

Опрошенные респонденты сомневаются в качестве обуви, предлагаемой на рынках. Что подтвердило целесообразность развития направления сетевых магазинов в Новосибирске.

Актуальным моментом является изучение предпочтения потребителями фирменных магазинов и марок изделий. Опрошенные покупатели отдали предпочтение магазинам розничной сети «Моно» (79 %). Данный результат связан с высокой ориентированностью фирмы на Сибирский регион. Непоседа (46 %). «НАТИ» (17 %). Детский мир (13 %). Котофей (24 %).

Среди популярных марок были отмечены Антилопа (Россия), Bagira (Румыния), Аллигаша (Россия), Котофей (Россия), Лель (Россия), Фома (Россия), Шалунишка (Украина), Юничел (Россия), Лева Солнечный. Ul'et (Россия-Китай).

Среди факторов, влияющих на выбор детской обуви, большинство респондентов выбрали наиболее значимыми: комфортность (23 %). цена (17 %), натуральные материалы верха (14 %).

Определение колористических предпочтений показало, что покупатели предпочитают приобретать обувь ярких цветов для детей дошкольного возраста не зависимо от сезона; для школы демисезонную темного цвета как для девочек, так и для мальчиков. Отдельно отмечено, что летнюю обувь предпочитают цветную.

В ходе опроса респонденты ответили, что чаще всего детям покупают обувь, потому что выросла нога. Но чем старше ребенок, тем весомее другие факторы: мальчики становятся более активными обувь быстрее приходит в негодность; девочки начинают следить за модой, обращать больше внимание на свою одежду, обувь соответственно хотят новую пару более красивую и модную.

Таким образом, анализ ситуации на Сибирском рынке обуви, его насыщения обувью показал, что в данном регионе реализуется общероссийская тенденция развития сетевой торговли. Подтвержден растущий спрос на детские товары. Определены факторы, влияющие на формирование ассортимента (как видового, так и размерного) для данного региона.

УДК 685.34

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ОБУВИ В РАМКАХ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Н.В. Бекк, д.т.н., профессор, Л.А. Белова, к.т.н., доцент
Новосибирский технологический институт (филиал) «МГУДТ»,
г. Новосибирск, Российская Федерация*

Современные тенденции развития российской экономики ставят отечественные предприятия перед необходимостью работать по-новому, приспособив свою производственно-хозяйственную и сбытовую деятельность к запросам потребителей и условиям конкурентной среды.

Повышение конкурентоспособности обуви возможно за счет разработки новых моделей на основе маркетинговой информации и углубленного изучения предпочтений конкретных групп покупателей, ускорения процесса смены ассортимента при одновременном сохранении или повышении эффективности производственной системы. В настоящее время наблюдается переход от промышленных предприятий, которые занимаются производством обуви, к торгово-промышленным, не только производящим обувь, но и занимающимся ее реализацией.

Процесс создания обуви делится на несколько этапов, первым из которых является предпроектный этап. На предпроектном этапе определяется концепция предприятия, проводится анализ покупательского спроса, изучаются тенденции моды, модели аналого

и т.д. На этом этапе закладываются основы будущей коллекции, создаются новые модели. Большая часть предпроектной подготовки уделяется созданию эскиза. В последнее время мы наблюдаем изменение требований к результатам этой работы.

В современных экономических условиях развитие производства идет по двум направлениям: традиционный вариант с размещением предприятия в России, при котором отделы конструирования встроены в структуру предприятия и отработка изделия ведется непосредственно в производственных цехах; и новое направление, при котором производство сосредоточено за рубежом, и конструктор должен максимально точно выполнить разработку нового изделия, так как уже не включен в производственный процесс. В связи с этим наблюдаются различия содержания предпроектного этапа для традиционного (промышленного) и нового (торгово-промышленного) производства обуви.

Так, например, модельеры выполняют этап «Прорисовка формы колодки». Необходимость прорисовки формы колодки возникает на тех предприятиях, производство которых территориально удалено. Основная проблема — это объемное восприятие колодки, и правильная передача колодки в эскизе.

У конструкторов, работающих непосредственно на промышленных предприятиях, задачи точной прорисовки формы колодки нет, так как они в любой момент могут уточнить форму колодки по имеющемуся образцу.

Эскиз колодки должен четко передавать ее основные особенности: форма носочной части, высота приподнятости пяточной части, пропорции основных участков. При выполнении этого этапа может возникнуть ряд ошибок. Неправильная прорисовка формы колодки, может привести к тому, что изделие не будет смотреться на реальной колодке. Как следствие, модельеру придется выполнять всю работу заново.

