибывает автомобильным транспортом в магазин, поступает в зону приемки. Приемка товара осуществляется

администратором магазина, или директором. При этом производится визуальный осмотр изделий и подсчет количества.

Приемка товаров по количеству проводится согласно инструкциям, при этом сверяется число мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями счетов-фактур, товарно-транспортных накладных.

Приемку товаров по количеству проводят в определенные сроки. Так, товары, поступившие в открытой или поврежденной упаковке, следует принимать в момент их доставки в магазин. Товары, поступившие в исправной упаковке, по количеству мест принимают в момент получения их от поставщика, по количеству товарных единиц в каждом месте – одновременно со вскрытием упаковки

Если в процессе приемки выявляется недостача, либо брак то процесс приемки останавливают и фиксируют расхождения в актах расхождения по количеству и качеству. Товары, в которых присутствует брак, откладывают отдельно и процесс приемки возобновляется.

Приемка товаров по качеству проводится во время вскрытия упаковки и разбора товара. В случае выявления некачественного товара сообщается в отдел Логистики.

Наиболее ответственную часть ТТП в магазине составляют операции непосредственного обслуживания покупателей, к которым относятся:

- встреча покупателей;
- предложение товаров;
- отбор товаров покупателями;
- расчет за отобранные товары.

Несмотря на предоставление полной самостоятельности в выборе товаров при самообслуживании, многие покупатели нуждаются в квалифицированной консультации работников магазина, и в первую очередь продавцов-консультантов.

Обязанности продавца-консультанта весьма разнообразны:

- объяснить покупателям порядок продажи товаров по методу самообслуживания;
- показать размещение отделов и секций;
- помочь выбрать товар, дать исчерпывающую консультацию об ассортименте, свойствах и качестве товаров;
- подать товар для примерки, после которой вернуть его на свое место или доставить в узел расчета, если покупателю самому сделать это затруднительно;
- предложить сопутствующие товары;
- упаковать товар по просьбе покупателя после уплаты его стоимости;
- пригласить в торговый зал руководителя секции или отдела по первому требованию покупателя.

В магазинах самообслуживания покупателю предоставляется свобода действия и зачастую покупателя. Поэтому основной задачей продавца консультанта является полная консультация по товарам, реализуемым в магазине, для мотивации покупателя приобрести больше товаров.

Активная продажа сопутствующих товаров. Является неотъемлемой частью работы продавца консультанта. Это не должно быть навязчиво и покупатель должен думать, что он сам принял решение о покупке, для улучшения этих навыков в магазине проводится тренинги по совершенствованию техники продаж.

При оплате потребителями выбранного товара, на кассе продавец упаковывает вещи в фирменный пакет и вручает покупателю.

Расчеты с покупателями производятся в следующем порядке:

- объявляет покупателю общую стоимость покупок;
- кассир четко называет сумму полученных денег и кладет их отдельно на виду у покупателя;
- печатает чек на контрольно-кассовой машине;
- называет сумму причитающейся покупателю сдачи и выдает ее вместе с чеком;

- после окончательного расчета кладет полученные от покупателя деньги в кассовый ящик.

Приемку товаров производит товаровед магазина, после чего часть товара поступает в торговый зал, а часть аккуратно, согласно видам изделий, складывается на стеллажи.

Складирование одежды имеет свою особенность – здесь не применяются паллеты. Это связано с необходимостью обрабатывать каждую единицу хранения (вещь) отдельно от других. Таким образом, важно обеспечить быстрый и простой доступ к любому выбранному свитеру, платью, комбинезону, костюму, пальто.

Технологию складирования осуществляется двумя способами хранения одежды:

- одежда сложена стопками на полках;
- развешивание одежды на вешалках.

Вещи на складе расположены по товарным группам, сезонный товар находится ближе к выходу. Каждая стопка с вещами сложена по размеру от большего к меньшему подписаны размеры и артикула. Это делается для быстрого и удобного поиска необходимой модели и размера.

Товарные потери – потери, вызванные частичной или полной утратой количественных и качественных характеристик товара в натуральном выражении.

Основные утраты товара можно разделить на:

- качественные;
- количественные.

Потери в магазине делятся на две категории:

1. Списание в магазине – товар ненадлежащего качества.
2. Недостача товара – причина отсутствия товара не выявлена (кража).

2.5. Результаты изучения потребительских предпочтений

Маркетинг – деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли, этому аспекту на предприятии уделяется огромное значение, команда профессиональных маркетологов постоянно инициирует исследования, с целью продвижение продукции бренда и выявления реальных потребностей покупателей.

Проводится мониторинг цен и уровня обслуживания у конкурентов с привлечением «тайных покупателей», интернет опросов.

Наиболее эффективным инструментом для исследования общественного мнения является опрос, в магазине данная процедура проводится в устной форме с занесением результатов в электронную форму отчета, опрос проводит маркетолог, тем самым, не отвлекая основных сотрудников от выполнения своих обязанностей. Исследования проводятся по каждой категории товара.

Первым этапом исследования потребительских предпочтений является определение основной целевой аудитории потребителей.

Половозрастная структура потребителей представлена на рисунке 16.

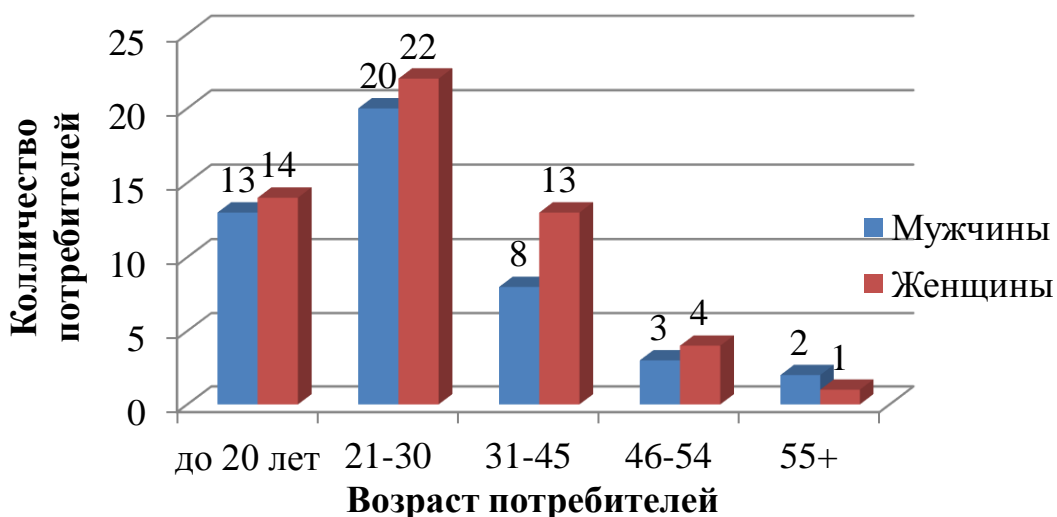


Рисунок 16 – Половозрастная структура потребителей магазина House, за 2018 – 2019 г., %

Из диаграммы видно, что основу целевой аудитории магазина составляют мужчины и женщины от 21 – 30 и до 20 лет, исходя из этого при формировании ассортимента следует учитывать предпочтения данной категории потребителей.

Анализ потребительских предпочтений по группам товаров представлен на рисунке 17, было опрошено 100 мужчин и 100 женщин в возрасте от 16 до 30 лет.

