

УДК 685.35.03.01

**О ПРЕРОГАТИВЕ ПРОИЗВОДСТВА ОБУВИ В  
РЕГИОНАХ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА  
Е.В. Прохорова, Б.В. Морозов, В.Т. Прохоров**

*Южно – Российский государственный университет  
экономики и сервиса, г. Шахты, Россия*

Переход экономики России на рыночные отношения привел к резкому ухудшению ситуации в обувной промышленности и в Южном Федеральном округе (ЮФО), который занимал первое место по объему выпускаемой обувной продукции.

По данным статистики общий выпуск обуви в ЮФО с 1970 к 2006 году сократился на 24%. На 1.01.2006 год выпуск составляет 12071 тыс.пар., основной удельный вес выпущенной обуви приходится на Краснодарский край. Он составляет 89,9% от общего количества обувной продукции. 8,8% обуви региона выпускается в Ростовской области, 1,1% в Кабардино-Балкарской республике и 0,2% в Волгоградской области. Остальные республики, края и области ЮФО обувь не производят.

По данным статистики ЮФО можно отнести к самым бедным территориальным единицам, входящим в состав РФ, так как около 40% населения имеют доходы ниже российского уровня. Производительность труда и темпы развития экономики также остаются низкими. Вместе с тем, ЮФО имеет необходимый потенциал для экономического роста, остается привлекательным для иностранных инвестиций.

ЮФО относится к территориям, где самые низкие инвестиции. Из восьми российских субъектов, в которых вообще отсутствовали иностранные вложения, половина относится к ЮФО. Объем инвестиций в экономику округа почти вдвое ниже средне российского уровня. Производительность труда и темпы развития экономики также остаются низкими. Вместе с тем, ЮФО имеет необходимый потенциал для экономического роста, остается привлекательным для иностранных инвестиций.

Для анализа спроса на обувь был произведен расчет совокупного спроса в регионе и составлена прогнозная оценка его поведения. По проведенным расчетам в большинстве субъектов ЮФО отмечается 100% дефицит на обувь при большом значении потребности в ней. Всего по ЮФО дефицит обуви в 2005 году составил 45,981 тыс.пар или 79,2%.

По проведенным расчетам на одного жителя в регионе в год не производится и одной пары обуви.

Особенно остро встала проблема, связанная с недостаточным насыщением рынка округа детской обувью.

Величина дефицита показывает какой объем обуви возможно реализовать на данном рынке при данном уровне спроса на нее. Однако часть дефицита является погашенной, а именно: 25% потребленной на территории продукции составляет теневой импорт и челноки, 15% потребления составляет официальный импорт, 35% от общей величины дефицита погашены за счет реализации отечественной и иностранной обуви, произведенной на территории России в других округах.

Таким образом, размер ниши, которую возможно заполнить за счет обуви возрожденными обувными предприятиями на территории ЮФО составил бы 25% от общего размера дефицита (см. табл.1).

В настоящее время в округе возможно оживление производства, если ассортимент выпускаемой обуви будет иметь строго определенную на покупательские предпочтения направленность, т.е. когда производитель и потребитель найдут друг друга.

Проведенная работа по анализу ЮФО показывает, что производителям обуви для выпуска конкурентоспособной продукции необходимо ориентироваться на

региональные особенности климата, а также учитывать уровень благосостояния населения и его национальный состав и быть гибкими в данных критических условиях.

Таблица 1 - Реальный размер дефицита, тыс. пар

Наименование территориальной единицы	Общая потребность, тыс. пар	Размер реально существующего дефицита, тыс. пар
Южный федеральный округ, всего, в т.ч.:	58052	8707,8
Краснодарский край	12946	1941,9
Ростовская область	11200	1680
Ставропольский край	6910	1036,5
Волгоградская область	6748	1012,2
Республика Дагестан	6554	983,1
Астраханская область	2482	372,3
Кабардино-Балкарская республика	2276	341,4
Республика Северная Осетия - Алания	1820	273
Чеченская республика	2900	435
Республика Ингушетия	1208	181,2
Республика Адыгея	1130	169,5
Карачаево-Черкесская республика	1108	166,2
Республика Калмыкия	734	110,1

Однако обувные предприятия ЮФО в настоящее время не в состоянии успешно функционировать и производить ту и столько обуви, чтобы преуспевать, т.к. очень высокий уровень износа основных фондов (свыше 80%), большая кредиторская задолженность, низкая рентабельность продукции и значительный объем неучтенного импорта.

