

ОТЧЕТ
о проведении тренинга по теме: «Основы маркетинга
для предприятий текстильной и швейной отрасли»

Отчет подготовил:

Ардашер Ибрагимов,
Национальный Консультант МТЦ
Заместитель генерального директора
ООО «Бизнес Консалтинг»
Тел: (992 92) 777 78 11

1. Описание проекта

Однодневный тренинг по теме «Основы маркетинга для предприятий текстильной и швейной отрасли» был организован в рамках проекта «Программа продвижения торговли в Республике Таджикистан» осуществляемый Международным Центром Торговли (МТЦ) и финансируемый Государственным секретариатом Швейцарии по экономике (СЕКО). Данный тренинг был проведен тренерами консалтинговой компании «Бизнес Консалтинг Групп».

Цель тренинга. Получить общее представление об основах маркетинга для предприятий текстильной и швейной отрасли

1.1. Благодарности:

ООО «Бизнес Консалтинг Групп» благодарит за сотрудничество персонал МТЦ и отмечает высокую компетенцию, квалифицированное управление и мастерство, которые были направлены на поддержку качественного проведения данного тренинга.

1.2. Страна/ регион:

Таджикистан, г. Худжанд

1.3. Время и место проведения тренинга:

Конференц-зал ресторана Хушбахти, с 9:00 до 17:00, 2 марта 2012 г.

1.4. Бенефициары или целевые группы

Руководители и специалисты по маркетингу компаний–бенефициариев, а также представители других текстильных и швейных предприятий, преподаватели ВУЗов

1.5. Количество участников тренинга: 20 человек

На тренинге участвовало 15 представителей текстильного и швейного сектора представляющих 5 предприятий, представители консалтинговых компаний, преподаватели ПИТТУ и тренера. (Приложение 1)

2. Оценка выполненной деятельности

2.1. Методология проведения тренинга.

При проведении тренинга было применено интерактивное обучение с использованием мини-лекций, специальные упражнения для разработки и закрепления знаний и навыков, групповые обсуждения состояния маркетинга предприятий в настоящее время и его анализ, разработка плана развития маркетинга на предприятиях Т и Ш отрасли посредством анализа ситуаций на рынках сбыта из профессионального опыта. Также была проведена Фокус группы в малых группах с участниками тренинга для определения нужд бенефициариев МТЦ в маркетинге.

Особую эффективность тренингу придало:

- Учет специфики обучения взрослой аудитории
- Разбор кейсаи практических примеров из практики отрасли
- Работа в малых группах для выявления проблем каждого предприятия в маркетинге по отдельности
- Применение метода «мозгового штурма» для совместного поиска решения конкретных проблем.

2.2. Сильные стороны

- Следует отметить слаженность работы персонала МТЦ и Бизнес Консалтинга при организации и проведении тренинга.
- Подбор участников с хорошей базой подготовки, большинство которых имеет практический опыт работы в текстильной и швейной отрасли, знание своего рынка, обеспечило высокую результативность тренинга

- Отмечаем хорошее освоение участниками теоретического и практического материала тренинга.

2.3. Слабые стороны

Разный уровень профессиональной подготовки участников обусловил определенные трудности в проведении тренинга

3. Результаты фокус - группы

В ходе тренинга, по программе тренинга, была проведена фокус – группа с участниками тренинга. Целью фокус - группы являлось определение современного состояния маркетинга на предприятиях Т и Ш, выявление слабых сторон, проблемы, и предложения самих предприятий для развития маркетинга с помощью МТЦ.

Результаты фокус - группы приведены по компаниям:

Компания **ООО «Лидер»** указало, что для маркетинга предприятия необходим тщательный анализ рынка, а именно:

- Поездки на выставки, ярмарки, предприятия Т и Ш в других странах (Россия, ЕС), другие регионы для изучения внешнего рынка;
- Нужны маркетологи (хорошие специалисты);
- Нужно организовать отдел маркетинга на предприятии.

Также указали возможную помощь, которую мог бы оказать предприятию МТЦ: Организовать поездки для более тщательного изучения внешнего рынка и организовать встречи с заинтересованными предприятиями (имеются в виду брендовые).

ООО «Текстиль-Сити» считает своим слабым местом в маркетинговой деятельности компании сбыт производимой продукции и хочет открыть в центральных городах представительства и вести работу с сетевыми магазинами, а не посредниками.

Представители предприятия считают, что МТЦ может им помочь в организации региональной компании или в создании централизованной группы специалистов, и в финансировании их деятельности, чтобы повысить имеющийся потенциал области в производстве Т и Ш продукции и довести до потребителей дальнего зарубежья под таджикским брендом.