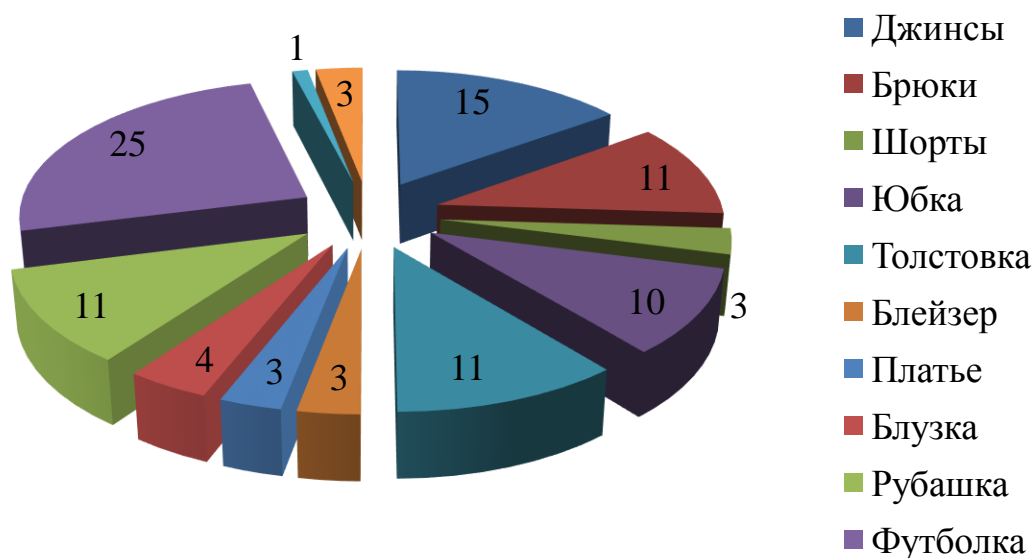


Рисунок 17 – Анализ потребительских предпочтений по группам товаров, женщин в возрасте от 16 – 30 лет, реализуемых в магазине House, %

Среди женщин наиболее востребованными из категории товаров являются футболка, джинсы, третье место разделили платья, брюки, рубашки и толстовки. Опрос среди мужчин в возрасте от 16 до 30 лет показал следующие результаты, представленные на рисунке 17.

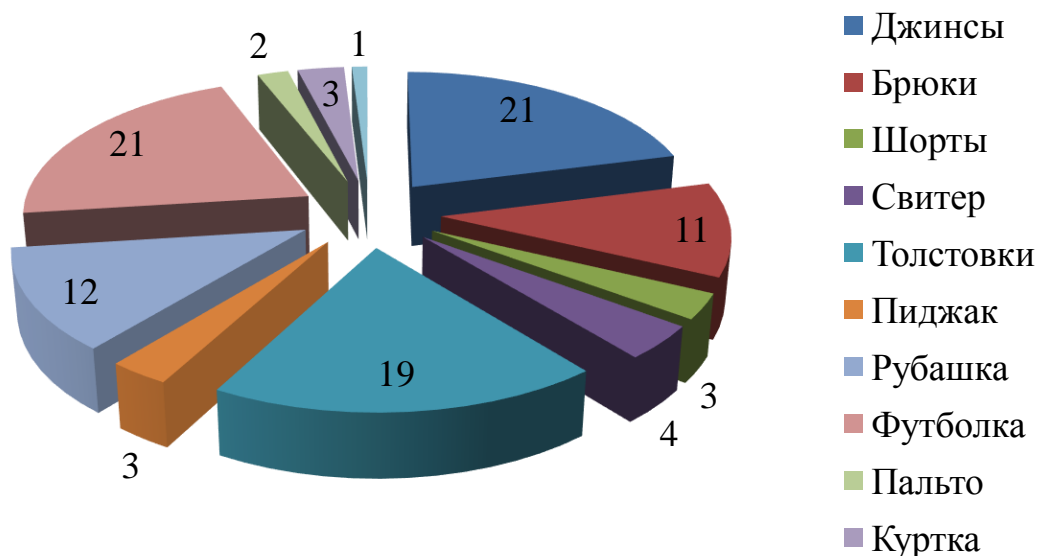


Рисунок 18 – Анализ потребительских предпочтений по группам товаров, мужчин в возрасте от 16 – 30 лет, реализуемых в магазине House, %

Среди мужчин наибольшее предпочтение отдают джинсам и футболкам, также большим спросом среди мужчин пользуются толстовки.

Такой спрос, среди опрошенных мужчин и женщин связан с тем, что для данного возраста в основном предпочтителен спортивный стиль одежды, сравнительно низкая стоимость, хорошая износостойкость и отличные эргономические качества, делают данную категорию товаров наиболее привлекательной. По виду используемого трикотажа в магазине представлены футболки из:

- 100 % хлопок, пользуется наибольшим спросом и составляет основу ассортимента магазина;
- смешанное: хлопок с эластаном или полиэстером, наиболее популярен среди подростков до 20 лет;
- вискоза;
- вискоза с эластаном;
- 100 % полиэстер, наиболее износостойкий, но представлен в магазине наименьшим количеством видов продукции.

Анализ покупательских предпочтений , футболок реализуемых в магазине House по составу трикотажа представлен на рисунке 12.

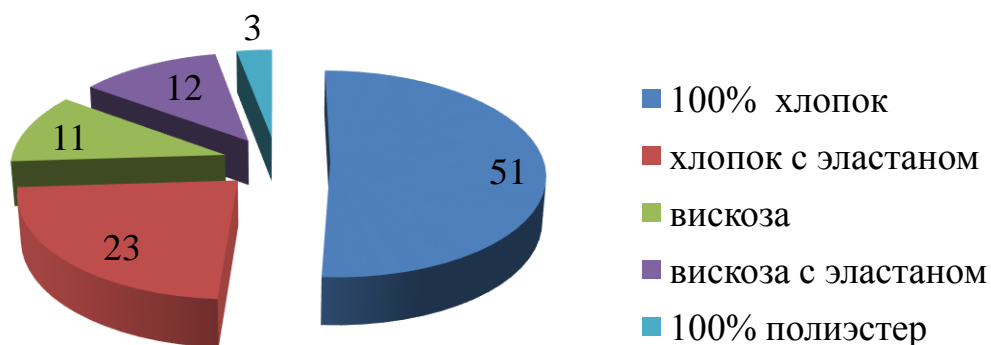


Рисунок 19 – Структура потребительских предпочтений по виду сырья, %

Большинство покупателей предпочитают изделия из 100 % хлопка, это обусловлено высокими эргономическими показателями, сравнительно невысокая износостойкость компенсируется низкой ценой.

Цена футболки в ассортименте магазина варьируется от 350 до 2000 рублей.

Основную долю продаж составляют футболки среднего ценового сегмента, результаты потребительских предпочтений по цене представлены в таблице 1. Для формирования статистики было опрошено 100 респондентов в возрасте от 16 – 30 лет, 50 женщин и 50 мужчин.

Таблица 1 – Результаты потребительских предпочтений

Пол и возраст респондентов	Цена от 350-1000 руб	Цена от 1100-1500 руб	Цена от 1600-2000 руб
Мужчины от 16 до 30 лет	21	19	10
Женщины от 16 до 30 лет	20	15	15

По уровню дохода потребители магазина представлены следующими категориями, представленными на рисунке 20.

