

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образова-
ния
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГОБУ ВО «АмГУ»)

Факультет Экономический
Кафедра экономической безопасности и экспертизы
Направление подготовки 38.03.07 – Товароведение
Профиль: Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней тор-
говле

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

_____ Е.С. Рычкова

«_____» _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Анализ ассортимента и потребительских свойств обувных товаров (на
примере женской кожаной обуви)

Исполнитель

студентка группы 472-узб(4) _____

Т.О. Дениско

Руководитель

доцент канд. экон. наук _____

Е.С. Рычкова

Нормаконтроль

ассистент _____

Н.Б. Калинина

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический

Кафедра экономической безопасности и экспертизы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой _____

« _____ » _____ 2018 г.

З А Д А Н И Е

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента
4 курса 472-узб(4) Дениско Татьяна Олеговна

1. Тема выпускной бакалаврской работы

Анализ ассортимента и потребительских свойств обувных товаров (на примере женской кожаной обуви)

(утверждено приказом от 30.10.2017 №2661-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 16.02.2018

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе

Учебная, методическая и периодическая литература, ГОСТы

4. Содержание выпускной бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов

1. Общая товароведная характеристика обуви

2. Анализ ассортимента и потребительских предпочтений, обувных товаров на локальном рынке г. Благовещенска

3. Сравнительный анализ потребительских свойств женской зимней кожаной обуви отечественного и импортного производства

4. Совершенствование ассортимента и потребительских свойств обувных товаров в магазине «Мир Обуви»

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

Работа содержит 25 таблиц, 19 рисунков, 12 формул, 35 источников

6. Консультанты по выпускной бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 25.10.2017

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта)

Рычкова Евгения Сергеевна, доцент канд. экон. наук

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) 25. 10. 2017

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Работа содержит: 92 страницы, 19 рисунков, 25 таблицы, 12 формул, 35 источников.

ОБУВЬ ИЗ НАТУРАЛЬНЫХ КОЖ, ЗИМНЯЯ ОБУВЬ, КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, КЛАССИФИКАЦИЯ, ГОСТЫ, ПОКАЗАТЕЛИ, ФАКТОРЫ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА, РЕСПОНДЕНТЫ, СООТВЕТСТВИЕ, ПРОИЗВОДИТЕЛИ, АНАЛИЗ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

В наши дни обувь является важным и неотъемлемым предметом повседневного пользования. Обувь необходима не только для защиты ноги от ударов по земле и других внешних факторов, которые на нее воздействуют, но и для самовыражения. Сейчас существует большой выбор различных моделей и видов обуви, предназначенных для самых разных целей. Каждый год модельерами разрабатываются все более оригинальные модели обуви, ассортимент становится все шире, а человечество никогда не откажется от ношения обуви. Все чаще потребители обращают внимание на материал, из которого изготовлена обувь и отдают предпочтения обуви из натуральных кож.

Объектом исследования является зимняя женская обувь из натуральных кож.

Предмет исследования – анализ ассортимента и оценка потребительских предпочтений при выборе зимней обуви из натуральных кож на примере магазина ООО «Мир обуви».

Целью данной работы является: исследование ассортимента, проведение оценки потребительских предпочтений при выборе зимней обуви в магазине ООО «Мир обуви».

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- систематизация классификации женской обуви из натуральных кож;
- составление таблиц общей характеристики обуви из натуральных кож, на основе таких документов как ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАС;
- разработка номенклатуры потребительских свойств обуви из натуральных кож;
- изучение количественной характеристики зимней женской обуви из натуральных кож;
- изучение факторов формирующих и сохраняющих качество обуви из натуральных кож;
- расчет показателей ассортимента женской обуви из натуральных кож на локальном рынке г. Благовещенска;
- проведение анкетирования, с целью выяснения покупательских предпочтений в женской зимней обуви.

Для достижения цели и решения поставленных задач были составлены классификации и классификационные таблицы, разработана номенклатура потребительских свойств товара, изучены факторы, формирующие и сохраняющие качество обуви из натуральных кож, а так же проведены расчеты ассортимента и анкетирование покупателей для выявления потребительских предпочтений в женской зимней обуви.

Основными методами, использованными в работе, являются анализ и синтез, сравнение, метод абсолютных и относительных величин, структурный анализ, морфологический анализ, методы научного познания и методы практической товароведной деятельности.

В качестве источников, составивших информационную базу, использованы научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблеме ассортимента и оценка потребительских предпочтений при выборе зимней обуви, законодательные акты РФ, а так же бухгалтерская и статистическая отчетность магазина «Мир Обуви».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	7
1 Общая товароведная характеристика обуви	10
1.1 Классификация обувных товаров	10
1.1.1 Классификация обувных товаров по ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАС	10
1.1.2 Частная классификация женской зимней обуви	12
1.2 Факторы, формирующие качество обувных товаров	18
1.2.1 Используемое сырье для производства кожаной обуви	18
1.2.2 Технология производства обуви	19
1.3 Потребительские свойства кожаной обуви	25
1.4 Факторы, сохраняющие качество кожаной обуви	33
1.5 Анализ нормативной базы, регламентирующей требования к качеству обуви	38
2 Анализ ассортимента и потребительских предпочтений, обувных товаров на локальном рынке г. Благовещенска	42
2.1 Анализ показателей ассортимента женской зимней обуви из натуральных кож	42
2.2 Исследования потребительских предпочтений женской зимней обуви из натуральных кож	50
3 Сравнительный анализ потребительских свойств женской зимней кожаной обуви отечественного и импортного производства	61
3.1 Оценка потребительских свойств женской кожаной обуви российского производства	61
3.2 Оценка потребительских свойств женской кожаной обуви китайского производства	67
4 Совершенствование ассортимента и потребительских свойств обувных товаров в магазине «Мир Обуви»	75
Заключение	82
Библиографический список	85

Приложение А Сравнительный анализ компании ООО «Юничел»	88
Приложение Б Анкета	89

ВВЕДЕНИЕ

В наши дни обувь является важным и неотъемлемым предметом повседневного использования. Обувь необходима не только для защиты ноги от ударов по земле и других внешних факторов, которые на нее воздействуют, но и для самовыражения. Сейчас существует большой выбор различных моделей и видов обуви, предназначенных для самых разных целей. Каждый год модельерами разрабатываются все более оригинальные модели обуви, ассортимент становится все шире, а человечество никогда не откажется от ношения обуви. Все чаще потребители обращают внимание на материал, из которого изготовлена обувь и отдают предпочтения обуви из натуральных кож.

Не удивительно, ведь обувь из натуральных кож имеет ряд достоинств, таких как: надежность, износостойкость, удобство, эстетическая привлекательность. В обуви из натуральных кож нога может «дышать», у нее высокие гигиенические показатели в отличие от искусственных материалов. Так же для зимней обуви важна внутренняя отделка, ведь чем теплее будет ноге, тем меньше риск замерзнуть на улице зимой и заболеть. Все больше производителей переходят от натурального меха к натуральной шерсти, она не уступает меху по теплоотдаче. Отличительной особенностью шерсти является то, что в отличие от меха она не даст ноге перегреться в помещении.

