

что в результате обработки основы перед ткачеством должна снижаться электризуемость нитей и значительно повышаться стойкость их к истиранию многократным растяжениям и изгибам.

Список использованных источников

1. Казакова Д.С., Хамраева С.А. Влияние шпихтования на свойства пряжи и обрывность ее в ткачестве. // Развитие науки и технологии, 2015, Бухара, - С.67-68.

УДК 685.34:519.67

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ОБУВИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕГИОНОВ ЮФО И СКФО

Ковалева К.Г., маг., Рева Д.В., асп., Прохоров В.Т., проф.

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ,
г. Шахты, Российская Федерация*

Ключевые слова: *инновационные технологии, обувь, конкурентоспособность, ассортимент.*

Реферат. Критическая ситуация в обувной отрасли ЮФО и СКФО не в последнюю очередь вызвана неспособностью многих руководителей обувных предприятий быстро приспособиться к новым требованиям, выдвигаемым рынком, к возникшей конкуренции со стороны российских и иностранных производителей

В данной статье выдвинуты и теоретически обоснованы принципиально новые положения, к которым относятся:

- решение проблем в развитии обувной промышленности;
- повышение конкурентоспособности обувных предприятий и отраслей в регионах ЮФО и СКФО;
- разработана ассортиментная политика по формированию конкурентоспособной мужской, женской и детской обуви с учётом факторов, влияющих на потребительский спрос: соответствие основным тенденциям моды, экономическим, социальным и климатическим особенностям регионов ЮФО и СКФО.
- развитие и создание новых обувных предприятий на территории СКФО и ЮФО;
- обзор существующих подходов к оценке конкурентоспособности.

Реализация межгосударственной инновационной политики основывается на создании такой системы, которая позволит в кратчайшие сроки и с высокой эффективностью использовать в производстве интеллектуальный, технологический и производственный потенциал государств-членов ЕвразЭС.

Характер новой конкуренции в современной мировой экономике, обусловленный процессами глобализации, ставит перед производителями высокие требования к повышению конкурентоспособности товаров и предприятий. Повышение конкурентоспособности предприятий и отраслей является одним из важнейших направлений реального экономического роста, как в России, так и в регионах ЮФО и СКФО [1].

Особенно актуальна задача повышения конкурентоспособности для обувных предприятий, которые в силу внешних факторов (усиление конкуренции вследствие глобализации, мировой финансовый кризис) и внутренних (неэффективный менеджмент) утратили свои конкурентные позиции на внутреннем и внешнем рынках. В ответ на негативные процессы во внешней среде усиливаются процессы регионализации и создания различных сетевых структур, одной из которых является союз товаропроизводителей и государства. Развитие и создание новых обувных предприятий на территории СКФО и ЮФО носит стратегический характер. Ярким примером такого решения является строительство в Черкесске обувной фабрики мощностью 1 миллион пар обуви всего ассортиментного ряда [2]. Поддержка и развитие малых и средних предприятий легкой промышленности (в том числе обувных), расположенных на территории ЮФО и СКФО позволит предоставить достаточное количество рабочих мест, что в свою очередь сократит процент безработных в этих регионах. Но для этого региональным органам необходимо взаимодействовать вместе с руководствами малых и средних предприятий.

Для обеспечения конкурентоспособности отечественной обуви предприятиям регионов ЮФО и СКФО необходимо зарекомендовать себя как производителей высококачественной продукции широкого ассортимента, отвечающего современным требованиям моды и доступной по цене для большинства потребителей. Конкурентоспособность обуви необходимо повышать постоянно, добиваясь максимального соответствия её потребительских и стоимостных характеристик существующим и, особенно, прогнозируемым запросам покупателей. Производство, по существу, является связующим звеном между спросом и предложением. Для создания конкретного преимущества с точки зрения маркетинга предприятие должно проанализировать имеющиеся запросы у потенциальных потребителей и определить, что имеет для них наибольшее значение, и передать это качество лучше, чем его конкуренты.

В настоящее время отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности предприятия и продукции. Обзор существующих подходов к оценке конкурентоспособности позволил объединить их в следующие группы [3].

Первая группа включает подход к определению конкурентоспособности предприятий, основанный на выявлении конкурентных преимуществ. Данный подход возник с появлением стратегического планирования и развитием теории конкуренции. Он позволяет провести анализ достигаемых конкурентных преимуществ предприятия, но не дает точного количественного выражения результатов оценки и поэтому не может использоваться для сравнительного анализа конкурентоспособности предприятий, анализа выполнения плана повышения конкурентоспособности, динамики конкурентоспособности предприятий.

Вторая группа ученых предлагает оценку конкурентоспособности с использованием многоугольных профилей. Она базируется на построении векторов конкурентоспособности по факторам: концепция, качество, цена, финансы, торговля,

послепродажный сервис, внешняя политика, предпродажная подготовка. Однако нет уточнения, как можно оценить некоторые факторы.

