

позволяет достичь экономический эффект как в процессах очистки воздуха для производственного использования, так и в вопросах защиты окружающей среды.

### Summary

The structures of multilayer filter warp fabrics have been developed, they have been examined on quality indices. The results of the research lead to the conclusion about the expediency of the developed fabrics utilization in the processes of separation and purification of aerosols. The developed fabrics can be recommended for utilization in air intakes of sewage cleaning constructions. The use of the fabrics allows to obtain economic effect both in the processes of air purification for industrial utilization and in the issues concerning environmental protection.

УДК 685.31.03.04

### УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА ОБУВЬ В ЮЖНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ РФ

**В.Т. Прохоров, И.Г. Нарожная**  
Южно-Российский государственный университет  
экономики и сервиса

В настоящее время в условиях жесткой конкуренции обувные предприятия Южного федерального округа (ЮФО) должны учитывать не только свои возможности, но и наличие на рынке обуви аналогичного назначения конкурирующих фирм, а также предпочтения и запросы конкретных групп покупателей.

Из-за неразвитости маркетинговых служб и вследствие этого, слабого знания запросов потребителей, а также показателей регионального рынка - покупательной способности (возможности купить обувь) и покупательной активности (желания купить ее), многие предприятия ЮФО оказались неспособными производить конкурентоспособную обувь и обеспечить получение прибыли.

Поэтому обоснование выбора ассортимента выпускаемой обуви, ее количества, цены и потребительских свойств, должны основываться на маркетинговых исследованиях региональных особенностей рынка, требований покупателей и их платежеспособности. Платежеспособность населения ЮФО зависит от социального статуса (работающие, пенсионеры, военнослужащие, студенты, предприниматели, многодетные) и места жительства (села, поселки и маленькие города, крупные города с развитой промышленностью). В ее структуре более 65 % составляют покупатели с низким уровнем доходов это социально незащищенные слои населения - пенсионеры, многодетные и малообеспеченные семьи, военнослужащие, студенческая молодежь. И только около 5 % с высоким уровнем доходов, проживающих в крупных промышленных городах региона и занимающихся предпринимательской деятельностью. Поэтому для ритмичности и прибыльности работы предприятия ассортимент выпускаемой обуви должен быть нацелен на конкретные группы потребителей.

Проведение маркетинговых исследований должно проводиться с момента разработки и внедрения модели обуви на рынок и до ее исчезновения, т.е. на всех стадиях жизненного цикла. Форма кривой жизненного цикла обуви и продолжительность его стадий зависит от изменения направлений моды, сезонности, цены, уровня затрат на производство, степени соответствия запросам потребителей, количества на рынке аналогичной обуви и ее конкурентоспособности.

На предприятиях Южного федерального округа для оценки соответствия внедряемых на рынок моделей обуви требованиям потребителей с разным уровнем доходов,

мы предложили использовать метод оценки полезности обуви основанный на сравнении близости реальных и желаемых значений потребительских характеристик.

Выбирая обувь, покупатели стремятся добиться оптимального соотношения между уровнем потребительских свойств и расходами на ее приобретение и использование. Поэтому результирующая полезности приобретения обуви имеет вид:

$$U = d_1 S + d_2 J \quad (1)$$

Показатели  $S$ ,  $J$  характеризуют степень соответствия стоимостных и качественных характеристик оцениваемой модели обуви требованиям потребителя. Коэффициенты  $d_1$ ,  $d_2$  показывают весомость характеристик  $S$ ,  $J$  для различных групп потребителей. Коэффициенты  $d_1$ ,  $d_2$  должны удовлетворять требованиям нормирования:

$$\begin{aligned} 0 \leq d_1 \leq 1, \dots 0 \leq d_2 \leq 1, \\ d_1 + d_2 = 1 \end{aligned} \quad (2)$$

При оценке стоимости обуви покупатель анализирует цену ее потребления, состоящую из цены покупки и цены эксплуатации. Показатель, характеризующий близость стоимостных параметров обуви требованиям потребителя имеет вид:

$$S = c_1 g_{\text{пок}} + c_2 g_{\text{эк}} \quad (3)$$

где  $c_1$  – весомость характеристики «цена закупки»;

$c_2$  – весомость характеристики «цена эксплуатации»;

$g_{\text{пок}}$  – единичный параметрический показатель, оценивающий близость цены покупки обуви к желаемому потребителем значению;

$g_{\text{эк}}$  – единичный параметрический показатель, оценивающий близость цены эксплуатации обуви к желаемому потребителем значению.