Сейчас производятся модели зимней обуви с внутренней отделкой из натурального меха, натуральной шерсти, комбинированная отделка (мех-шерсть). Наименьшую популярность имеют искусственные материалы верха и внутренней отделки обуви, но из-за низкой цены, все равно пользуются спросом у населения с низким уровнем зарплаты. Именно поэтому данная тема имеет актуальность.

В списке наиболее значимых и неотъемлемых для жизнедеятельности человека предметов, обувь занимает одно из первых мест. Благодаря своим влагозащитным, теплозащитным и ударозащитным свойствам она оберегает стопы человека от неблагоприятного воздействия факторов окружающей среды.

В ассортименте обувных товаров, кожаная обувь занимает 85 %. Ассортимент кожаной обуви характеризуется разнообразием моделей, фасонов, цветов, видов и материалов отделки, которые должны соответствовать потребностям человека. В последнее время в продаже стало появляться много новых, более модных моделей женской кожаной обуви, как отечественного, так и импортного производства, стали более полнее удовлетворяться возросшие требования населения на многие виды обуви.

Объектом исследования является зимняя женская обувь из натуральных кож.

Предмет исследования – анализ ассортимента и оценка потребительских предпочтений при выборе зимней обуви из натуральных кож на примере магазина ООО « Мир обуви».

Целью данной работы является: исследование ассортимента, проведение оценки потребительских предпочтений при выборе зимней обуви в магазине ООО « Мир обуви».

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- систематизация классификации женской обуви из натуральных кож;
- разработка номенклатуры потребительских свойств обуви из натуральных кож;
- рассмотрение количественной характеристики зимней женской обуви из натуральных кож;
- рассмотрение факторов формирующих и сохраняющих качество обуви из натуральных кож;
- анализ показателей ассортимента женской обуви из натуральных кож на локальном рынке г. Благовещенска;
- исследование покупательских предпочтений в женской зимней обуви.

Основными методами, использованными в работе, являются анализ и синтез, сравнение, метод абсолютных и относительных величин, структурный

анализ, морфологический анализ, методы научного познания и методы практической товароведной деятельности.

В качестве источников, составивших информационную базу, использованы научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблеме ассортимента и оценка потребительских предпочтений при выборе зимней обуви, законодательные акты РФ, а так же бухгалтерская и статистическая отчетность магазина «Мир Обуви».

1 ОБЩАЯ ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУВИ

1.1 Классификация обувных товаров

1.1.1 Классификация обувных товаров по ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАС

Для систематизации огромного количества информации, а также для простоты ведения учёта по видам экономической деятельности (далее ВЭД) и, выпускаемыми предприятиями товарами, были разработаны классификаторы, являющиеся по сей день главными инструментами кодирования данных в различных информационных полях. Принятие единых стандартов осуществлено во всех странах Европы, в России и ряде других государств. На сегодняшний день существует два основных инструмента – ОКВЭД-2 и ОКПД-2.

ОКПД 2 - общероссийский классификатор продукции ВЭД, утвержденный Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст. Классификация обувных товаров по ОКПД 2 согласно утвержденного Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст) (ред. от 08.09.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.12.2017) раздел С - продукция обрабатывающих производств представлена в таблице 1.

Классификатор ОКПД 2 – это общероссийский классификатор продукции по ВЭД, утвержденный к обязательному использованию с 1 января 2017. Он служит для унификации перечня товаров и услуг, заменив собой существующие до этого времени классификации ОКП, ОКПД и ОКДП. Классификатор ОКПД 2 разработан с учетом национальных особенностей продукции, изготавливаемой и реализуемой на территории РФ, эталоном создания ОКПД 2 послужил классификатор продукции ЕС (КПЕС 2008).

Расшифровка ОКПД 2 необходима для четкого определения принадлежности продукции, услуг или работ к определенному виду экономической деятельности.

Код продукции ОКПД 2 – это численное обозначение продукции, работ услуг в соответствии с видами экономической деятельности, к которым принадлежит их производство.

Таблица 1 - Классификация женских зимних сапог из натуральных кож по ОКПД2

Структура	Код	Название
1	2	3
Раздел	С	Продукция обрабатывающих производств
Класс продукции	15	Кожа и изделия из нее
Подкласс продукции	15.2	Обувь
Группа продукции	15.20	Обувь
Подгруппа продукции	15.20.1	Обувь кроме спортивной, защитной и ортопедической
Вид товарной продукции	15.20.13	Обувь с верхом из кожи, кроме спортивной обуви, обуви с защитным металлическим подноском и различной специальной обуви
Подвид товарной продукции	15.20.13.140	Обувь зимняя с верхом из кожи

ТН ВЭД общероссийский классификатор товаров, применение данного классификатора предусмотрено таможенным законодательством Российской Федерации. Классификация товаров (коды ТН ВЭД) предназначена для кодирования и идентификации при таможенной обработке, во время международной перевозки грузов. В период изменения основных принципов регулирования ВЭД, которые бы соответствовали мировой практике, были необходимы изменения организации контроля передвижения товаров через границу, которые находятся в торговом и грузовом обороте, в результате чего была создана система мер госрегулирования ТН ВЭД.

Одной из ключевых проблем при ввозе на границу Евразийского экономического союза иностранной обуви является некорректное указание классификационного кода Товарной номенклатуры Внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД ЕАЭС) участниками ВЭД. Осуществление контроля за присвоением классификационного кода ТН ВЭД ЕАЭС

обуви - достаточно сложный и трудоемкий процесс. От отнесения перемещаемого товара к той или иной классификационной группе зависит таможенная статистика внешней торговли, которая необходима при разработке таможенной политики. От правильности классификационного кода зависят начисления и впоследствии взимание таможенных пошлин, что окажет влияние на доходную часть бюджета России.

Таблица 2 – Классификация женской зимней обуви из натуральных кож по ТН ВЭД ЕАС

Код по ТН ВЭД ЕАС	Название
1	2
Раздел XII	Обувь, головные уборы, зонты, солнцезащитные зонты, трости, трости-сиденья, хлысты, кнуты и их части; обработанные перья и изделия из них; искусственные цветы; изделия из человеческого волоса
64	Обувь, гетры и аналогичные изделия; их детали
6405	Обувь прочая
6405 10 000	Обувь с верхом из натуральной или композиционной кожи
6405 10 000 9	Обувь с подошвой из других материалов

Для систематизации огромного большого объема информации, а также для простоты ведения учёта по видам экономической деятельности и, выпускаемыми предприятиями товарами, внедрены классификаторы ОКПД 2 и ТН ВЭД, являющиеся и в настоящее время основными инструментами кодирования данных в различных информационных полях.

Классификатор ОКПД 2 - это общероссийский классификатор продукции по ВЭД, утвержденный к обязательному использованию начиная с 1 января 2017.

Классификация товаров (коды ТН ВЭД) предназначена для кодирования и идентификации при таможенной обработке, во время международной перевозки грузов.

1.1.2 Частная классификация женской зимней обуви

Зимняя женская обувь - это обувь, которая по конструкции и применяемым материалам предназначена для носки в зимний период.

