

УДК 685.31

О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ КЛАССИФИКАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ ОБУВИ

В.С. Белгородский

Московский государственный университет
дизайна и технологии

Л.А. Белова, О.В. Безусьяк

Новосибирский технологический институт Московского
государственного университета дизайна и технологии (филиал)

Насыщение обувного рынка вызвало появление новых тенденций. Возрастают требования к качеству при невысокой цене, усиливается влияние модных тенденций. Сезонные особенности поведения потребителей стираются (обувь на сезон покупается в этот же сезон). В регионах потребители стремятся покупать универсальную обувь, вследствие низкой покупательной способности населения.

Рынок обуви очень сложен, игроки используют незрелые технологии управления, продвижения и стимулирования сбыта. Ситуация на обувном рынке вынуждает компании выделять свои конкурентные преимущества, усиливать их и соотносить с предъявляемыми требованиями потребителей.

В последнее время благодаря появлению новых материалов и технологий производства обуви, использованию дешевой рабочей силы, приведшей к резкому снижению доли трудоемкости в себестоимости обуви, (последние по некоторым данным не превышают 2-3 %) ассортимент, конструкция, внешний вид обуви стали расширяться и пополняться новыми данными. Появляются новые термины и понятия, что требует пересмотра существовавшей терминологии, поскольку «прежняя классификация и терминология обуви уже не могла полностью служить своему назначению» [1]. Аналогичная ситуация наблюдается и в других отраслях промышленного производства так называемых товаров народного потребления [2].

На протяжении всей истории развития легкой промышленности, в частности обувного производства, большое внимание уделялось совершенствованию ее терминологии.

Классификация, существующая на данный момент, не охватывает всего многообразия обуви. Практически исчезла граница между модельной обувью и повседневной, так как одним из самых главных требований к современной обуви является соответствие модным тенденциям. Теперь все стараются следить за модными тенденциями. Трудно представить сейчас повседневную обувь не соответствующую моде. Поэтому граница между повседневной и модельной обувью должна определяться не по наличию модных отделок, а по условиям носки.

С целью привлечения покупателя и побуждения его покупать все новые и новые модели, производители расширяют ассортимент предлагаемой обуви, изобретая все новые и новые конструкции, которые уже давно вышли за пределы так называемых «типовых», и не попадают ни под какую классификацию. Возникают проблемы: как у разработчиков, так и у торговых организаций, затрудняются маркетинговые исследования.

Деление обуви по высоте заготовки как это предлагает ГОСТ 23251-83 «Обувь, термины и определения» не всегда оправдано. Например, летние сапожки с заготовкой верха, полностью выполненные из ремешков. По высоте заготовки – это сапоги, а по конструкции – ремешково-сандаляная обувь. И таких примеров множество. Торговые компании и вовсе неверно указывают виды обуви, или используют термины, которые не являются общепринятыми, не соответствуют стандартам, но широко используются

в быту. Например, босоножки. Хотя и существует Общесоюзный классификатор промышленной и сельскохозяйственной продукции, торговые компании его не придерживаются. Производители же чаще всего классифицируют обувь в соответствии стандартам и техническим условиям. Таким образом, возникают проблемы при заказе продукции. Зачастую только визуалью можно определить, что подразумевается под названием той или иной модели. При прохождении товаром таможенного досмотра, а также сертификации обуви возникают трудности при классификации обуви. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Российской Федерации (ТН ВЭД России) и вовсе классифицирует обувь только по материалам, из которых она изготовлена. Однако и в этом случае возникают проблемы, но уже связанные с терминологией материалов. Прессованная кожа – это что? Натуральная кожа или искусственный или синтетический материал?

Таким образом, не только мода, но и научно-технический прогресс, способствовали появлению новых форм и конструкций верха и низа обуви. Требуется проведение специальных исследований с целью дополнения существующих классификаций для создания технических регламентов, касающихся терминологии в области товароведения обуви.

В предлагаемой работе проведены социологические исследования и экспертные опросы с целью определения понятия «модельная обувь» и выявление факторов, влияющих на требования к современной модельной обуви. Анализ данных результатов опроса показал, что современную обувь сложно разделить на модельную и повседневную. Разделение обуви на модельную и повседневную утратило свою актуальность. Деление, как правило, условно, чаще всего недобросовестные продавцы, с целью снижения издержек на сертификацию продукции, заявляют ее как повседневную, а при возникновении рекламаций на неудовлетворительные эксплуатационные свойства, вводят потребителя в заблуждение о якобы не надлежащих условиях эксплуатации так как обувь модельная (кратковременная носка при различных торжественных случаях – согласно ГОСТ 23251 – 83 «Обувь. Термины и определения»). При делении обуви по назначению, следует вводить понятия, отражающие социальное положение и уровень доходов, потребителей тех или иных товаров. Так обувь может быть разделена на массовую, функциональную, обеспечивающую потребность населения с низкими доходами. Обувь для людей среднего класса со средним доходом. Им требуется обувь средняя по цене. Они выделяют обувь для улицы и на выход (иногда используется термин «нарядно-повседневная»). Более 90 % населения России покупают именно такую обувь. Далее следует дорогая обувь известных торговых марок и замыкает ряд коллекционная обувь. Доля потребителей третьей и четвертой группы обуви в России не велика. При создании технических регламентов, касающихся производства и товароведения обуви, следует пересмотреть классификацию обуви по назначению и пополнить терминологический аппарат, понятиями, отражающими социальный статус потребителя.

Список использованных источников

1. Маслова Т.Д. Маркетинг Учебник /Т.Д. Маслова, Л.Н. Ковалик.-СПб: «Питер». 2002.- 400 с.
2. Киладзе А.Б. Анализ понятийно-терминологического аппарата товароведения сырья животного происхождения / А.Б. Киладзе // Кожевенно-обувная промышленность. – 2005. - № 1. – с. 20-22.