ООО «Спитамен Текстайлз» указал в своих потребностях для развития маркетинга предприятия наличие специалиста по маркетингу с обязательным знанием английского языка, оплата услуг которого должна быть высокой.

Директор компании считает, что МТЦ может помочь предприятию в развитии его маркетинговой деятельности:

- Обучением специалистов по маркетингу, организовать тренинги специально для маркетологов по изучению рынка, по проведению исследований, разработке бренда, продвижению продукции и т.д.
- На конкурсной основе набирать группу из молодых специалистов (после окончания ВУЗов) и подготовить их по специальности маркетолога для Т и Ш отрасли (10-12 человек).
- Организовать приезд (приглашать) предпринимателей Т и Ш отрасли конкретно с какой-либо области России (Москва, Иваново, Новосибирск, Свердловск) или представителей из всех областей с целью знакомства с представителями местной Т и Ш отрасли и возможного создания СП в будущем. Для Российских предпринимателей может быть выгодным вступление РТ в Таможенный Союз в ближайшем будущем.

ОАО «Зинат» считает, что для развития маркетинга на предприятии необходимы, квалифицированные специалисты, организация выезда специалистов в другие страны, которые являются потенциальными рынками для нашей продукции и компании для изучения их маркетингового опыта, в частности в Россию и страны ЕС, также необходима информативная поддержка состояния рынка в регионе и за рубежом.

ОАО «Зинат» считает, что для развития маркетинга на предприятии МТЦ может помочь предоставлением информации о фактическом состоянии на рынке Т и Ш продукции, о тенденции развития и состояния рынка швейных изделий в РТ, в странах СНГ, в частности в РФ (Уральский регион, Сибирский регион). Пригласить потенциальных бизнес партнеров из всемирно известных компаний для сотрудничества и инвестирования в развитие местных швейных предприятий.

Преподаватели ПИТТУ считают, что для того, чтобы развить маркетинг в предприятиях Т и Ш отрасли МТЦ может помочь организацией следующими мероприятиями:

- Мотивировать предприятия в проведение маркетинговых мероприятий
- Дать рекомендации по определению штата маркетингового отдела

Предоставление услуг в проведении маркетинговых мероприятий:

1. Исследование рынка
2. Сегментация рынка
3. Позиционирование товара
4. Разработка и продвижение бренда

4. Анализ анкет по оценке эффективности тренинга

Участники заполнили анкеты по оценке эффективности тренинга, где оценили по 5 бальной шкале материалы тренинга, тренеров, нагрузку и организацию тренинга. (Приложение 2)

Анализ анкет показал, что практически все участники оценили материалы тренинга и тренеров на очень хорошо. Средний балл оценки представленного материала составил – 4,94 балов и средний балл оценки работы тренера составил – 4,94 балов. Хотя время, уделенное на тренинг, оценено на 3,82 балла. В итоге, участники оценили эффективность тренинга по 5 бальной шкале в среднем на 4,63 балов, что является высокой оценкой.

Анализ анкеты по оценке эффективности тренинга

Ответы на вопрос анкеты как Вы оцените следующее? (средняя оценка)

Организация семинара	4,88
Раздаточный материал	4,94
Продолжительность семинара	3,82
Нагрузка	4,41
Тренер	4,94
Помещение для семинара	4,82

Ниже ответы участников по другим вопросам анкеты:

1. Удовлетворил ли Ваши семинар ваши ожидания, цели?

- Да, ответили 19 участников
- Нет
- Частично, ответил 1 участник

2. Какие темы вы хотели бы добавить или исключить?

- Как проводить фокус - группы
- Более глубокое изучение маркетинга других регионов (зарубежные)
- Больше материала о продвижение во внутреннем и внешнем рынке, бренд, исследование рынка
- Необходимо выполнить прикладной практический материал
- Необходимо добавить более точные прикладные примеры и данные по изучению спроса и предложения на отдельные виды товаров и услуг
- Более точные данные по экспорту и импорту товаров за отчетный период

3. Что больше всего понравилось вам в семинаре?

- Представленный материал, метод ведения
- Возможность узнать истинные проблемы предприятий
- Понятие о факторе маркетинга
- Общее понимание о текстильном кластере, как путь выхода на внешние рынки
- Сравнение, изучение внешнего и внутреннего рынка и маркетинг
- Дискуссии
- Подразделение о сегментации

4. Что понравилось вам менее всего?