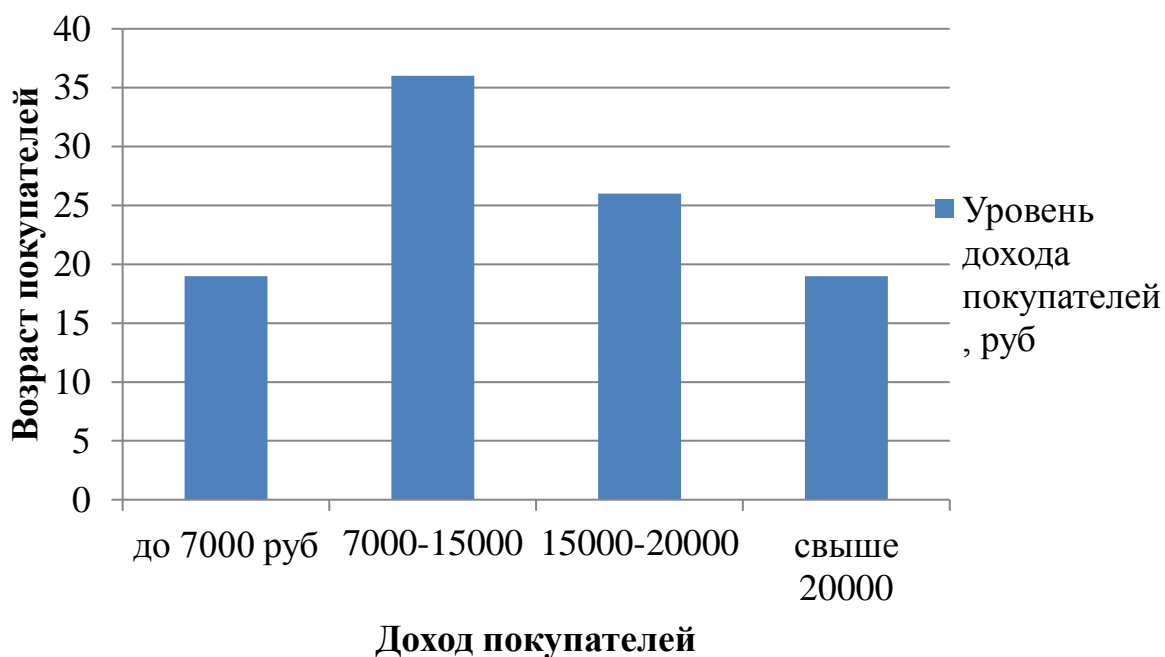


Рисунок 20 – Уровень дохода покупателей магазина House, руб.

Наиболее многочисленная категория покупателей магазина имеет средний уровень дохода от 7000 до 15000 рублей, это обусловлено тем, что

возрастная категория покупателей в возрасте до 30 лет и младше, студенты составляют немалую долю покупателей.

По силуэту футболки в ассортименте магазина представлены тремя видами, прямая, трапеция полуприлегающий силуэт, доля в ассортименте (а) и потребительских предпочтениях (б), представлены на рисунке 13.

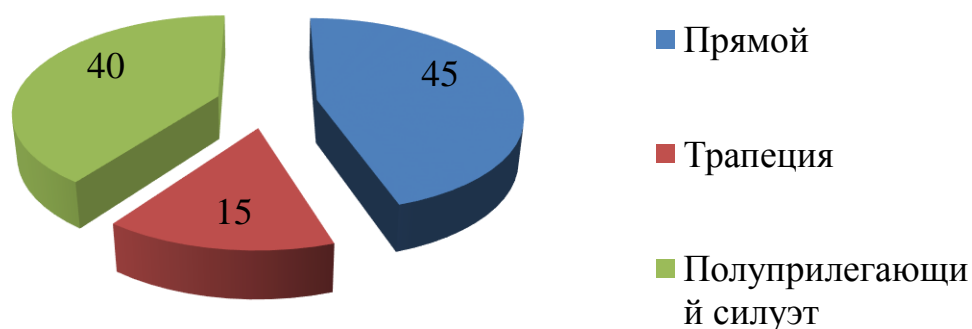


Рисунок 21 – Структура результатов изучения потребительских предпочтений по виду силуэта

Наибольшую долю в структуре ассортимента и потребительских предпочтений занимают футболки с прямым силуэтом, это обусловлено тем, что они одинаково востребованы среди мужчин и женщин.

При анализе потребительских предпочтений было выявлено следующее:

- основную массу магазина House составляют покупатели от 16 – 30 лет, которые имеют уровень дохода от 7000 до 15000 рублей, следовательно, при формировании ассортимента маркетологи компании учитывают предпочтения данной категории покупателей.;

- большинство опрошенных покупателей предпочитают футболки и джинсы;

- при выборе силуэта 47 % опрошенных выбирают футболки с прямым силуэтом, полуприлегающему силуэту отдают предпочтение 39 % опрошенных;

- большинство респондентов – 50 % приобретают футболки в ценовом диапазоне от 350 до 1500 рублей;

- 51% процент опрошенных отдадут предпочтение 100 % хлопку, при покупке трикотажных изделий.

В данном разделе была дана общая характеристика предприятия Магазина «House». Организационная структура является линейно-функциональной, что характерно для предприятий такого формата, и сочетает в себе определённые преимущества и недостатки.

При анализе соблюдения техники безопасности на предприятии было установлено, что в магазине соблюдаются не все правила, предусмотренные законодательными актами. Отсутствует спецодежда для работников магазина, специализированные источники питьевой воды. Нами было выдвинуто предложение по закупке спецодежды для работников торгового зала.

Анализ потребительских предпочтений и ассортимента магазина, можно сделать вывод, что ассортимент магазина House является рациональным и полностью удовлетворяет потребности целевой аудитории.

3. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЧАСТЬ

3.1 Цели и задачи эксперимента

Производство трикотажных изделий является неотъемлемой частью удовлетворения потребностей современного человека в функциональном, социальном и эстетико-психологическом плане.

В настоящее время индустрия моды активно развивается, тем самым мотивируя производителей к поиску новых решений в области разработки форм, силуэтов, цветовых решений, используемых материалов, при этом сохраняя эргономичность, функциональность и качество производимых изделий.

Главной целью работы является товароведная оценка трикотажных футболок, реализуемых в торговой сети House.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- произвести подбор и изучить нормативную документацию, для данного объекта исследования;
- произвести оценку качества отобранных образцов трикотажных изделий;
- проанализировать соответствие полученных результатов испытаний требованиям нормативных документов;
- сделать вывод о качестве исследуемых образцов трикотажных изделий.

3.2. Обоснование выбора и характеристика объектов исследования

Для исследования качества готового трикотажного изделия, реализуемого в магазине House было отобрано 6 образцов футболок от различных производителей, данный выбор был основан на потребительских





предпочтениях потребителей магазина. Характеристика объектов исследования представлена в таблице 2.

При выборе образцов для исследования опирались на данные анализа продаж по данной категории товаров, эти изделия пользуются наибольшим спросом среди покупателей.

Таблица 2 – Характеристика объектов исследования

Наименование образца и марка производителя и состав	Фото образца
<p data-bbox="225 972 841 1137">Образец 1 – Футболка женская HOUSE XK147-99X 100% хлопок</p>	
<p data-bbox="225 1503 841 1668">Образец 2 – Футболка женская HOUSE WP621-99X 100% хлопок</p>	

Окончание таблицы 2

<p>Образец 3 – Футболка женская Koton 9YAK13964OK черная 95% хлопок, 5% эластан</p>	 A black women's t-shirt with a crew neck and short sleeves, laid flat on a light-colored surface.
<p>Образец 4 – Футболка женская Koton 0YAL18203IK 100% хлопок</p>	 A light green women's t-shirt with a crew neck and short sleeves, laid flat on a brown surface.
<p>Образец 5 – Футболка женская твое 59234_05GN 100% хлопок</p>	 A dark green women's t-shirt with a crew neck and short sleeves, laid flat on a light-colored surface.
<p>Образец 6 – Футболка женская твое 59234_07BG бежевая 100% хлопок</p>	 A beige women's t-shirt with a crew neck and short sleeves, laid flat on a light-colored surface.