Изучение теоретического материала и полученный практический опыт позволил провести систематизацию ассортимента зимней женской обуви с учетом современных особенностей и моды.

По ассортиментной принадлежности обувь классифицируется на:

- по целевому назначению (спортивная, бытовая, специальную, ортопедическую и профилактическую)
- по сезону носки (летняя, зимнюю, весенне-осеннюю и всесезонную)
- по материалам, применяемым для подошв различают обувь с подошвой из натуральной кожи, из резины, поливинилхлорида, термоэластичного эластомера, полиуретана, с подошвой из дереза, войлока и других материалов.
- от метода крепления деталей низа к заготовке верха различают обувь клеевого, литьевого, рантового, сандаального, допдельного, бортового, гвоздевого и других методов крепления.
- Обувь модельная предназначена для кратковременной носки и должна соответствовать современным требованиям моды.
- повседневная обувь подразделяется на домашнюю, дорожную, а также на предназначенную для активного отдыха.
- по высоте заготовки верха бытовая обувь подразделяется на: полуботинки, туфли, ботинки, полусапоги, сапоги, сапоги с удлиненными голенищами.

При эксплуатации обуви необходимо учитывать её сезонность. В соответствии со ст.19 (ч.2 абз.2) Закона «О защите прав потребителей» «Сроки исчисляются с момента наступления соответствующего сезона, который определяется субъектами РФ». На большей части РФ временной диапазон зимнего периода начинается с 1 ноября:

- с 1 ноября по 31 марта - зимний сезон;
- с 1 апреля по 15 мая - весенний сезон;
- с 16 мая по 15 сентября- летний сезон;
- с 16 сентября по 31 октября - осенний сезон.

Классификация женской зимней обуви в России из натуральных кож, как правило, ограничивается сапогами и ботинками, а так же утратившими свою популярность в городах валенками. Согласно СТО 46429990-020-2015 «Обувь зимняя с верхом из кожи» зимняя обувь подразделяется на сапоги; полусапожки; ботинки; полуботинки.

Классификация женской обуви из натуральных кож по моделям:

Сапоги – обувь с высоким голенищем закрытого типа, самая популярная обувь для зимних морозов.

Основные виды сапог:

– Ботфорты - сапоги с голенищем выше колен. Данный вид сапог делиться на три типа моделей:

а) Overthekneeboots – общее название высоких сапог, которые полностью или частично закрывают колено.

б) Thigh-highboots – очень высокие и чаще всего облегчающие Over-the-kneeBoots, доходящие до середины бедра, а иногда и выше. Могут быть с застёжкой-молнией для облегчения процесса надевания. Если же ботфорты без каких-либо застёжек, то такую модель иногда называют сапоги-чулки. Сапоги чулки чаще всего делают из эластичных материалов.

в) Kinkyboots (дословный перевод – эксцентричные, соблазнительные) – это очень высокие, обычно на высоком каблуке-шпильке. Для них, как правило, характерны блестящие материалы и эффектные цвета: чёрный, белый, красный.

– Сапоги высотой до колена – сапоги с высотой голенища до колена. Разнообразие фасонов стремится к бесконечности. Это могут быть женственные, облегчающие ногу модели на тонком изящном каблучке, или же модели в стиле «кэжуал», с прямым голенищем, на толстом, устойчивом каблучке.

Виды моделей:

а) Жокейские утепленные сапоги (Ridingboots / Equestrianboots) – это очень элегантная модель, плотно облегаящая ногу с изящным голенищем. Голенище высотой до колена, подошва гладкая, овальный носок, каблук широкий и низкий (высотой 1,5-2 см), могут отшиваться модели как застёжками молниями

либо без них. Подошва и каблук окрашены в тот же цвет, что и сапоги. В качестве декоративных элементов могут использоваться пряжки и ремни, напоминающие подпругу.

б) Ковбойские (утепленные) сапоги / Казаки (Cowboyboots/Westernstyleboots) – их можно назвать американской разновидностью сапог для верховой езды. Для ковбойских сапог всегда характерны различного рода «узоры» и декор, например – бахрома.

в) Harnessboots /Fryeboots (harness – упряжь, сбруя) — модель, которая больше похожа на ковбойские сапоги (из-за каблука трапециевидной формы и «смотрящего вверх» квадратного носка), но на самом деле является вариацией обуви для мотоциклистов. В народе их называют классическими байкерскими сапогами.

– Унты – это тёплые сапоги для холодного и очень холодного климата, которые огромное количество лет назад были изобретены северными народами. В переводе с эвенкийского языка это слово означает "обувь". Для создания такой обуви эскимосы традиционно используют оленьи шкуры и шерсть, из которой они валяли подошву. Современные унты для представительниц прекрасного пола изготавливаются из более разнообразных материалов, а для подошвы используется очень прочный полимерный материал.

– Угги (Uggboots) – сапоги из овечьей шерсти. Угги бывают разной длины: до середины икры и ниже. Длинные угги легко подворачивать - таким образом их можно согнуть и носить, как короткие.

Полусапожки (Mid-calfboots) – сапоги, закрывающие ногу до середины голени. Стилистическое решение, форма носка, высота каблука и используемые материалы могут быть любыми. Для классификации имеет значение только высота голенища. Полусапожки – это «переходный» вариант от сапог к ботинкам. Некоторые из вышеперечисленных моделей могут быть представлены не только в виде сапог, но и как полусапожки.

Ботинки – общее название обуви, которая закрывает ногу от щиколотки до начала голени (2 -10 см выше щиколотки). Выше начинается область полу-

сапожек (mid-calfboots), а ниже щиколотки – область полуботинок. Повседневная закрытая обувь, как правило на низком устойчивом каблуке.

По высоте заготовки верха ботинки можно разделить на:

- низкие – по щиколотку;
- средней высоты – до 5 см выше щиколотки;
- высокие – до 10 см выше щиколотки.

Модели ботинок:

– Тимберленды (Timberlandboots) – дословно переводится с английского языка, как «ботинки лесника». Основная характеристика данной модели заключается в их высоте чуть выше щиколотки и ставшим классическим для данной модели «горчичным цветом».

– Чакка /чукка (chukkaboots) – ботинки высотой до щиколотки из замши, нубука или кожи. Название «чакка» произошло от термина «чаккер» – периода игры в поло. В отличие от дезертов, чакка могут иметь любое количество отверстий для шнуровки. Характерным отличием chukkaboots является кожаная подошва.

– Джотпуры(jodhpurboots) – ботинки до щиколотки с круглыми носами на низком каблуке, снабженные ремнями на голенище. Предназначенные для верховой езды, ботинки крепились на ногах с помощью ремней и пряжек, обернутых вокруг щиколотки. Если убрать ремни, заменив их эластичной вставкой, ботинки превратятся в челси. В оригинальном виде ремешок на джодпурах оборачивается вокруг щиколотки и крепится пряжкой к внешней стороне ботинка. Сегодня джодпур могут иметь вариации с одним или несколькими ремешками, которые играют декоративную роль. Ботинки названы по имени города Джайпур (Индия).

