



Рисунок 3 – Ассортимент женской обуви

УДК 685.34.02

О НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЯХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СПРОСА НА ОБУВЬ

**В.Т. Прохоров, Т.М. Осина,
Л.Г. Колпакова, С.В. Кулешова**

*Южно-Российский государственный
университет экономики и сервиса*

Особенностью обувной промышленности является частая смена ассортимента. Проектирование новых образцов обуви предусматривает разработку технологических процессов их изготовления, которая должна выполняться в сжатые сроки и с минимальными затратами. При этом выбирается оптимальный вариант производства, так как на стадии проектирования технологического процесса заранее задается интенсивность функционирования предприятия, т.е. возможный уровень технико-экономических показателей его работы. На стадии проектирования закладываются и основы качества продукции, поскольку ее свойства во многом зависят не только от

внешнего вида, функционального назначения, соответствия моде и т.д., но и от процесса изготовления

В этой связи было бы более правильным говорить о необходимости создания структурной модели обувного производства, которая обеспечивала бы функционирование гибкого технологического процесса при обязательной реализации основного требования – обеспечение изготовления обуви в ассортименте, удовлетворяющем потребностям рынка и реализующем требования конкурентоспособности.

Выход может быть найден при использовании новых подходов в области экономического управления предприятием, в т.ч. маркетинга, разработки конкурентного статуса предприятия, облегчающего приспособление к внешней среде.

Таким образом, успех обувного предприятия будет зависеть от того, как быстро будет определена угроза его существованию. Это еще раз подтверждает тот основной вывод по результатам исследования состояния обувных предприятий, что их приспособление к внешней среде при безусловной важности внутренней среды должно стать первостепенным и проявиться в стратегическом прогнозировании и гибком развитии предприятия.

Гибкость предприятия – это способность предприятия получать необходимый результат, позволяющий ему без коренного изменения основных производственных фондов осваивать за определенные сроки закономерные (необходимое количество новых моделей обуви, которые могут быть востребованы рынком и в свою очередь позволяют в будущем периоде получить необходимый результат, обеспечивающий выживание и развитие предприятия.

Для реализации задачи изучения рынка и применения в этом случае технологии штрихового кода (в соответствии с Законом о защите прав потребителей) необходимо воспользоваться программным продуктом на базе аппаратно-программного комплекса «Розничная торговля» (АПК РТ) производства Тулинковского приборостроительного завода.

Комплекс включает в себя:

- термопринтер штрих-кодов ТПР-2242 для печати самоклеящейся этикетки со штрих-кодом;
- фасовочный комплекс ВШК-11-БР-ТПР – фасовочные весы, соединенные с ТПР - 2242 (по необходимости);
- комплекс сбора и передачи данных КСПД-100 – мобильное, легкое и простое в обращении устройство для решения задач сбора данных на удалении от компьютера.
- кассовый аппарат со сканером для проведения операций по продаже товара путем сканирования штрих-кода на товаре;
- блок внешней памяти «МЕМО+» – заменитель персонального компьютера для хранения товарной базы на кассе

Всем известное устройство под названием «Фискальный регистратор» требуют обязательного ПК

Контрольно-кассовая машина (ККМ) со сканером при использовании блока «МЕМО+» может работать и без ПК. При этом товарная база будет загружаться в «МЕМО+» и по мере продаж всего ассортимента обуви он оттуда будет исключаться.

Дополнительная подзагрузка товаров «МЕМО+» требует кратковременного прерывания работы ККМ (на 2-3 мин). Несомненным достоинством комплекса являются:

- простота использования,
- возможность любой комплектации,
- невысокая стоимость по сравнению с комплексами на «Фискальных регистраторах».

Использование КСПД-100 позволит сократить время и количество задействованного персонала для проведения операций, связанных с учетом и контролем за реализацией изготовленной обуви заданного ассортимента.

Сам комплекс включает в себя:

- сканер штрихового кода;
- терминал сбора данных серии ТМК,
- подставку, обеспечивающую удобное размещение на рабочем месте и зарядку аккумуляторов;
- кабель для соединения с компьютером, принтером штрих-кодов и т.п.;
- утилиты для установки на компьютер

ТМК оснащен микропроцессором, встроенной памятью, жидкокристаллическим экраном, клавиатурой, последовательным портом (RS 232) для связи с компьютером.

Структура данных в терминале представляет собой набор записей, состоящих из пяти полей каждая. Длина информационных полей 16 символов.

Назначение полей «штрих-код» и «дата и время» не изменяется.