- Ограниченное время
- Все было нормально, но время было мало

5. Нужно ли организовать более подробный/углубленный семинар по Маркетингу в этом году? Если да, то, какие темы вы хотели бы добавить?

- Да, обязательно надо
- Необходимо организовать подобный семинар на 2-3 дня
- Необходим тренинг по исследованию рынка и продвижению продукции в этом году
- Тренинг по брендингу
- Тренинг по изучению рынка

6. Любые другие комментарии/пожелания на будущее

- Организация форума и выставки с привлечением руководителей сетевых магазинов центральных городов России, Украины и Белоруссии
- Больше семинаров, привлекать больше участников (предприятий)
- Организовать встречу бизнесменов текстильщиков России с текстильщиками области

- Шрифт текстов раздаточных материалов минимум 12 и не менее, маленькие шрифты на таблицах
- Желаю больших удач вашей организации
- Необходимо более тесное сотрудничество с маркетологами
- Необходимо более тесное сотрудничество с консалтинговыми компаниями
- Исследование потребительского рынка

7. Заключение

Несмотря на проблемы с электроснабжением на предприятиях все участники присутствовали на тренинге до ее завершения. Тренинг прошел успешно, участники были очень активны, были очень хорошие дискуссии и обсуждения.

**Список участников тренинга «Основы маркетинга
для предприятий текстильной и швейной отрасли»
2 марта 2012 г., г. Худжанд**

№	Ф.И.О	Должность	Компания	Контакты
1	Аминджонова М.	Менеджер	Текстиль-Сити	(92) 777 83 71
2	Абдурахимова М.	Модельер	Текстиль-Сити	(92) 836 00 89
3	Абдуллаева Х.Р.	Преп. ПИТТУ	ПИТТУ	(92) 706 36 32
4	Рахими Ш.	Преп. ПИТТУ	ПИТТУ	(92) 797 56 52
5	Орипов А.А.	Зам. директора	Текстиль-Сити	(918) 43 63 90
6	Яхьяев К.Н.	Зам. директора по ВЭД	ОАО «Зинат»	(92) 767 89 64
7	Шодиев Р.	Зам. директора по производству	ОАО «Зинат»	(92) 774 88 14
8	Султанов М.	Зам. директор	ООО «Лидер»	(92) 773 67 71
9	Вашева Дилбар	Менеджер	ООО «Лидер»	(92) 783 57 53
10	Худойбердиев Н.	Начальник пр-ва, технолог	ООО «Лидер»	(92) 777 73 67
11	Бакоев М.Х.	Генеральный директор	ООО «Спитамен Текстайлз»	(92) 760 80 90
12	Исомаддинов С.	Генеральный директор	ООО «Лидер»	(92) 777 16 84
13	Опиров М.	Зам. директора	ООО «Спитамен Текстайлз»	
14	Зиёбоев Ш.М.	Директор	ОАО «Зинат»	(92) 771 05 15
15	Алимов Р.	Ген. директор	ООО «Светлана»	(92) 771 40 70
16	Авезов А.Х.	Ген. директор	ООО «Бизнес Консалтинг Групп»	(92) 777 78 78
17	Ходжаев И.	Специалист по маркетингу	ОО «Мушовир»	(92) 756 00 38
18	Абдуразаков А.	Бизнес Консультант	ООО «Бизнес Консалтинг»	(92) 805 50 08
19	Ибрагимов А.А.	Национальный консультант	МТЦ	(92) 777 78 11
20	Расулзаде М.	Национальный консультант	МТЦ	(92) 751 40 70

АНКЕТА оценки эффективности тренинга

ФОРМА ОТЗЫВА УЧАСТНИКА

Данная форма оценки семинара разработана для оценки уровня Вашего удовлетворения семинаром, в котором вы приняли участие. Просьба, ответить на все вопросы. Это очень важно для нас в свете улучшения наших семинаров в будущем.

Название семинара: **«Основы маркетинга для предприятий текстильной и швейной отрасли»**

Дата: **02 марта 2012г.**

Место:

1. Удовлетворил ли семинар ваши ожидания, цели? Да Нет Частично

2. Какие темы вы хотели бы добавить или исключить?

3. Что больше всего понравилось вам в семинаре?

4. Что понравилось вам менее всего?

5. Как вы оцените следующее? (пожалуйста, отметьте галочкой соответствующую клеточку)

	Хорошо			Плохо	
	5	4	3	2	1
<i>Организация семинара</i>					
<i>Раздаточный материал</i>					
<i>Продолжительность семинара</i>					
<i>Нагрузка</i>					
<i>Тренер</i>					
<i>Помещение для семинара</i>					

6. Нужно ли организовать более подробный/углубленный семинар по Маркетингу в этом году? Если да, то какие темы вы хотели бы добавить?