– Берцы – изначально обувь была создана для военных. Это высокие ботинки со шнуровкой, которая фиксирует голеностоп. Голенище защищает берцовую кость, откуда и название этого вида обуви. Изготавливаются из прочных

водоотталкивающих износостойких материалов с противоскользящей высокой подошвой.

Женские зимние берцы условно делятся на два вида:

а) «Бундес» – зимние женские берцы из натуральной кожи, обычно тёмных расцветок, с высококачественными утеплителями, натуральными или синтетическими. Содержат ноги в тепле и комфорте даже в самую суровую погоду.

б) Хайкеры – изначально придуманные для прогулок по горам, хайкеры отличаются от обычных ботинок на шнуровке более продуманной конструкцией. Это и надёжная фиксация ноги, и непременно толстая рифлёная подошва (самое то для гололёда), и нередко использование шерсти или меха для дополнительного тепла. Как и ботинки на шнуровке, хайкеры можно носить и с классическими брюками со стрелками, и с короткой юбкой.

Ботильоны – классические ботильоны представляют собой модель обуви, имеющую длину до лодыжки, округлый носок, тонкий каблук средней высоты и минимум декора. Такие ботильоны актуальны всегда, они будут уместны на любом мероприятии. Ботильоны это все изящные и женственные модели ботинок на высоком и среднем по высоте каблуке.

По типу каблука женская зимняя обувь может быть:

- а) без каблука с тонкой или утолщенной подошвой;
- б) на квадратном каблуке (высота варьируется от 3 до 11 см);
- в) на шпильке;
- г) на каблуке средней высоты;
- д) на танкетке;
- е) на платформе.

По форме носка зимняя женская обувь делится на:

- а) круглоносые;
- б) остроносые;
- в) с квадратным носком.

1.2 Факторы, формирующие качество обувных товаров

На качество обуви, значительное влияние оказывает сырье, используемое при производстве и технология производства обуви.

1.2.1 Используемое сырье для производства кожаной обуви

Организация современного и экономически эффективного производства обуви требует применение материалов различной природы и назначения, которые занимают значительную долю в себестоимости производства от 70% до 90%. Материалы используемые для производства обуви являются одним из определяющих факторов ассортимента и качества готовых изделий и делятся они на два класса - основные и вспомогательные материалы.

Для изготовления наружных внутренних и промежуточных деталей обуви используют – основные материалы. К материалам верха относят кожи натуральные, искусственные и синтетические, текстильные материалы (ткани, нетканые материалы, трикотажные полотна, войлок, фетр), натуральный и искусственный мех. Материалами низа обуви являются натуральная жесткая кожа, каучук, резина, пластмассы, картоны и древесина.

Вспомогательные материалы предназначены для скрепления деталей, отделки и украшения обуви. Скрепляющими материалами служат нитки, гвозди, винты, шпильки, клеи. Отделочными материалами являются краски, аппретуры и полировочные материалы, текстильно-галантерейные изделия (тесьма, ленты, шнуры), обувная фурнитура (крючки, блочки, пряжки, кнопки, застежки-молнии, заклепки-хольнитены, люверсы, пукли и др.).

Одним из наиболее значимых обувных материалов занимает натуральная кожа, которая производится из различного кожевенного сырья. Кожевенное сырье - это шкуры животных, пригодные для производства кожи. Шкурой называют наружный покров, снятый с тушки животного и законсервированный от загнивания. Основным сырьем для производства кожи являются шкуры млекопитающих, преимущественно домашних животных Шкуры млекопитающих являются основным сырьем для производства кожевенного сырья, чаще используются шкуры домашних животных (крупного рогатого скота, лошадей, свиней,

овец, коз и др.) и реже диких зверей (лосей, оленей, кабанов и др.). Наименьшее распространение, как правило, по причине сложности в технологии обработки получили шкуры пресмыкающихся, морских животных, рыб и птиц.

Для изготовления обуви классификация натуральных кож представлена следующими критериями:

- назначение материала: для верха и низа обуви;
- исходное сырье: из шкур КРС (опоек, выросток, полукожник, яловка, бычина, бугай); из конских шкур (жеребок, выметка, конские кожи); из свиных шкур (поросенок, свинья, боров, хряк); из овечьих шкур (шеврет); из козьих шкур (шевро, козлиная; из верблюжьих шкур (верб-люжонок, верблюжина); из шкур морских рыб и животных (акула, кашалот, тюлень); из шкур рептилий;
- по методу дубления: кожи хромового, алюминиевого, растительного, жирового и комбинированных методов;
- по характеру лицевой поверхности: с естественной, искусственной или ворсовой поверхностью;
- по виду покровного крашения: казеиновое, нитроцел-люлозное, акриловые, лаковые и анилиновые;
- по виду кожи: опоек, выросток, полукожник, яловка, бычина, бугай, жеребок, выметка, конские кожи, шеврет, шевро, юфть и т.д.

1.2.2 Технология производства обуви

Все операции обувного производства можно объединить в шесть групп:

- раскрой обувных материалов;
- предварительная обработка деталей обуви перед их скреплением;
- сборка заготовки;
- формование заготовки;
- прикрепление низа обуви;
- заключительная отделка обуви.

Раскрой обувных материалов. Перед раскроем проверяют соответствие сортности и деформационно-прочностных свойств обувных материалов требо-

ваниям нормативных документов. Натуральные кожи раскраивают на детали каждую в отдельности; это связано с наличием дефектов (различных по виду, размеру и месту расположения на коже) и с неоднородностью свойств кожи по площади, в продольном и поперечном направлениях.

Предварительная обработка деталей.

Обработка деталей низа включает общие и специальные операции. К общим относят:

- выравнивание деталей низа по толщине;
- клеймение – нанесение маркировки, предусмотренной ГОСТ 7296-81;
- формование.

Подошвам и основным стелькам придают профиль следа колодки, жестким задникам и подноскам — форму пяточной и носочной части колодки. До формования детали низа подвергают специальным обработкам, которые зависят от вида детали, материала и метода крепления низа.

Просекание краев предупреждает возникновение грубых складок по грани следа, утонение — предохраняет стопу от натирания.

Предварительная обработка деталей верха осуществляется одновременно с пошивом (сборкой) заготовки. Она включает клеймение в соответствии с ГОСТ 7296-81, спускание краев деталей, отделку видимых краев, дублирование наружных деталей верха с межподкладкой, украшение деталей. Дублирование наружных деталей верха с межподкладкой проводят с целью упрочнения деталей верха и повышения формоустойчивости верха обуви. Украшение деталей верха проводят для повышения уровня эстетических свойств обуви.

Сборка (или пошив) заготовки. Заготовка — это комплект наружных, внутренних и промежуточных мягких деталей верха обуви, скрепленных между собой. Детали заготовки сшивают ниточными швами, склеивают, сваривают токами высокой частоты (ТВЧ). ТВЧ сваривают детали из искусственных и синтетических кож. Склеивают наружные детали верха с межподкладкой (дублирование). Сшивают детали настрочным, тачным, переметочным и выворотным швами.