Все образцы, приобретены в магазине House и являются лидерами продаж в своем сегменте.

3.3. Характеристика показателей качества трикотажных изделий и методы их определения

Оценка качества исследуемых образцов, началась с проверки соответствия размеров типу изделия согласно ГОСТ 31409-2009 «Изделия трикотажные верхние для женщин и девочек». Результаты сведены в таблицу 2.

Таблица 2 – Размерные показатели исследуемых образцов

Показатель	Образец 1	Образец 2	Образец 3	Образец 4	Образец 5	Образец 6
Длина спинки	63	64	59	52	55	57,5
Ширина спинки	39	35	32,5	34,5	31	32
Длина рукава	16	16	13	17	19	19
Ширина изделия по линии талии	45	45	39	42	40	40,5
Ширина изделия на уровне линии бедер	46	49	44	44	42	43

Окончание таблицы 3

Показатель	Образец	Образец	Образец	Образец	Образец	Образец
	1	2	3	4	5	6
Ширина изделия внизу	47	50	44	45,5	44	44
Длина переда	64	60	61	54,5	55	57

Размеры исследуемых образцов соответствуют требованиям ГОСТ 31409 – 2009 по размерам. Все футболки хорошо сидят по фигуре. Нигде ничего не топорщится, плечи на месте, швы не перекашиваются, элементы изделий симметричны, швы ровные без дефектов.

Исследование состава изделий проверяем с помощью сжигания. Волокна горят быстро, ярким пламенем с последующим свечением и с небольшим количеством белого дыма. После затухания пламени долго тлеют, с образованием темно-серого пепла и запахом жжёной бумаги, что свидетельствует о 100 % содержании хлопка, у образца № 3 после сгорания остаётся небольшого размера твердый черный шарик, что свидетельствует наличии полиэстера.

При проверке устойчивости окраски (проверке сухим ватным диском) ни один образец не линяет, однако после стирки с соблюдением все условий эксплуатации заявленных на ярлыках, было выявлено, что образцы 4 и 5 линяют. Что может быть вызвано использованием некачественного сырья для окраски, либо нарушением технологии окрашивания трикотажного полотна.

Кроме того, после стирки образцов было выявлено, что образцы 4, 5, 6 увеличились в длину. Образец 5 вытянулся на 4 мм, образцы 4,6 вытянулись на 5 мм в длину. Образцы 1, 2, 3 не изменились. Это говорит о низком качестве исходного сырья.

Следующим этапом оценки качества, стало Определение плотности трикотажа согласно ГОСТ 8845-87 «Полотна и изделия трикотажные. Методы определения влажности, массы и поверхностной плотности», метод заключается в следующем с помощью лупы подсчитать количество петельных столбиков и рядов на образце трикотажного полотна 100 мм и вывести среднюю плотность. При этом образец должен свободно лежать на горизонтальной поверхности, результаты сведем в таблицу 3.

Таблица 3 – Количество петельных рядов и столбиков

Наименование образца	Столбики	Ряды
Образец 1	150	250
Образец 2	120	170
Образец 3	138	220
Образец 4	150	250
Образец 5	140	180
Образец 6	148	500

Петельный шаг определим по формуле:

$$A = \frac{100}{P_{г}}, \text{ где}$$

100- длина исследуемого трикотажного полотна

$P_{г}$ – количество столбиков плотность по горизонтали

Высота петельного ряда:

$$B = \frac{100}{P_{в}}, \text{ где}$$

100- длина исследуемого трикотажного полотна

$P_{в}$ – количество рядов, плотность по вертикали

В результате подсчета были получены следующие показатели, представленные в таблице 4.

Для определения длины нити в петле из образца трикотажного полотна вырезают элементарную пробу длиной 100 мм равную по ширине 100 петельным столбикам. В подготовленной полоске с однородной петельной структурой распускают ряд за рядом (не менее 5 рядов) и измеряют длину вынутых линий в распрямлённом состоянии, распрямление производят путем прижатия указательным пальцем одного конца нити к началу линейки и распрямление другого вдоль нее. Среднюю длину нити получают, разделив общую длину на 500 петель. По количеству перегибов нити подсчитывают количество петель. Результаты исследования данного показателя внесены в таблицу 4.

Таблица 4 – Промежуточные показатели образцов для исследования длины нити в петле

Номер образца	Число Изгибов	Длина Нити (мм)
Образец 1	587	1190
Образец 2	593	1200
Образец 3	689	1440
Образец 4	691	1455
Образец 5	616	1540
Образец 6	704	1540

Далее по формуле рассчитаем длину нити в петле для каждого образца, результаты представим в виде таблицы 6.

Формула $l = \frac{L}{n}$, где

L – длина отрезка нити

n – число петель в данном отрезке,

плотности.

Следующим этапом при оценки показателей качества отобранных образцов стало Определение размерных и весовых характеристик, для чего необходимо измерить линейкой длину и ширину, а также толщину образца в мм. Толщину трикотажа измеряют с помощью микрометра. Результаты данных измерений образцов представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Промежуточные результаты измерений для определения поверхностной плотности образцов: толщина, вес

Номер образца	Толщина (мм)	Вес (грамм)
Образец 1	0,23	0,79
Образец 2	0,39	0,82
Образец 3	0,20	0,59
Образец 4	0,22	0,68
Образец 5	0,15	0,70
Образец 6	0,21	0,45

Поверхностную плотность определяют взвешиванием по следующей методике. По шаблону размером 50 на 100мм выкраивают образец трикотажного полотна, затем его взвешивают с точностью до 0, 01 г и определяют поверхностную плотность по формуле:

$$G=200g, \text{ где}$$

g – вес образца в граммах

Определение прочности производят согласно ГОСТ 8847-85 ,это методика требует применения специальных технических средств, также существует методика органолептического определения данного показателя, для этого выкраивают образцы 100 на 100 мм, затем на каждом образце очерчивают квадрат 80 на 80 мм отступив 10 мм от среза, далее образец

складывают пополам вдоль петельных рядов, одной стороной образец прикладывают к началу масштабной линейки и растягивают с максимальным усилием до предела, и записывают максимальную длину и ширину растянутого образца. И далее растяжимость трикотажа в процентах высчитывают по формуле:

$$M = \frac{L_p - L_c}{L_c} * 100 \%, \text{ где}$$

M – растяжимость в процентах

L_p – длина или ширина образца в растянутом состоянии, мм

L_c - длина или ширина образца в свободном состоянии, мм

Для определения данного показателя была использована данная методика.

Таблица 6 – Промежуточные показатели для определения растяжимости трикотажа

Номер образца	В спокойном состоянии (мм)	В растянутом (мм)
Образец 1	100	140
Образец 2	100	140
Образец 3	100	150
Образец 4	100	135
Образец 5	100	145
Образец 6	100	140

3.4 Анализ результатов оценки полноты маркировки трикотажных изделий, реализуемых в магазине «House»

Первым этапом оценки качества исследуемых образцов стала проверка соответствия полноты маркировки трикотажных изделий требованиям ГОСТ 3897-2015, результаты исследования представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Результаты исследования полноты маркировки по ГОСТ 3897-2015