Показатель, характеризующий близость качественных параметров обуви требованиям потребителя имеет вид:

$$J = \sum_{l \in L} a_l \sum_{i \in I_l} a_i g_i \quad (4)$$

где  $L$  – множество оцениваемых потребителем товарных атрибутов;

$l$  – индекс товарного атрибута;

$I_l$  – множество характеристик, формирующих  $l$ -й атрибут;

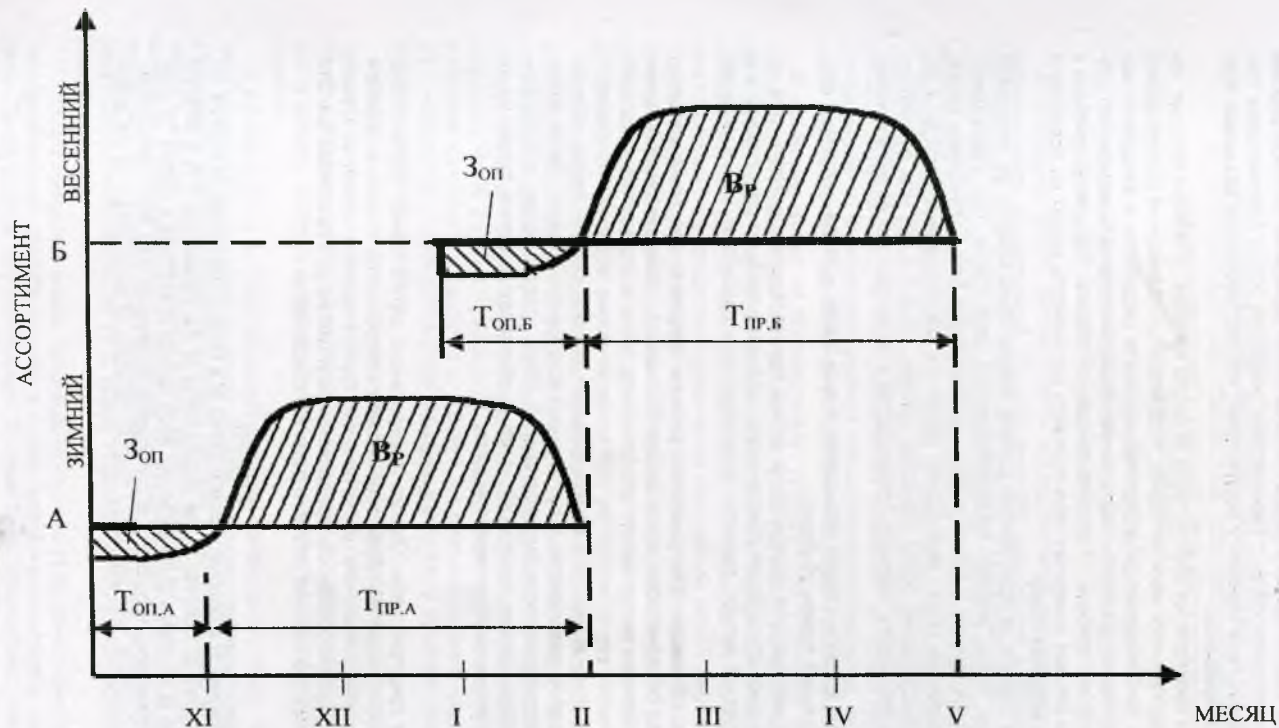
$i$  – индекс товарной характеристики;

$a_l$  – весомость  $l$ -го атрибута;

$a_i$  – весомость  $i$ -й характеристики;

$g_i$  – единичный параметрический показатель для  $i$ -го параметра, оценивающий его близость к желаемому потребителем значению.