Формование заготовки — придание заготовке формы и размеров колодки, которые должны сохраняться и после снятия обуви с колодки, при ее хранении и носке. Различают три способа формования: обтяжно-затяжной; беззатяжной; комбинированный.

Прикрепление низа обуви. Все методы крепления деталей низа обуви к заготовке верха можно разделить на 4 группы: шпилечные, ниточные, химические, комбинированные.

Каблуки приклеивают или прикрепляют с помощью штифтов (гвоздей, шурупов, металлических втулок). Средние и высокие каблуки прикрепляют комбинированным способом (штифто-клеевым). Набойки приклеивают, прикрепляют гвоздями или специальными штифтами.

Заключительную отделку обуви проводят чтобы: придать обуви красивый внешний вид; устранить дефекты, возникшие при изготовлении; повысить водостойкость кожаных деталей. Отделка низа обуви включает фрезерование уреза (торцевой поверхности) подошвы, каблука, набойки, шлифование отфрезерованных поверхностей, окраску и полирование уреза и опорной поверхности подошвы и каблука. Использование предварительно обработанных деталей низа упрощает или исключает заключительную отделку низа обуви. Отделка верха обуви включает чистку (удаление загрязнений с деталей верха механическим или химическим способом), заделку мелких поверхностных дефектов (царапин, пятен, осыпания покрытия), разглаживания складок и морщин утюжкой, аппретирование, создание теневых эффектов на наружных деталях верха распылением краски через трафарет.

По показателям внешнего вида обувь должна соответствовать образцам-эталонам, утвержденным в установленном порядке. Она должна быть парной, чистой, не иметь складок, морщин, пятен, быть гибкой, удобной, создавать стопе ноги надлежащий микроклимат, отвечать требованиям моды и обладать определенной износостойкостью.

Согласно ГОСТ 28371-89 «Обувь. Определение сортности» обувь подразделяют на стандартную (сортную) и нестандартную. Стандартная обувь должна соответствовать образцу-эталону.

Качество кожаной обуви проверяют органолептически в соответствии с нормативно-техническими документами. При внешнем осмотре обращают внимание на полноту и четкость маркировки, парность обуви, соответствие размерам, определяют и оценивают дефекты.

Сорт обуви устанавливают по худшей полупаре, по наиболее выраженному дефекту. В первом сорте (круглое клеймо) допускаются малозаметные дефекты. Во втором (ромбовидное клеймо) – не резко выраженные, не влияющие на внешний вид обуви.

Обувь с дефектами, которые можно исправить, возвращают изготовителю для их устранения.

В готовой обуви не допускаются мягкие носки и задники, местная непроклейка подошв, плохое формирование пяточной и носочной частей и деформация верха, порванная подкладка и неразглаженные складки внутри обуви, сквозные повреждения деталей обуви, осыпание красителей, местное отставание верха и подкладки от задника, загрязнение подкладки, расщелины между деталями низа.

Контроль качества включает два этапа: проверка качества обуви по внешнему виду; проверка физико-механических показателей качества обуви.

На первом этапе проверяют соответствие партии обуви образцу-эталону, сорт обуви, правильность ее маркировки и упаковки. Изготовитель проверяет каждую пару обуви в партии; продавец может проводить эту проверку выборочно в соответствии с ГОСТ 9289-78 «Обувь. Правила приемки». В зависимости от объема партии обуви устанавливает объем выборки (первой и второй).

Выборку от партии отбирают методом случайного отбора: первую пару отбирают произвольно, а все последующие — через одинаковое количество пар, равное частному от деления общего количества пар обуви в партии на объем выборки. Кроме этого, ГОСТ 9289-78 устанавливает приемочные и брако-

вочные числа для первой и второй выборок. Если в результате проверки первой выборки количество пар, переведенных в брак, меньше или равно приемочному числу для первой выборки, то партию обуви считают принятой. Если количество бракованных пар больше или равно браковочному числу для первой выборки, то всю партию бракуют. Если количество забракованных пар больше приемочного, но меньше браковочного числа, то отбирают вторую выборку. Пары, входившие в первую выборку, не участвуют в отборе обуви для второй выборки.

По результатам проверки второй выборки партию принимают, если количество пар обуви, переведенных в брак в двух выборках вместе, меньше или равно приемочному числу для второй выборки. Если количество бракованных пар в двух выборках больше или равно браковочному числу для второй выборки, то партию бракуют. Интервал между приемочным и браковочным числами для второй выборки равен единице.

Согласно ГОСТ 28371-89 кожаную обувь делят на: стандартную (или сортную) и нестандартную. Стандартная обувь должна соответствовать образцу эталону по модели, фасону колодки и каблука, материалам и расцветкам верха, материалам низа, применяемой фурнитуре, способу обработки и отделки верха и низа, маркировке. Она должна быть хорошо отформованной, отделанной, без пятен, складок и морщин. Обувь оценивают попарно. Обувь в паре должна быть одинаковой по размеру и полноте, цвету, мере и фактуре поверхности материалов.

Сортность пары обуви устанавливается по худшей полупаре и наиболее существенному дефекту. При этом на полупаре не ограничивается количество наименований дефектов, допустимых в стандартной обуви. Оговаривается лишь размер дефекта, степень его выраженности и место расположения на деталях. Так, в повседневной сортной обуви на одной полупаре могут присутствовать 26 наименований дефектов, указанных в таблице ГОСТ, в допустимых пределах, а в модельной — 19 наименований дефектов. Размеры допусков для модельной обуви меньше, чем для повседневной. Существующее положение

необходимо исправить, ограничив количество допустимых дефектов на одной полупаре стандартной обуви.

ГОСТ определяет перечень «критических» дефектов, недопустимых в стандартной обуви. К ним относятся: сквозные повреждения деталей обуви; растрескивание, отслаивание и липкость покрывной пленки материала верха и подкладки; несоответствующие размер и полнота обуви; несоответствующий фасон колодки; неправильное расположение (соединение) деталей; неразглаженный шов, плохое соединение швов; неправильно поставленный каблук; неприклеенная подошва; неприклеенная или порванная подкладка; расщелены между деталями низа обуви; замины; незаделанные или плохо заделанные повреждения; выступающие механические крепители; неправильное комплектование пар обуви; неустойчивость покрытия кож; другие дефекты, при наличии которых невозможно использование обуви по назначению.

Иногда обувь, поступившая в торговлю и приобретенная покупателями как вполне доброкачественная, имеет скрытые дефекты. При эксплуатации такая обувь быстро выходит из строя. Поэтому для защиты интересов покупателей ГОСТами 5394-89, 19116-2005, 26167-2005 установлены гарантийные сроки носки для обуви отечественного производства, в течение которых покупатель имеет право предъявлять претензии продавцу.

На втором этапе проводят проверку обуви по физико-механическим показателям качества: массе, гибкости, деформации подноска и задника, прочности обувных креплений, водостойкости (для обуви из юфти), линейным размерам и толщине деталей.