Наименование позиции, согласно ТР ТС 017/2011	Образец 1 HOUSE ХК147-99Х	Образец 2 HOUSE WP621-99Х	Образец 3 Koton 9YAK13964OK	Образец 4 Koton 0YAL18203IK	Образец 5 59234_05G N	Образец 6 59234_07BG
Наименование продукции	Футболка женская	Футболка женская	Футболка с коротким роковым	Футболка с коротким роковым	Футболка	Футболка
Наименование страны-изготовителя	Бангладеш	Бангладеш	Турция	Турция	Россия	Россия
Наименование изготовителя, или продавца или уполномоченного изготовителем лица	ООО «РЕ Трэйдинг»	ООО «РЕ Трэйдинг»	Koton Magazacilik Tekstil San Tik A.S.	Koton Magazacilik Tekstil San Tik A.S.	ООО «ТВОЕ»	ООО «ТВОЕ»
юридический адрес изготовителя, или продавца или	LPP S.A. Польша, Гданьск, ул. Лонкова 39/44 80-769	LPP S.A. Польша, Гданьск, ул. Лонкова 39/44 80-769	«Котон Текстиль» 117105, г. Москва, Варшавское шоссе, д 9, стр 1Б	«Котон Текстиль» 117105, г. Москва, Варшавское шоссе,	119180, Москва, Ул. Большая Поляна, дом.51а/ 9, стр.1,пом.1 , эт.5, к.11	119180, гр Москва, Ул. Большая Поляна, дом.51а/9, стр.1,пом.1, эт.5, к.11

Продолжение таблицы 7

Наименование позиции, согласно ТР ТС 017/2011	Образец 1 HOUSE ХК147-99Х	Образец 2 HOUSE WP621-99Х	Образец 3 Koton 9УАК13964ОК	Образец 4 Koton 0УАЛ18203ІК	Образец 5 59234_05 GN	Образец 6 59234_07BG
Уполномоченного изготовителем лица				д 9, стр 1Б		
Размер изделия	XS	XS	XS	S	XS	XS
Состав сырья	100% хлопок	100% хлопок	95% хлопок, 5% эластан	100% хлопок	100% хлопок	100% хлопок
Товарный знак (при наличии)	Присутствует	Присутствует	Присутствует	Присутствует	Присутствует	Присутствует
Единый знак обращения продукции на рынке государств - членов Таможенного союза	Присутствует	Присутствует	Присутствует	Присутствует	Присутствует	Присутствует
Гарантийные обязательства изготовителя (при необходимости)	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Дата изготовления	05.04.2019	24.12.2018	23.10.2018	27.12.2019	24.10.2019	20.08.2019

Окончание таблицы 7

Наименование позиции, согласно ТР ТС 017/2011	Образец 1 HOUSE ХК147-99Х	Образец 2 HOUSE WP621-99Х	Образец 3 Koton 9УАК13964ОК	Образец 4 Koton 0УАЛ18203ІК	Образец 5 59234_05 GN	Образец 6 59234_07BG
Номер партии продукции (при необходимости)	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутств ует	Отсутствует

Все образцы полностью соответствуют требованиям ГОСТ 3897-2015, информация представлена в полном объеме, нарушений нормативных документов не выявлено.

3.5. Анализ результатов оценки качества трикотажных изделий, реализуемых в магазине «House»

Результаты органолептической оценки исследуемых образцов представлены в таблице 8

Таблица 8 – Результаты органолептической оценки образцов

№ образца	Результаты органолептической оценки качества
Образец 1	Ткань очень плотная, крепкая; почти не тянется. Соответствует силуэту пропорциям, конструктивному решению линий. Рукава не имеют отклонения вперед, симметрично расположены. Швы ровные без пропусков. Цвет ниток соответствует цвету изделия.
Образец 2	Мягкая на ощупь. Струющаяся, что говорит о наличии в составе помимо хлопка, примеси. Соответствует силуэту, без перекосов, строчки ровные без пропусков.
Образец 3	Приятная на ощупь, средне жесткая. Устойчива к растяжению. Соответствует силуэту, без перекосов, строчки ровные без пропусков.
Образец 4	Ткань приятная на ощупь, средне жесткая. Устойчива к растяжению. Соответствует силуэту, без перекосов, строчки ровные без пропусков.

Окончание таблицы 8

№ образца	Результаты органолептической оценки качества
Образец 5	Ткань очень плотная, крепкая; тянется хорошо Устойчива к растяжению. Соответствует силуэту, без перекосов, строчки ровные без пропусков.
Образец 6	Средней жесткости, приятная на ощупь. Устойчива к растяжению. Соответствует силуэту, без перекосов, строчки ровные без пропусков.

Все образцы соответствуют требованиям нормативных документов. Грубых нарушений не выявлено.

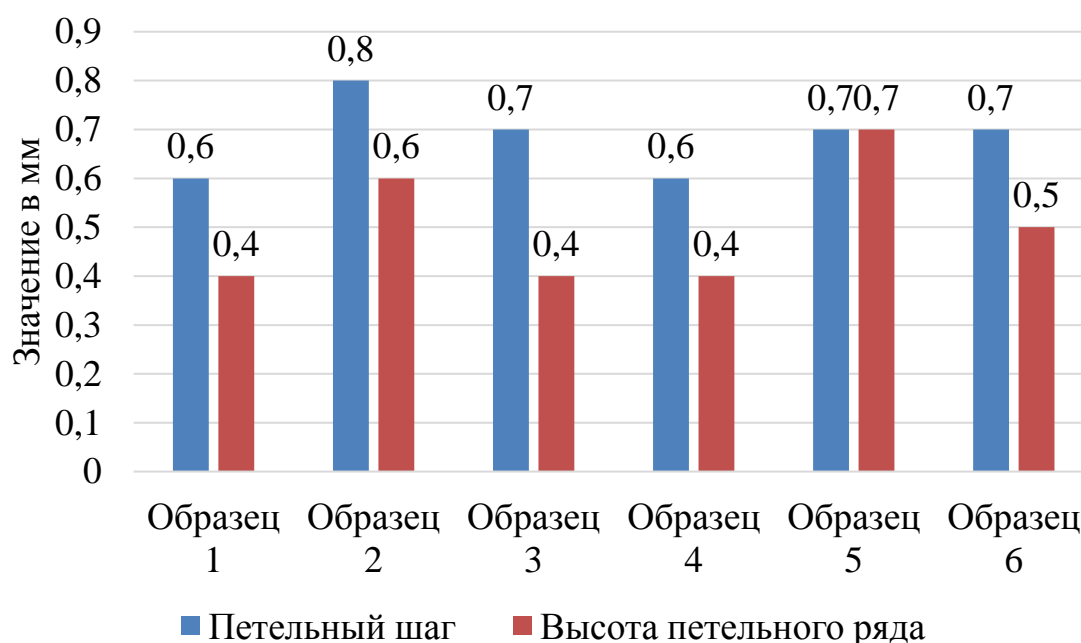


Рисунок 14 – Результаты исследования показателей плотности трикотажного полотна

Все исследуемые образцы имеют хорошие показатели плотности и соответствуют требованиям нормативных документов, образец № 4 и № 1

отличаются наибольшей плотностью, наименьший показатель получен у образца № 5. Несмотря на то, что образцы 1 и 2 произведены в одной стране, они имеют различные показатели плотности.

В результате исследования показателя длина нити в петле были получены следующие результаты.