В этой связи проблема достижения конкурентоспособности за счет лучшего качества и более низких затрат становится все острее при постоянном росте безработицы. Для решения обеих проблем необходимо налаживание функционирования обувных предприятий региона с учетом основных фактов, оказывающих воздействие на итоги работы обувных предприятий – выпускаемый ассортимент, способ сбыта обуви и цены на продукцию, обуславливающие размер потенциальной прибыли.

Обувная промышленность хороша тем, что дает большое количество рабочих мест, к тому же не требует высокого уровня образования, скорее, наличия навыков. Это позволит обеспечить работой большое количество женского населения ЮФО, которые являются потенциальными хорошими работницами и в силу традиций склонны к ручному ремеслу, что также полезно для обувного производства. К тому же, данный тип работников на первоначальном этапе не потребует высокой оплаты по причине высокого уровня безработицы.

Для руководителей обувных предприятий ЮФО основная задача, решение которой гарантирует получение прибыли, это удачное определение ассортимента, выпускаемой в каждом сезоне обуви.

Для управления ростом на рынке с учетом реальных и потенциальных возможностей, чтобы любые, вновь вводимые модели служили укреплению их позиций и конкурентному преимуществу, после определения запросов рынка и способов их удовлетворения нами был разработан ассортимент для обувных предприятий ЮФО (см. табл.2).

Таблица 2 - Дислокация предприятий, производящих обувь разных ассортиментных групп по субъектам ЮФО (проект)

Ассортиментная группа	Наименование территориальной единицы
Обувь женская	Краснодарский край, Ростовская область, Ставропольский край
Обувь мужская	Республика Дагестан, Чеченская республика, Республика Калмыкия
Обувь детская	Волгоградская область, Астраханская область
Специальная обувь	Карачаево-Черкесская республика, Республика Северная Осетия – Алания, Кабардино-Балкарская республика, Республика Ингушетия

В настоящее время, как в России, так и в ЮФО сложилась ситуация, когда большая часть населения имеет весьма скромный доход, но именно эта часть является потенциальным покупателем обуви массового производства.

Таким образом, авторами был проанализирован обувной рынок региона и установлены его преимущества и недостатки, были предложены методы организации производства всех видов обуви с дислокацией по субъектам ЮФО.

При воплощении предложенных мероприятий по созданию производства обуви в жизнь и привлечении на созданные рабочие места жителей региона, процент безработицы сократится на 3,77%.

В результате предложенных мероприятий повысится занятость населения, улучшится социальное и экономическое положение региона, снизится политическая напряженность.

УДК 685.3Б03.01

**О ВОЗМОЖНОСТЯХ ГИБКОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО  
ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА ОБУВИ ДЛЯ ЕЕ  
УСПЕШНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ  
РЫНКЕ СБЫТА**

***К.Ю. Асеева, Е.В. Прохорова,  
Л.Г. Колпакова, В.Т. Прохоров***

*Южно-Российский государственный университет  
экономики и сервиса, г. Шахты, Россия*

В ходе изучения возможностей маркетинговых приемов для обеспечения спроса на обувь, мы пришли к выводу, что производство конкретного вида обуви различного сезонного ассортимента будет рентабельно и позволит в целом добиться поставленных экономических и социальных результатов, если реализация пары обуви, выпущенной из производства и находящейся в одной из первых двух стадий жизненного цикла (выход на рынок, рост) будет осуществляться в период не более 3,5 недель.

В этой связи обувные предприятия вынуждены адаптироваться к новым условиям за счет внедрения гибких производственных технологий, выстраивания гибких отношений с поставщиками основных и вспомогательных материалов, использования межфирменных сетей для обмена информацией и совместного решения проблем, связанных с реализацией готовой продукции.