Для определения деформации подноска и задника, линейных размеров (высоты обуви, каблука и задника, длины и ширины отдельных деталей), гибкости отбирают 0,1 % от количества пар в партии, прошедших проверку по внешнему виду, но не менее одной пары; для определения массы обуви - 0,1%, но не менее трех пар; для определения водостойкости обуви - 0,2 %, но не менее двух пар; для определения толщины деталей, прочности крепления каблука, набойки, подошвы с заготовкой верха, деталей низа между собой, швов соеди-

нения деталей заготовки - 0,05 %, но не менее одной пары. Если хотя бы по одному показателю отобранные образцы обуви не соответствуют требованиям стандартов, то по этому показателю проводят повторные испытания, но на удвоенном количестве пар.

Образцы обуви во вторую выборку отбирают из той же партии, пары из первой выборки во второй не участвуют. Результаты повторного контроля распространяются на всю партию.

1.3 Потребительские свойства кожаной обуви

Потребительские свойства обуви, как и других товаров, делят на сложные нескольких уровней и простые (одиочные). Для характеристики свойств кожаной обуви целесообразно выделить следующие группы: социальные свойства, эргономические, эксплуатационные (надежности), эстетические, безопасности (безвредности).

К свойствам социального назначения относят общественную целесообразность выпуска обуви, социальный адрес, моральный износ, соответствие обуви оптимальному ассортименту и свойства сопутствующих социальных эффектов. Они отражают потребность человека в обуви для украшения и защиты ног.

Общественная целесообразность производства отражает необходимость изготовления обуви в парах на душу населения, остроту неудовлетворенного спроса на обувные товары. Она характеризует рациональность норм потребления и развития промышленности, дифференцируется с изменением доходов, ростом благосостояния и культурного уровня населения.

Социальный адрес отражает назначение обуви для детей и взрослых, для молодежи и пожилых людей. Его учитывают при делении обуви по назначению на половозрастные группы и при составлении заказов на обувные товары в каждом регионе страны.

Соответствие обуви оптимальному ассортименту характеризует значимость отдельных видов или моделей в существующем или перспективном ассортименте обувных товаров по объему продаж, удовлетворению спроса, уве-

личению товарооборота, а также отражает взаимосвязь обуви с общим ансамблем одежды.

Моральный износ и сопутствующие социальные эффекты влияют на срок службы обуви, изменяющийся в результате создания новых видов или моделей улучшенного качества, появления общественных норм и ценностных ориентаций под влиянием изменения моды, сезонности выпуска новых моделей, насыщения рынка и снижения спроса на одни виды обуви и увеличения на другие.

Эргономические свойства характеризуют способность обуви удовлетворять потребности человека в удобстве и комфорте в процессе эксплуатации изделий в системе человек-обувь-среда. Эргономические свойства подразделяют на антропометрические, гигиенические, физиологические.

Антропометрические свойства характеризуют соответствие обуви анатомофизиологическим особенностям стопы человека. В стандартах нормируются единичные показатели этих свойств: размер, полнота, высота обуви и жесткого задника, ширина берца и голенищ и др. В качестве комплексной характеристики антропометрических свойств выступает впадение обуви. Она определяется соотношением формы и размеров обуви и стопы. Соотношение это имеет переменный характер и зависит от ряда факторов (вида, фасона, назначения обуви, жесткости конструкции, применяемых материалов, индивидуальности формы и размера стопы, изменения размера стопы при движении, пола и возраста). Впадение обуви (обувь впадение) должна обеспечивать оптимальные условия функционирования стопы. Она не должна оказывать повышенного давления на стопу, вызывающего болезненные или близкие к ним ощущения, а также должна сохранять устойчивое положение на стопе в процессе движения. Впадение обуви обеспечивается гибкостью деталей пучковой части, плотным обхватом деталями отдельных участков стопы и рациональным подбором фасона обуви по ноге.

Гигиенические свойства обеспечивают необходимый микроклимат и комфортные условия для стопы в обуви. С точки зрения гигиенических свойств обувь должна, во-первых, выполнять терморегулирующую функцию, т.е. под-

держивать определенную температуру, во-вторых, обеспечивать доступ кислорода к стопе, в-третьих, обеспечивать своевременное удаление продуктов распада жизнедеятельности человека (пота, углекислого газа) из внутриобувного пространства, в-четвертых, способствовать снятию зарядов статического электричества. Наиболее благоприятными являются следующие показатели внутриобувного микроклимата: температура – 21-33 °С; относительная влажность воздуха – 60-70 %; содержание углекислого газа - не более 0,08 %. К гигиеническим относят теплозащитные, влагозащитные, влагообменные, электропроводные свойства.

Теплозащитные свойства обеспечивают поддержание нормальной температуры стопы в обуви на уровне 19-33 °С. Температура в обуви выше 33 °С приводит к потливости ног, а температура ниже 18 °С вызывает ощущение холода. Обувь должна защищать стопу в равной степени от холода и нагрева. Теплозащитные свойства обуви зависят от свойств материалов, ее формы и конструкции, метода крепления подошвы. Теплозащитные свойства характеризуются теплопроводностью и тепловым сопротивлением деталей верха и низа.

Влагозащитные свойства имеют важное значение для юфтевой и специальной обуви, предназначенной для носки в сырых климатических условиях. Влага проходит внутрь обуви по стыку соединения верха с низом и через детали из натуральных материалов. Поглощенная деталями обуви, влага увеличивает теплопроводность материалов и массу, создает дискомфорт. Влагозащитные свойства характеризуются тремя показателями: аамокаемостью (способностью обуви поглощать и удерживать влагу); промокаемостью (временем проникновения воды внутрь изделий); водопроницаемостью (объемом поступающей в обувь воды за единицу времени).

Влагообменные свойства характеризуют способность обуви поглощать выделяемую стопой влагу и выводить ее наружу. Если поглощение влаги ограничено, то внутри обуви создается среда повышенной влажности, появляется ощущение сырости и наступает дискомфорт. На влагообменные свойства влияют свойства обувных материалов, конструкция обуви. Оценивают влагооб-

менные свойства путем определения относительной влажности воздуха внутри обуви, изменения ее массы, а также массы носков или чулок и вкладных стелек после носки обуви в течение определенного периода.

Физиологические свойства характеризуют соответствие обуви физиологическим возможностям человека, его силовым и скоростным возможностям. К ним относят: массу, жесткость, фрикционные свойства обуви.

Масса обуви оказывает существенное влияние на утомляемость человека при ходьбе. Кожаная обувь, обладая необходимым комплексом свойств, должна иметь минимальную массу. Только в отдельных случаях необходимость повышения массы обусловлена специфическими условиями эксплуатации (обувь для прыгунов с трамплина, горнолыжников). Масса обуви зависит от вида, размера, применяемых материалов верха и низа, толщины деталей, метода крепления подошвы, количества металлических крепителей, характера отделки. Масса обуви определяется взвешиванием полупары, предварительно выдержанной определенное время при нормальной температуре (20 ± 3 °С) и относительной влажности воздуха (65 ± 5 %).