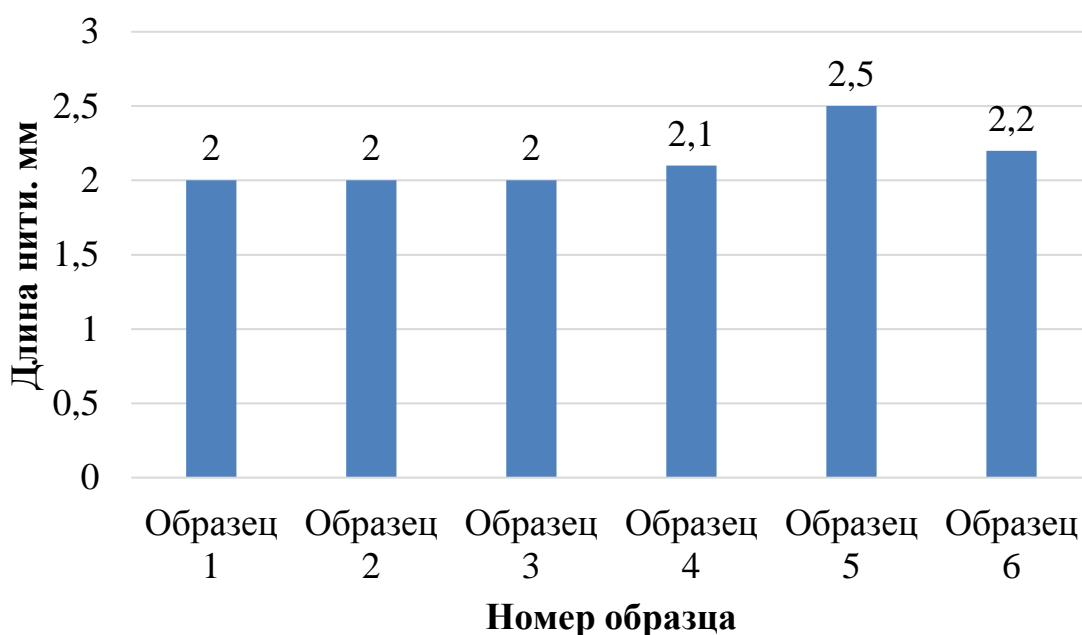


Рисунок 15 – Результаты исследований показателя длина нити в петле, мм

Анализируя данные полученные в результате испытаний можно сделать вывод, что наибольшей длиной нити в петле обладают образцы по № 5 и 6, это объясняет их деформацию после стирки и низкие показатели

В результате исследований Результаты определения поверхностной плотности представлены на рисунке 16.

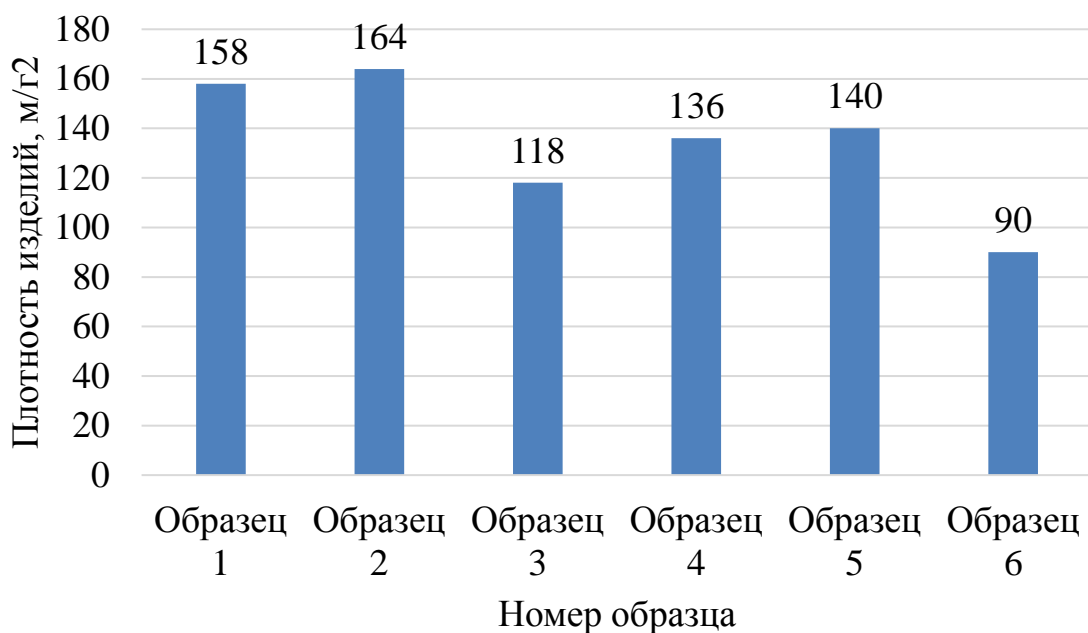


Рисунок 16 – Результаты определения поверхностной плотности. м/Г²

Все образцы соответствуют требованиям нормативных документов, однако наименьше плотностью обладает образец № 6, которые при предыдущих испытаниях показал наихудшие результаты.

В результате расчетов исследования показателя растяжимости были получены следующие результаты:

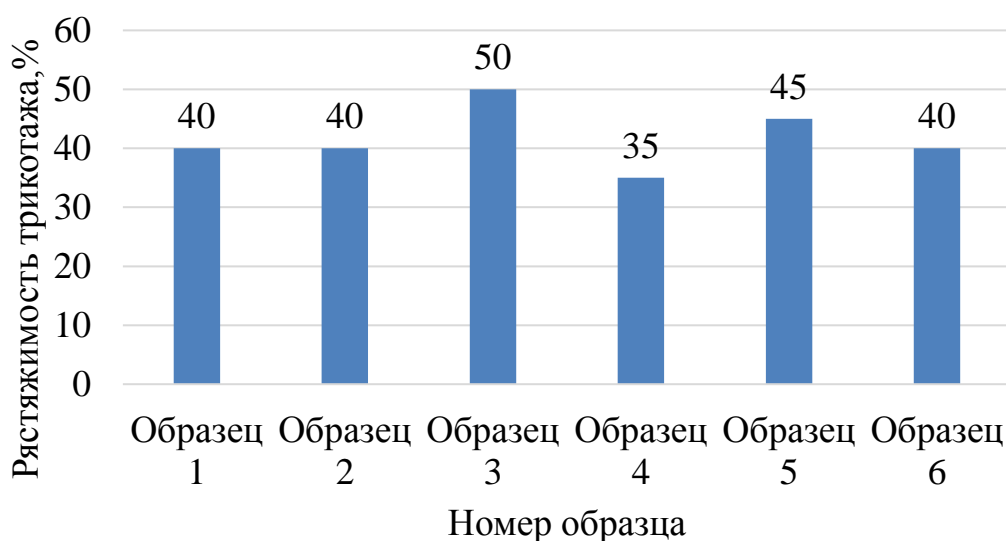


Рисунок 17 – Результаты исследования растяжимости трикотажа, %

Лучший показатель у образца № 3, данное изделие меньше всего подвержено деформации и растяжению, что говорит о качестве трикотажного материала, данная футболка будет длительное время сохранять форму и не деформироваться при стирке.

Анализируя данные полученные в результате оценки качества 6 образцов трикотажных изделий, реализуемых в магазине House, можно сделать следующие выводы:

1. По результатам исследования полноты маркировки согласно ГОСТ 3897-2015 нарушений не выявлено, все образцы полностью соответствуют требованиям ГОСТа.

2. При проверке параметров изделия на соответствие заявленным размерам, также не выявлено замечаний. Размеры исследуемых образцов соответствуют требованиям ГОСТ 31409- 2009 . Все футболки хорошо сидят по фигуре. Нигде ничего не топорщится, плечи на месте, , элементы изделий симметричны , швы ровные без дефектов.

3. При проверке устойчивости окраски (проверке сухим ватным диском) ни один образец не линяет, однако после стирки с соблюдением все условий эксплуатации заявленных на ярлыках, было выявлено, что образцы 4 и 5 линяют. Что может быть вызвано использованием некачественного сырья для окраски, либо нарушением технологии окрашивания трикотажного полотна.

4. Кроме того, после стирки образцов было выявлено, что образцы 4,5,6 увеличились в длину. Образец 5 вытянулся на 4 мм, образцы 4,6 вытянулись на 5мм в длину. Образцы 1, 2, 3 не изменились. Это говорит о низком качестве исходного сырья.