Это опосредованно сказывается на этапе «Разработка эскизов на выбранных колодках». Особенно важно правильно оценить высоту приподнятости пяточной части. Существенные проблемы могут возникнуть при прорисовке высокого каблука, или очень низкого. Когда рисуется колодка, предназначенная для обуви с высоким каблуком, необходимо сознательно слегка завышать высоту каблука. Это связано с тем, что эскиз представляет собой стилизацию готовой обуви, поэтому необходимо расставить акценты на основные особенности колодки и, как бы, утрировать их. Тем самым модельер передает «характер» колодки. Высокий каблук подразумевает более изящную обувь, чем низкий каблук. Завысив его, автор подчеркивает эту особенность колодки. Ошибкой является, когда модельеры занижают каблук. В этом случае, из модельной колодки получается повседневный вариант.

Другой сложной задачей является прорисовка колодки на низком каблуке. Тут модельер может подсознательно завысить каблук, тем самым исказив представление о колодке. Эта ошибка возникает потому, что модельер стремится придать колодке больше изящества, хотя здесь оно и не требуется.

Одной из часто возникающих ошибок является искажение носочной части, уменьшение ее объема и длины. Их излишнее уменьшение в реальной обуви может привести к дискомфорту. Правильным будет решение, если при прорисовке носочной части ее немного удлинит, сохранив при этом форму. Ошибкой может стать представление слишком массивной носочной части по сравнению с общей длиной колодки. Чаще всего такая ошибка возникает при прорисовке обуви на низком каблуке. В результате колодка может выглядеть как детская. Соответственно дальнейшая проработка моделей на ней невозможна.

После того как определен характер колодки, возникает необходимость выбора информационного ракурса. Практика показывает, что при выборе ракурса не стоит стремиться слишком сильно развернуть обувь, вполне достаточно небольшого отклонения колодки. Для того чтобы избежать несоответствия в развороте носочной части, пяточной части и каблука, лучше всего проводить направляющую, относительно которой ведется разворот.

Это обеспечивает не только лучшее восприятие модели, но и передачу ее конструктивных характеристик, влияющих на технологию производства обуви.

В реальных условиях для того, чтобы отработать колодку, необходимо создать минимум 5 моделей сапог и несколько моделей ботинок, если речь идет о зимней коллекции. Такое количество моделей запускается с одной колодки в массовое производство. Примерно 20 эскизов доходят до этапа создания макета, а всего конструктор рисует около 200–300 эскизов.

Если в модели подразумевается вышивка, то нужно обязательно прорисовать ее и продумать характер линий, соотнести их с подошвой и каблуком. Должны быть выделены функциональные строчки, отдельно обозначены декоративные строчки. Также отдельно прорисовываются перфорации, вышивки и рисунки лазером, с описанием характеристик. При использовании вышивки в модели отмечают ее цвета.

Делаются сечения сложных участков. Указывается способ крепления на стопе. Если есть необходимость, нужно прорисовать внутреннюю сторону обуви. На эскизе должно быть понятно, где начинается деталь и где заканчивается, какая у нее конфигурация. Должна «читаться» последовательность сборки моделей и т.д.

Такие высокие требования к созданию эскизов объясняются тем, что новым этапом конструкторско-технологической подготовки торгово-промышленных предприятий является и «выбор фабрики». Предприятия сотрудничают с большим количеством фабрик, каждая из которых имеет свою специализацию. Эскиз надо отработать с учетом специфики предприятия. У предприятий, сотрудничающих, например, с Китаем, трудоемкость является второстепенным вопросом. Для таких предприятий важным является материалоемкость моделей.

Кроме того, при создании эскиза нужно ориентироваться на потребности покупателя, проанализировать, на что, прежде всего, обращается внимание при покупке обуви. К востребованным элементам обуви можно отнести высоту голенища, контур задней линии голенища, форму и декоративную отделку линии канта, форму каблука. Выявлено, что потребители положительно относятся к вертикальным конструктивным и декоративным линиям.

Таким образом, анализ деятельности современных горьковского-промышленных производств показал, что качество обуви формируется уже на стадии эскизных разработок.

УДК 339.1/5+658.62

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ И ЭКСПЕРТИЗЕ ТОВАРОВ

*К.А. Битяй, студентка, Е.А. Матюшкова, студентка, И.С. Карпушенко, ассистент
УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Одно из направлений инновационного развития торговли и экспертизы товаров связано с применением информационных технологий и автоматизацией. В современных условиях предприятия розничной торговли стремятся наиболее полно удовлетворить потребности покупателя, увеличивая ассортимент товаров и повышая качество обслуживания. Трудоемкие задачи управления широким ассортиментом, интенсивными товарными и денежными потоками, сокращение времени обслуживания покупателя в розничной торговле решаются с помощью комплексной автоматизации и применения ИТ-технологий.

На белорусских предприятиях розничной торговли уже широко применяются: кассовые аппараты, работающие с кодом (или штрих-кодом) товара, имеющие энергонезависимую память на определенное количество наименований товара, пополняемую и корректируемую