Жесткость (гибкость) конструкции обуви значительно влияет на удобство обуви в носке и утомляемость человека. Жесткая конструкция сжимает сосудистую систему и препятствует нормальному кровообращению, затрудняет движение мышечного аппарата и работу суставов, что в итоге приводит к повышенному расходу мускульной энергии, быстрому утомлению организма, снижению трудовой деятельности. Гибкая обувь легче приформовывается к ноге и лучше способствует функционированию и развитию стопы, что очень важно, особенно для детской обуви, когда стопа ребенка еще не сформировалась.

Фрикционные свойства характеризуют способность подошвы противостоять скольжению, которое сильно влияет на утомляемость при ходьбе. При недостаточном сцеплении низа обуви с опорной поверхностью возможно падение человека и получение травм. Фрикционные свойства оценивают коэффициентом трения как отношение силы трения к силе скольжения. Трение низа обуви при ходьбе зависит от материала подошвы и ее рифления, от материала

набойки, вида грунта, опорной поверхности каблука. Так, заметно усиливается опасность скольжения по глинистой, снежной и ледяной поверхности, линолеуму. Пригодность определенного подошвенного материала с точки зрения безопасности передвижения человека может быть определена с помощью таблицы 3.

Таблица 3 - Оценка пригодности подошвенных материалов с точки зрения фрикционных свойств

Коэффициент трения	Характеристика состояния человека
0,8-0,9 и более	Безопасное
0,7	В основном безопасное
0,6	Переходное
0,5	Проскальзывание
0,4	Скольжение

Фрикционные свойства обуви как целой конструкции, в которой каждая деталь выполняет свои функции, изучены недостаточно. Они не нормируются стандартами и не учитываются при оценке качества обуви.

Надежность обуви в эксплуатации характеризует ее способность выполнять свои функции и сохранять основные параметры во времени и в пределах, соответствующих условиям эксплуатации, Надежность является сложным свойством и объединяет безотказность, долговечность, сохраняемость (формоустойчивость) и ремонтпригодность.

Сохраняемость обуви характеризует ее способность поддерживать в процессе эксплуатации и хранения первоначальную форму, фактуру лицевой поверхности (цвет, блеск, рисунок, ворс) и физико-механические свойства. Из показателей сохраняемости первоначальной формы обуви стандартами нормируются общая и остаточная деформации носочной и пяточной частей обуви. Сохраняемость обуви в процессе носки и хранения оценивают органолептически, а в некоторых случаях (блеск, цвет) — с помощью приборов.

Ремонтпригодность обуви характеризует доступность обнаружения повреждения, возможность его устранения и восстановления первоначального вида и формы обуви существующими методами и техническими средствами. По

ремонтпригодности обувь делят на пригодную и не пригодную к ремонту. Конструкции обуви неравнопрочные, поэтому удлинение сроков ее службы за счет ремонта имеет большое значение. Ремонтпригодность обеспечивается заменяемостью деталей, восстановлением повреждений, возникших в определенных условиях носки.

Эстетические свойства отражают способность обуви удовлетворять эстетические потребности человека. Эти свойства оценивают, рассматривая обувь как часть единого ансамбля одежды и учитывая при этом зрительное восприятие единства рациональности формы, назначения, качества исполнения и соответствия направлению моды образца обуви. Основными показателями эстетических свойств обуви являются ее соответствие художественным тенденциям, информационная выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство производственного исполнения, стабильность товарного вида.

Таблица 4 - Показатели эстетических свойств кожаной обуви

Комплексный показатель	Единичный показатель
Соответствие художественным тенденциям	Соответствие стилю Соответствие моде
Информационная выразительность	Художественно-образная выразительность формы (знаковость)
Оригинальность художественного замысла Гармоничность модели с элементами окружающей среды	Рациональность формы
Соответствие формы назначению обуви Рациональная красота конструкции, материалов и технологии обработки	Соответствие формы эргономическим требованиям Соответствие формы функционально-конструктивному решению
Целостность композиции	Гармоничность сочетания формы, конструкции и материалов обуви
Масштабность, пропорциональность и ритмичность изделия	Совершенство производственного исполнения

Безвредность обуви характеризуется отсутствием в обувных материалах веществ, которые могут оказывать неблагоприятное воздействие на стопу или организм человека в целом. Свойства безвредности (безопасности) обуви очень важны в связи с применением искусственных и синтетических материалов, которые могут содержать остаточные вещества, способные оказывать неблагоприятное (раздражающее, воспаляющее) действие на кожный покров. В связи с

этим необходимо расширение санитарно-химических и санитарно-токсикологических исследований обуви, всесторонняя проверка обувных материалов на их безвредность.

Таблица 5- Номенклатура потребительских свойств обуви

Комплексные показатели 1 уровня	Комплексные показатели 2 уровня	Единичные показатели
1	2	3
Назначение	Функциональное	впорность, балл намокаемость, % водопроницаемость, % влагопоглощение, влагоотдача, % теплопроводность
	Социальное	социальный адрес; моральный износ;
Надежность	Долговечность	срок эксплуатации, дни остаточная деформация подноски и задника, мм устойчивость поверхности к трению, цикл устойчивость окраски к истиранию, балл
	Ремонтопригодность	время ремонта обуви, час; восстановление повреждений
	Сохраняемость	гарантийный срок носки, дни
Эргономические свойства	Физиологические	масса, кг гибкость, Н коэффициент скольжения
	Антропометрические	впорность, балл размер, мм полнота, мм высота обуви и жесткого задника, мм ширина берца и голенищ, мм
	Гигиенические	намокаемостью, % водопроницаемостью, % влагоотдача, % влагопоглощение, %

Продолжение таблицы 5

1	2	3
Эстетические свойства	Информационная выразительность	художественно-образная выразительность формы (знаковость), оригинальность художественного замысла, гармоничность модели обуви
	Рациональность формы	соответствие формы назначению обуви, рациональная красота конструкции, материалов и технологии обработки, соответствие формы эргономическим требованиям
	Целостность композиции	гармоничность сочетания формы, конструкции и материалов обуви, масштабность, пропорциональность изделия
	Совершенство производственного исполнения	тщательность исполнения, чистота выполнения контуров и сопряжений, совершенство и выразительность полиграфического исполнения маркировки и упаковки
Безопасность потребления	Механическая безопасность;	отсутствие утолщений, мм отсутствие заминов, складок отсутствие крепителей на поверхности вкладной и основной стелек, отсутствие дефектов фурнитуры
	Химическая безопасность;	устойчивость окраски внутренних деталей к сухому и мокрому трению, балл массовая доля водовываемого хрома, мг/кг массовая доля свободного формальдегида
Экологическая безопасность	Воздействие на окружающую среду	ПДК вредных веществ при утилизации

В любой модели должны сочетаться все вышперечисленные потребительские свойства, обувь должна отвечать всем требованиям предъявляемым к ней.

1.4 Факторы, сохраняющие качество кожаной обуви

Основными факторами, сохраняющими качество кожаной обуви являются упаковка, транспортировка и ее хранение. Требования к маркировке, упаковке, транспортированию и хранению кожаной обуви устанавливаются в соответствии с ГОСТ 7296 «Обувь. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение».