5. Все исследуемые образцы имеют хорошие показатели плотности и соответствуют требованиям нормативных документов, образец № 4 и № 1 отличаются наибольшей плотностью, наименьший показатель получен у образца № 5. Не смотря на то, что образцы 1 и 2 произведены в одной стране, они имеют различные показатели плотности.

6. Длина нити в петле. Анализируя данные полученные в результате испытаний можно сделать вывод, что наибольшей длиной нити в петле обладают образцы по № 5 и 6, это объясняет их деформацию после стирки и низкие показатели плотности.

7. При исследовании поверхностной плотности выявлено соответствие требованиям нормативных документов, однако наименьше плотностью обладает образец № 6, которые при предыдущих испытаниях показал наихудшие результаты.

8. По показателю растяжимости лучший результат у образца № 3, данное изделие меньше всего подвержено деформации и растяжению, что говорит о качестве трикотажного материала, данная футболка будет длительное время сохранять форму и не деформироваться при стирке, худшим среди образцов стало образец № 6.

В результате наилучшими показателями по результатам оценки качества стали образцы по № 1, 2, 3 произведены данные изделия в Бангладеш и Турции под торговыми марками House и Koton, они отвечают всем требованиям эргономичности, износостойкости и полностью соответствуют требованиям нормативных документов. Хуже всего проявили себя образцы по номерами 5 и 6, футболки российского производства торговой марки «Твое»

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Рынок трикотажных изделий стремительно развивается, растет число производителей, разновидностей, форм готовых изделий и сырья для производства. Российский рынок футболок насыщен импортными товарам, собственное производства составляет около 13 процентов от реализуемого объема.

Основную долю потребляемых футболок в России приходится на так называемы «Масс-маркет», это изделия среднего ценового сегмента.

В данном разделе была дана общая характеристика предприятия магазин «House». Организационная структура является линейной, что характерно для предприятий такого формата, и сочетает в себе определённые преимущества и недостатки.

В качестве рекомендации руководству магазина, ввести больше штатных единиц супервайзеров магазинов, для более оперативного решения вопросов.

В магазине House большое внимание уделяется мероприятиях по охране труда, все технологическое оборудование отвечает современным тенденциям и находится в технически исправном состоянии. При анализе соблюдения техники безопасности на предприятии было установлено, что в магазине соблюдаются не все правила, предусмотренные законодательными актами. Хотелось бы порекомендовать руководству магазина оснастить работников торгового зала спецодеждой и организовать пункт с питьевой водой для сотрудников.

Ассортимент магазина является рациональным, и удовлетворяет потребности основной массы потребителей.

При анализе потребительских предпочтений было выявлено следующее:

- основную массу магазина House составляют покупатели от 16 – 30 лет, которые имеют уровень дохода от 7000 до 15000 рублей, следовательно, при формировании ассортимента маркетологи компании учитывают предпочтения данной категории покупателей;

- большинство опрошенных покупателей предпочитают футболки и джинсы;

- при выборе силуэта 47 % опрошенных выбирают футболки с прямым силуэтом, полуприлегающему силуэту отдают предпочтение 39 % опрошенных;

- большинство респондентов – 50 % приобретают футболки в ценовом диапазоне от 350 до 1500 рублей;

- 51 % опрошенных отдают предпочтение 100 % хлопку, при покупке трикотажных изделий.

Для продвижения мало востребованной группе аксессуаров, рекомендуем проводить больше промо-акций с участием данной категории товаров, с целью увеличения продаж.

Анализ потребительских предпочтений и ассортимента магазина, можно сделать вывод, что ассортимент магазина House является рациональным и полностью удовлетворяет потребности целевой аудитории.

По результатам исследования полноты маркировки согласно ГОСТ 3897-2015 нарушений не выявлено, все образцы полностью соответствуют требованиям ГОСТа.

В результате наилучшими показателями по результатам оценки качества стали образцы по № 1, 2, 3 произведены данные изделия в Бангладеш и Турции под торговыми марками House и Koton, они отвечают всем требованиям эргономичности, износостойкости и полностью соответствуют требованиям нормативных документов. Хуже всего проявили себя образцы под номерами 5 и 6, футболки российского производства торговой марки «Твое».

После стирки с соблюдением все условий эксплуатации заявленных на ярлыках, что образцы 4 и 5 линяют и увеличиваются в длину и обладают низкими показателями плотности, это может быть вызвано использованием некачественного сырья для окраски, либо нарушением технологии

окрашивания трикотажного полотна. Образец 5 вытянулся на 4 мм, образец 6 вытянулись на 5 мм в длину, деформация объясняется тем, что у данных образцов наибольшая длина нити в петле.

По показателю растяжимости худшим среди образцов стало образец № 6.

Большой спрос на продукцию торговой марки «Твое», обусловлен ее низкой ценой, однако количество некачественного товара с дефектами и низкой износостойкостью не редкость не только для данного бренда. Среди трикотажных изделий других брендов достаточно часто встречается брак.

Именно поэтому в качестве рекомендаций руководству магазина необходимо улучшить качество приемки товара по качеству, и увеличить скорость предпродажной подготовки одежды, что сократит число недовольных покупателей значительно увеличит потребительский поток.

Также можно порекомендовать рассмотреть возможность поиска альтернативного поставщика для замены бренда «Твое», из той же ценовой категории.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК³

1. Акбаш В.Л. Товароведение непродовольственных товаров/ В.Л. Акбаш, В. Ф. Елизаров, З. И. Коваленко, Б. Х. Лившиц, Д. П. Писный, И. В. Сабов, Н. А. Тюремнова, В. И. Федорко – Москва "Экономика" 1983 г.
2. Балаева С.И. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров/ С.И. Балаева, М.В. Блиева, И.Ш. Дзахмишева - М.: Издательская торговая корпорация "Дашков и Ко", 2016.
3. Балаева С.И. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров [Text] : учебное пособие / С.И. Балаева – Москва : Дашков и К, 2008. – 552 с
4. Белявский И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз: Учеб. Пособие/ И.К. Белявский – М., 2001.г
5. Вилкова С.А. Товароведение и экспертиза швейно-трикотажных товаров/ С.А. Вилкова – М.: Издательство "Деловая литература", 2014.
6. Вилкова С.А. Экспертиза потребительских товаров: учебник/ С.А. Вилкова – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2007 г. – 252 с.
7. Гусейнова Т.С. Товароведение швейных и трикотажных товаров/ Т.С. Гусейнова – М.: Издательство ОАО "Экономика", 2015.
8. Дерябина Л.И. Непродовольственные товары/ Л.И. Дерябина, Р.Н. Шманева – М.: Издательство "Высшая школа", 2015.
9. Дерябина Л.И. Товароведение текстильных товаров и одежды/ Л.И. Дерябина, Р.Н. Шманева – М: Издательство ОАО "Экономика", 2016.
10. Ефимов В.В. Управление качеством. Учебное пособие/ В.В. Ефимов – Ульяновск: УГТУ, 2000. - 143 с.
11. Моисеенко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров: учебник/ Н.С. Моисеенко – Д.: Феникс, 2007 – 2008. – 142с.