7. Любые другие комментарии/пожелания на будущее

Пожалуйста верните эту форму перед уходом с семинара... Спасибо!

Ваше имя (не обязательно)

Программа тренинга по теме: «Основы маркетинга для предприятий текстильной и швейной отрасли»

Действия	Время		Краткое содержание
Вступительное слово. Знакомство с участниками	5 минут	09:00-09:05	Рассказать о проекте, его целях и задачах. Отметить, что в тренинге участвуют представители текстильной и швейной отрасли, а также представители исполнительного органа государственной власти и преподаватели ВУЗа, связанные с текстильной и швейной отраслью. Их активное взаимодействие в процессе тренинга приветствуется.
Определение правил, выявление ожиданий от тренинга	10 минут	09:05-09:15	Выявить ожидания участников от тренинга по Основам маркетинга и записать их на флипчарте.
Выявление понимания темы тренинга со стороны участников (Мозговой штурм)	10 минут	09:15-09:25	<p>Вопрос: Что такое маркетинг? Для чего необходим маркетинг в Вашей деятельности?</p> <p>Возможные варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наука о рынке (анализ рынка, перспективы рынка и т.д.) 2. Навыки продаж и продвижение продукции 3. Выявление потребности покупателей 4. Требования рынка к продукции 5. Конкуренция и цены 6. Другие определения
Подведение итогов мозгового штурма	10 минут	09:25-09:35	Тренер обобщает ответы, по возможности даёт объяснения каждому из обобщённых понятий, поясняет участникам цели и задачи тренинга. Знакомит участников с программой тренинга.
Основные понятия маркетинга. (Презентация ррт.)	55 минут	09:35-10:30	<p>Содержание презентации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое маркетинг? 2. Принцип маркетинга 3. Для чего необходим маркетинг?
Кофе-брейк	15 минут	10:30-10:45	
Стратегический маркетинг (Презентация ррт.)	50 минут	10:45-11:35	<p>Содержание презентации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Исследования рынка 2. Целевая аудитория 3. Сегментация целевого рынка 4. Жизненный цикл продукции 5. Конкуренция 6. Разработка стратегии
Проведение Фокус – группы для определения нужд бенефициариев МТЦ в маркетинге (групповое обсуждение)	55 минут	11:35-12:30	<p>Проведение Фокус-группы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Постановка цели и задач 2. Выявление основных проблем компаний-бенефициариев проекта в маркетинге 3. Пути их решения 4. Чем может ИТС способствовать решению выявленных проблем
Обед	60 минут	12:30-13:30	
Энерджайзер.	5 минут	13:30-13:35	Задача энерджайзера активизировать аудиторию для продолжения тренинга

Факторы маркетинга. Набор средств, которые используются предприятием для связи с клиентами. (Мини-лекция).	45 минут	13:35-14:20	Мини-лекция охватывает следующие вопросы: <ol style="list-style-type: none"> 1. Продукт 2. Цена 3. Продвижение 4. Место 5. Бюджет и контроль
План маркетинга (Презентация пррт.)	45 минут	14:20-15:05	Тренер даёт общую информацию о разделах Плана маркетинга: <ol style="list-style-type: none"> 1. Резюме маркетингового плана 2. Анализ рынка 3. Задачи 4. Стратегия маркетинга 5. Программа действий 6. Запланированные финансовые результаты 7. Приложения
Дискуссия. Какие разделы маркетингового плана являются наиболее сложными для разработки?	10 минут	15:05-15:15	Тренер подводит итоги дискуссии.
Ознакомление с Кейс-стади	15 минут	15:15-15:30	Тренер делит участников на группы, объясняет содержание кейса
Кофе-брейк	15 минут	15:30-15:45	
Организация отдела маркетинга на предприятии (Мини-лекция и обсуждение)	30 минут	15:45-16:15	<ul style="list-style-type: none"> • Необходимость в отделе маркетинга, в специалисте по маркетингу на предприятии текстильной и швейной продукции • Взаимосвязь с деловыми процессами • Основные требования к специалисту по маркетингу
Основные проблемы предприятий текстильной и швейной отрасли в маркетинге (Работа в группах обсуждение Кейс-стади)	40 минут	16:15-16:50	Коллективный анализ обсуждения предложений, подготовленных в рабочих группах
Подведение итогов, заполнение анкет, завершение тренинга	10 минут	16:50-17:00	