Типичный пример использования полей терминала:

Штрих-код – Наименование – Цена Количество – Дата и время –

Товар (в данном случае обувь) в терминал вводится путем считывания штрих-кода сканером. При необходимости ввода большого количества обуви одного вида его штрих-код вводится один раз, количество же вводится с клавиатуры вручную. Но такая ситуация возможна крайне редко, так как покупатель будет в основном приобретать обувь для себя. Лишь в случае покупки обуви для детей возможны варианты двух и более пар, но и они будут отличаться и по размерам, и по цвету, и, соответственно, по цене.

Позтому в конце работы терминал подключается к COM-порту компьютера и накопленная в терминале база данных сбрасывается в компьютер и сохраняется в стандартной форме DBF или в текстовом файле с полями, разделенными точкой с запятой

Кроме того, программа формирует в выходном файле еще одно поле – «код задачи», определяющий задачу на текущий момент КСПД: инвентаризация, поступление и продажа обуви, комплектация задания на необходимый ассортимент обуви и т.д.

Программные драйверы КСПД-100 обеспечивают его работу в различных программах торгового учета, например «1С торговля + склад». В соответствии с кодом задачи программа может выполнять хозяйственную операцию и формировать соответствующий документ: акт инвентаризации, приходную и расходную накладные и пр. Возможности КСПД-100 не ограничиваются вышеперечисленными примерами. Он может также применяться для подготовки исходных данных об объемах реализации обуви в заданном интервале времени и места, формировать данные об интенсивности реализации предложенного для продажи ассортимента, т.е. своевременно готовить предложения по увеличению объема реализации имеющегося ассортимента или по снятию его с реализации и замены на более востребованный, если условия и объемы реализации оказались не обеспечивающими возврат средств, затраченных на его изготовление.

Применение технологии штрихового кодирования позволит осуществлять диагностику и планирование гибкого развития предприятия в условиях конкурентоспособности, нестабильности российской действительности и определить

устойчивость для обновления, которая оценивает текущее состояние предприятия и возможность его стратегического развития;

способность к обновлению, которая представляет собой закономерность между среднегодовым количеством изготавливаемой обуви, находящейся в освоении, и следующим важнейшим параметрами работы предприятия: времени производства и нахождения ассортимента обуви на рынке; времени подготовки и освоения нового ассортимента, перечень производимого ассортимента обуви, востребованного рынком и делает планируемым и прогнозируемым процесс развития обувного предприятия

При этом будет найден ответ на возможность установления закономерности между среднегодовым количеством изготавливаемой обуви, находящейся в освоении, и следующими важнейшими параметрами работы предприятия: времени производства и нахождения ассортимента и предложить перечень производимого ассортимента обуви, востребованного рынком, что сделает планируемым и прогнозируемым процесс развития обувного предприятия, а это сейчас в новых условиях хозяйствования является определяющим

УДК 685.34.03.01

О СОВРЕМЕННЫХ ПРИНЦИПАХ РАЗРАБОТКИ НОВОГО АССОРТИМЕНТА

*Т.В. Деркач, Т.А. Лупашко,
В.Т. Прохоров, Т.М. Осина*

*Южно-Российский государственный
университет экономики и сервиса*

Разработка нового ассортимента является важнейшим элементом товарной политики фирмы. Это комплексный процесс, включающий параллельное осуществление технологических, экономических и маркетинговых мероприятий. Разработка товара начинается с поиска, оценки и отбора перспективных идей, их апробации

Технологическая разработка заключается в проектировании и конструировании самого товара, обеспечении необходимого оборудования и производственных мощностей для его выпуска.

Экономическая разработка сводится к обоснованию инвестиционных вложений и прогнозу их эффективности, расчету себестоимости и отпускной цены, прогнозу прибыли и рентабельности.

Маркетинговая разработка начинается на этапе предварительного рассмотрения и отборе идей, проведения исследования рынка, на основании которого определяется его емкость и прогнозируется спрос. Изучение и прогнозирование основных параметров рынка позволяет вплотную приблизиться к принятию решения о выводе товара на рынок. Однако до этого необходимо провести ряд маркетинговых операций по сертификации товара и оценке его конкурентоспособности, провести пробный маркетинг, развернуть рекламную кампанию и другие мероприятия по продвижению товара.

Разработка ассортимента идет одновременно на трех уровнях:

- по замыслу: какими свойствами он должен обладать, чтобы удовлетворять определенный набор потребностей, на какие типы потребителей он рассчитан;
- в реальном исполнении: имеет пять отличительных признаков (определенный уровень качества, установленный набор полезных свойств, оригинальное оформление, привлекающее потребителей, марочное название и специфическая упаковка);