12. Моисеенко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров: учебное пособие для учащихся профессионально-технических лицеев и училищ/ Н.С. Моисеенко – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
13. Моисеенко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров: учебное пособие для учащихся профессионально-технических лицеев и училищ/ Н.С. Моисеенко – Ростов-на-Дону: Феникс, 2015.
14. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учебник для вузов/ М.А. Николаева – М.: НОРМА, 2016.
15. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы/ М.А. Николаева – Москва : Издательство «НОРМА», 2016. - 280 с.
16. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности/ О.В. Памбухчиянц – М.: Издательство ЮНИТИ, 2008. – 487с.
17. Панкратов Ф.Г. Коммерция и технология торговли/ Ф.Г. Панкратов – СПб: Издательство СПбГУ, 2006. -352с.
18. Пилипенко Т.В. Экспертиза потребительских товаров. Учебное пособие/ Т.В. Пилипенко – СПб: ТЭИ, 2006. - 24 с.
19. Пичунова О.В. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли/ О.В. Пичунова – М.: Издательство ДРОФА, 2006. – 145с.
20. Пугачевский Г.Ф. Товароведение промышленных товаров/ Г. Ф. Пугачевский, Я.А. Легкун, Б.Д. Семак, В.П. Склянников, М.М. Дианич – Москва "Экономика" 1978 г.
21. Станкевич Л.Г. Организация и технология торговли/ Л.Г. Станкевич –Минск: Издательство БГУ, 2006. - 289с.
22. Сыцко В.Е. Товароведение непродовольственных товаров: учебник/ В.Е. Сыцко, Л.В. Целикова, Т.И. Цыбранкова, Т.Ф. Марцинкевич, М.Н. Михалко, Е.П. Багрянцева, Е.Г. Кикинева, Г.С. Храбан, К.И. Локтева, И.Н. Прокофьева, М.И. Дрозд – Минск : Выш. шк., 2014. – 667 с

23. Теплов В.И. Коммерческое товароведение: учебник/ В.И. Теплов, М.В. Сероштан, В.Е. Боряев, В.А. Панасенко – М.: Издательский дом: Дашков и Ко, 2006.
24. Теплов В.И. Коммерческое товароведение: учебник/ В.И. Теплов, М.В. Сероштан, В.Е. Боряев, В.А. Панасенко – М.: Издательский дом: Дашков и К°, 2006.
25. Федько В.П. Маркировка и сертификация товаров и услуг/ В.П. Федько – Ростов-на-Дону, 2008.
26. Федько В.П. Маркировка и сертификация товаров и услуг/ В.П. Федько, А.У. Альбеков – Ростов н/Д: Феникс, 1998. – 640с.
27. Федько В.П. Упаковка и маркировка: Учебно-практическое пособие/ В.П. Федько – М.: Республика, 2008. – 239с.
28. Ходынин А.П. Товароведение непродовольственных товаров [Текст]: учебник/ А. П. Ходынин– 2019. – 540с.
29. Швандар В.А. Стандартизация и управление качеством продукции: Учебник для вузов/ В.А. Швандар – М., 2006.
30. Швандар В.А. Стандартизация и управление качеством продукции: Учебник для вузов / В.А. Швандар – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 484с.
31. Шепелев А.Ф. Товароведение и экспертиза текстильных и швейно-трикотажных товаров [Текст]: Учебники и учебные пособия/ А.Ф. Шепелев, И.А. Печенежская, А.С. Туров. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2012. – 476с.
32. Шепелев А.Ф. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров [Текст]: учеб. пособие/ А.Ф. Шепелев, И.А. Печенежская. – М.: ИКЦ «МарТ», 2003. – 346с.
33. Органолептические методы оценок продуктов: Терминология. – М.: Наука, 1991. – 39 с.

34. Постановление Госстандарта РФ от 6 февраля 2001 г. N 13 "Об утверждении Правил сертификации продукции текстильной и легкой промышленности"
35. Справочник предпринимателя: розничная торговля, оптовая торговля, грузовой транспорт, – М.: Коммерция 2008. – 78с.
36. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2001. – 544 с.
37. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров [Текст]: учеб. пособие для вузов/ ред. И.Ш. Дзахмишева – М.: Дашков и К', 2017. — 346с.
- 38.
39. Товароведение непродовольственных товаров/ Под ред. В.Е. Сыцко, М.Н. Миклушова. – Минск: Выш. шк., 2009. – 671 с.
40. Торговое дело: экономика и организация/ Под ред. Л.А. Брагина. - М.: Издательство МГУ, 2007. – 501с.
41. Управление качеством/ под ред. С.Д. Ильенковой. – М: ЮНИТИ, 2006. – 398с.
42. ГОСТ 28554-90 Полотно трикотажное. Общие технические условия
43. ГОСТ 31409- 2009 Изделия трикотажные верхние для женщин и девочек
44. ГОСТ 3897-2015 ИЗДЕЛИЯ ТРИКОТАЖНЫЕ
Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение
45. ГОСТ 8845-87 Полотна и изделия трикотажные. Методы определения влажности, массы и поверхностной плотности
46. ГОСТ 904-87 Изделия трикотажные бельевые для женщин и девушек
47. ГОСТ 9173 – 86 Изделия трикотажные. Термины и определения пороков [Текст]. – Введ. 1991-01-01. М.: Стандартиформ, 2006. – 6с.

48. ГОСТ Р 54393-2011 Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения.

49. Государственный стандарт ГОСТ 1115-81 Изделия трикотажные верхние. Определение сортности

50. Межгосударственный стандарт ГОСТ 29122-91 Средства индивидуальной защиты. Требования к стежкам, строчкам и швам (утв. постановлением Комитета стандартизации и метрологии СССР от 25 октября 1991 г. N 1653)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 Результаты исследования физико-химических показателей

Таблица 1 – Результаты исследования поверхностной плотности образцов

Номер образца	Поверхностная плотность, м/Г ²
Образец 1	$G=200*0,79=158$
Образец 2	$G=200*0,82= 164$
Образец 3	$G=200*0,59= 118$
Образец 4	$G=200*0,68=136$
Образец 5	$G=200*0,7= 140$
Образец 6	$G=200*0,45= 90$

Таблица 2 – Результаты исследования показателей плотности трикотажного полотна

Номер образца	Петельный шаг	Высота петельного ряда
Образец 1	$A = \frac{100}{150} = 0,6$	$B = \frac{100}{250} = 0,4$
Образец 2	$A = \frac{100}{120} = 0,8$	$B = \frac{100}{170} = 0,6$
Образец 3	$A = \frac{100}{138} = 0,7$	$B = \frac{100}{220} = 0,4$
Образец 4	$A = \frac{100}{150} = 0,6$	$B = \frac{100}{250} = 0,4$
Образец 5	$A = \frac{100}{140} = 0,7$	$B = \frac{100}{180} = 0,7$
Образец 6	$A = \frac{100}{148} = 0,7$	$B = \frac{100}{190} = 0,5$

Таблица 3 – Результаты исследования растяжимости трикотажа, %

Номер образца	Растяжимость трикотажа
Образец 1	$M = \frac{140 - 100}{100} * 100\% = 40$

Окончание таблицы 3

Номер образца	Растяжимость трикотажа
Образец 2	$M = \frac{140 - 100}{100} * 100\% = 40$
Образец 3	$M = \frac{150 - 100}{100} * 100\% = 50$
Образец 4	$M = \frac{135 - 100}{100} * 100\% = 35$
Образец 5	$M = \frac{145 - 100}{100} * 100\% = 45$
Образец 6	$M = \frac{140 - 100}{100} * 100\% = 40$

Таблица 4 – Результаты исследования показателя длина нити в петле

Номер образца	Длина нити в петле, мм
Образец 1	$l = \frac{1190}{587} = 2$
Образец 2	$l = \frac{1200}{593} = 2$
Образец 3	$l = \frac{1440}{689} = 2$
Образец 4	$l = \frac{1455}{691} = 2,1$
Образец 5	$l = \frac{1540}{616} = 2,5$
Образец 6	$l = \frac{1540}{704} = 2,2$