Проведенные по этой методике маркетинговые исследования на ЗАО «Стиль» (г. Ростов-на-Дону ЮФО), на этапе разработки и внедрения обуви на рынок позволили выявить, в чем состоит неудовлетворенная потребность, изучить нужды и запросы конкретных групп потенциальных потребителей. А, также, проанализировать по каждой внедряемой на рынок модели, насколько она близка по каждой характеристике, желаемому потребителем значению, оценить удовлетворенность покупателей предложенным ассортиментом обуви и выявить, что нужно изменить в самом изделии для его успеха на рынке.



$T_{оп}$  — время освоения;  $T_{пр}$  — время производства и реализации;  
 $В_r$  — выручка от реализации;  $З_{оп}$  — затраты на освоение.

Рисунок — Графическое изображение циклов производства обуви

После внесения корректировок в неудовлетворительно оцененные потребительские характеристики, изготовили обувь с параметрами, наиболее полно отвечающими требованиям и пользующуюся спросом у покупателей. Что подтвердилось объемами продаж и полученной прибылью.

Анализ работы предприятия ЗАО «Стиль» за шесть месяцев, в течение которых исползовалась предложенная нами методика, подтвердил, что внесение корректировок в соответствии с требованиями потребителей на стадии разработки и внедрения модели на рынок позволяет увеличить спрос на нее, продолжительность жизненного цикла и, в конечном итоге, прибыль от реализации данной модели. Получение прибыли в запланированном объеме позволяет гарантировать окупаемость затрат на освоение и внедрение новых моделей обуви.

Маркетинговая служба на предприятии должна внимательно следить за динамикой продаж и прибыли, чтобы вовремя перераспределить свои усилия. При уменьшении темпов продаж нужно думать о новых рынках, корректировке цены, улучшении сервиса. Если нет окупаемости затрат необходимо увеличить маркетинговые расходы и затраты на совершенствование обуви (качество, дизайн, сервис и др.) или прекратить маркетинговую деятельность, свернуть производство и перестроиться на выпуск новых изделий.

Особенно важно уловить стадию насыщения и еще более – спада, поскольку держать на рынке «большой товар» убыточно.

Предложенная методология определения спроса предопределяет условия, при которых жизненный цикл обуви будет обеспечивать получение прибыли достаточной для компенсации затрат на выпуск, развитие производства и разработку новых моделей обуви (рисунок).

Использование обувными предприятиями региона предложенной нами методики оценки полезности обуви на всех этапах жизненного цикла, позволит быстро оценивать степень «старения» выпускаемого ассортимента обуви и определять целесообразность продолжения его производства или освоения новых моделей, что отвечает запросам сегодняшнего рынка. Тем самым позволит снизить степень риска, обеспечить гибкость развития предприятия и его сильный конкурентный статус. Такое решение проблемы востребованности изготавливаемой обуви создает основу для использования ресурсосберегающих технологий, которые обеспечат снижение затрат на ее производство без уменьшения жизненного цикла.

#### Аннотация

Использование предприятиями Южного федерального округа оценки соответствия внедряемых на рынок моделей обуви требованиям потребителей с разным уровнем доходов на всех этапах жизненного цикла, позволит быстро оценивать степень «старения» и определять целесообразность продолжения или снятия их с производства. Это снизит степень риска и обеспечит гибкость развития предприятия.

#### Summary

Use by the enterprises of a Southern federal district of a rating of conformity of models, introduced on the market, of footwear to the requirements of the consumers with a different level of the incomes at all stages of life cycle, will allow quickly to estimate a degree "of «aging" and to define (determine) expediency of continuation or removal them from manufacture. It will lower a degree of risk and will ensure (supply) flexibility of development of the enterprise.