Другие ученые (третья группа) – предлагают рейтинговую оценку конкурентоспособности предприятия на основе следующих факторов: товар, ассортимент, имидж, цена, оформление, сервис, объемы продаж, сегмент рынка, поставка и сбытовая политика, реклама и стимулирование спроса. Недостаток этого подхода в том, что он оценивает только маркетинговую деятельность предприятия, но не учитывает других важных ресурсов потенциала предприятия.

Четвертая группа ученых предлагает оценивать конкурентоспособность организации на основе произведения индекса по товарной массе и индекса эффективности объекта. Несвершенство этого подхода состоит в том, что это упрощенный подход к оценке, он не учитывает такие важных факторы, определяющие конкурентные преимущества предприятия, как уровень организации и осуществления маркетинга на предприятии, финансы, экспортный потенциал. Кроме того, большинство авторов не указывает, как определить коэффициент эффективности производителя.

Пятая группа авторов предлагает подход, основанный на взвешенной оценке факторов конкурентоспособности предприятия. Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия определяется по правилам линейной свертки (оценка факторов конкурентоспособности отдельных сторон деятельности предприятия умножается на весовость отдельных факторов в общей сумме).

Рассматривая регионы ЮФО и СКФО можно отметить, что климат в данных местностях достаточно мягкий, что в свою очередь требует от производителя особого внимания к выбору материалов для изготовления обуви. Можно использовать более дешевые материалы, не обязательно использовать натуральную кожу и мех для изготовления мужской и женской обуви, это позволит значительно снизить себестоимость продукции и повысить её конкурентоспособность на рынке, а увеличение ассортимента обуви за счет разнообразия материалов повысит заинтересованность покупателей в её приобретении. Разработанные авторами инновационные технологические процессы для производства мужской, женской и детской обуви с использованием современного технологического оборудования с передовыми нанотехнологиями, формирующие основу для снижения затрат на обувь и обеспечивающие ей повышение конкурентоспособности с продукцией ведущих зарубежных фирм, с возможностью широкого ассортиментного выпуска обуви не только по видам, но и по методам крепления, что гарантирует ей востребованность в полном объеме. Такое возможно за счет наполнения инновационных процессов универсальными и многофункциональными оборудованьями [4]. Предложены компоновки технологического оборудования, на базе которых возможно формировать технологические процессы для производства мужской, детской и для женской обуви с оптимальной мощностью в зависимости от производственной площади и формы организации производства. Для выбора оптимальной мощности выбрано было разработанное программное обеспечение, позволяющее производителям на основе совмещения инновационных технологических процессов с использованием универсального и многофункционального оборудования изготавливать весь ассортиментный ряд обуви с минимальными, средними и максимальными затратами. При этом в качестве критериев для обоснованного выбора оптимальной мощности при формировании алгоритма производители выбирали те критерии, которые с их точки зрения оказывают наибольшее влияние на затраты производства готовой продукции - коэффициент загрузки рабочих, %; производительность труда одного рабочего, пары, потери по заработной плате на единицу продукции, руб.; удельные приведенные затраты на 100 пар обуви, руб. Анализ полученных характеристик для трёх вариантов заданного технологического процесса при изготовлении всего ассортиментного ряда обуви подтвердил эффективность программного продукта для оценки предложенного инновационного технологического процесса с использованием универсального и многофункционального оборудования.

Список использованных источников

1. Инновационные технологические процессы в легкой промышленности для производства конкурентоспособной и востребованной продукции: монография/ В.Т. Прохоров, Т.М. Осина, Л.Г. Грецкая [и др.]; под общ. ред. д.т.н., проф. В.Т. Прохорова; ИСОиП (филиал) ДГТУ. – Шахты: ИСОиП (филиал) ДГТУ, 2014. – 272 с.
2. Обувная фабрика Черкесска [Электрон. ресурс] URL: <http://fabrika-cherkessk.ru/>
3. Инновационные технологические процессы в легкой промышленности для производства конкурентоспособной и востребованной продукции: монография/ В.Т. Прохоров, Т.М. Осина, Л.Г. Грецкая [и др.]; под общ. ред. д.т.н., проф. В.Т. Прохорова; ИСОиП (филиал) ДГТУ. – Шахты: ИСОиП (филиал) ДГТУ, 2014. – 272 с.
4. О возможностях ассортиментной политики по формированию стабильных результатов деятельности отечественных обувных предприятий/ Д.В. Рева, Н.Г. Селина, В.Т.Прохоров [и др.]; сборник научных статей и воспоминаний «Памяти В.А. Фукина посвящается». Часть 3. – М.: МГУДТ, 2014. С.41-51

УДК 685.34:517.51

О НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЯХ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ, УЧАСТВУЮЩИХ В ТАМОЖЕННОЙ ЭКСПЕРТИЗЕ

*Ковалева К.Г., маг., Шрайфель И.С., доц., Мальцев И.М., доц.
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ,
г. Шахты, Российская Федерация*

Ключевые слова: программное обеспечение, компетентность, эксперт, таможенная экспертиза.

Реферат. В статье приведены результаты апробации программного обеспечения, разработанного авторами, для оценки компетентности специалистов, привлекаемых к участию в таможенной экспертизе в качестве экспертов по оцен-