Маркировка обуви

Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение кожаной обуви. Маркировка — это информация, наносимая изготовителем (или продавцом) непосредственно на конкретные товары, тару, этикетки или ярлыки и т.п. Требования к маркировке обуви регламентированы ГОСТ 7296 - 81 «Обувь. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение». Маркировка наносится на русском языке, должна быть однозначно понимаемой, полной и достоверной. Она может быть полностью или частично продублирована на иностранных языках.

Маркировка должна содержать следующие данные:

- наименование товара - вид обуви;
- наименование страны-изготовителя - Россия;
- наименование фирмы-изготовителя;
- основное назначение товара или область его применения — обувь повседневная или домашняя, производственная и т.п.; родовое и возрастное назначение обуви (мужская, женская, мальчиковая, девичья, школьная, дошкольная и т. д.);
- правила и условия безопасного хранения, транспортирования, безопасного и эффективного использования;
- основные потребительские свойства или характеристики - вид материалов верха, подошвы и подкладки; цвет материала верха; размер и полнота обуви; информация о защитных свойствах обуви (для специальной обуви);

– информацию об обязательной сертификации наносит изготовитель или продавец только на товары, подлежащие в России обязательной сертификации, в виде знака соответствия по ГОСТ Р 50460-92 «Знак соответствия при обязательной сертификации. Форма, размеры и технические требования»;

– юридический адрес изготовителя или продавца;

– при маркировке импортной и отечественной обуви;

– для отечественной обуви маркировка должна быть дополнена в соответствии с требованиями ГОСТ 7296-81 в разделе 1 следующей информацией:

– обозначением нормативного документа, по которому изготавливалась обувь (ГОСТ, ОСТ, или ТУ);

– товарным знаком изготовителя (при наличии одного);

– датой выпуска (месяц и две последние цифры года наносятся арабскими цифрами через точку - 12.99);

– обозначением фасона колодки и (или) номера модели;

– клеймом «СТ»;

Кроме перечисленных тринадцати пунктов, изготовитель (или продавец) может дополнить маркировку следующими данными:

– информацией о добровольной сертификации (при ее наличии);

– информацией о знаке соответствия обуви государственным стандартам (на добровольной основе);

– штриховым кодом товара;

– гарантийным сроком носки обуви;

– другой информацией, необходимой и интересной для потребителя.

Изготовитель (или продавец) вправе применить их все или часть из них, или не применять ни одного. Однако соответствие товара заявленной информации является обязательным требованием для изготовителя и продавца.

Информацию, перечисленную в пунктах наносят на потребительскую тару.

На транспортную тару должна быть нанесена аналогичная маркировка. Она может быть дополнена информацией о количестве пар обуви в транспортной таре с указанием размерно-полнотного ассортимента; массой (брутто); датой упаковки; номером упаковщика и номером транспортной тары.

Информация может быть нанесена любым способом (типографским или литографическим, или от руки штампом и т.п.), но во всех случаях должна быть четкой и легко читаемой, стойкой при хранении, транспортировании и реализации товара, не снижать его качество.

Каждая полупара кожаной обуви должна иметь четкую маркировку, включающую:

- товарный знак предприятия-изготовителя;
- размер;
- полноту;
- номер модели и (или) фасон обуви;
- обозначение нормативной документации, по которой производилась обувь;
- дату выпуска;
- клеймо «СТ».

Упаковка обуви.

Кожаную обувь упаковывают в тару потребительскую (картонные коробки для обуви, картонные пачки, бумажные пакеты и пакеты из полимерных материалов) и транспортную (ящики деревянные неразборные, разборные многооборотные и из гофрированного картона).

В потребительскую тару обувь, как правило, упаковывают попарно. По согласованию с потребителем допускается упаковка пинеток по 5—10 пар, детской обуви — по 2, для ясельного возраста (гусариковой) — по 4 пары в коробке, но каждая пара должна быть в пакете из полимерных материалов. Обувь юфтевую и специальную в потребительскую тару не упаковывают.

Обувь модельная, а также обувь с верхом из лаковой кожи, велюра, нубука, замши, обувь белого цвета, светлых тонов и из синтетических кож должна быть упакована попарно в коробки, картонные пачки с перестиланием бумагой или укладыванием полупар в пакеты из полимерных материалов. Кроме того, в носочную часть каждой полупары модельной обуви, мужской и женской повседневной обуви с закрытой носочной частью должен быть вставлен вкладыш из коробочного картона или других материалов для предохранения обуви от деформации при транспортировании и хранении. Вкладыш из картона должен быть и в каждом голенище сапог и сапожек с верхом из синтетических кож, а также в обуви модельной.

Транспортная тара с упакованной обувью должна быть по торцам обшита металлической лентой или обвязана проволокой, закрученной вокруг головки каждого гвоздя, и опломбирована; оттиск пломбы должен быть четким. Картонные ящики с упакованной обувью должны быть оклеены по периметру середины ящика бумажной контрольной лентой с оттиском товарного знака предприятия-изготовителя. Масса (брутто) одного упакованного ящика (места) не должна превышать 50 кг.

Транспортирование обуви.

Транспортирование обуви должно производиться всеми видами транспорта в крытых транспортных средствах в соответствии с правилами перевозок грузов, действующими на данном виде транспорта.

При иногородних перевозках, в радиусе более 100 км, обувь доставляют в транспортной таре в контейнерах, без контейнеров или транспортными пакетами. По согласованию с потребителем разрешается транспортирование обуви при иногородних перевозках в потребительской таре. При внутригородских перевозках обувь доставляют в автомашинах-фургонах в потребительской таре.

Хранение обуви.

Для хранения обуви необходимы сухие крытые помещения – важно защитить ее от почвенных вод и атмосферных осадков. Хранить обувь следует в

потребительской таре в сухих проветриваемых помещениях при температуре не ниже 14 °С и не выше 25 °С и относительной влажности воздуха 50—80 %.

Хранение производится на стеллажах или деревянных настилах штабелями высотой не более 1,5 м. Расстояние от пола до настила или нижней части полки стеллажа должно быть не менее 0,2 м. Обувь должна находиться на расстоянии не менее 1 м от наружных стен склада, отопительных и нагревательных приборов. Между стеллажами, штабелями и стенами склада должны быть проходы шириной не менее 0,7 м.

Также к немаловажным факторам, оказывающим влияние на сохранение должного качества обуви, относятся:

- влияние солнечного облучения;
- порядок укладки товара;
- запыленность помещений;
- воздействие грызунов, моли, а также различных химических реагентов.

Принимая и сдавая на ответственное хранение кожаную обувь, необходимо учитывать ряд нюансов. Во-первых, она гигроскопична, т.е. способна как поглощать, так и отдавать влагу в зависимости от условий среды, в которой она находится. Если уровень влажности в помещении высокий, то гигроскопичные материалы будут увлажняться и, как результат, изменяться в размерах. К примеру, кожаная подложка может нависнуть над резиновой подошвой, а на некоторых деталях может развиваться плесень, результатом чего станет непрезентабельный внешний вид, а также ослабленные механические свойства изделия.

Негативное воздействие на качество и товарный вид также оказывают слишком низкая влажность и повышенная температура. Результатом может стать усадка и коробление кожаных изделий. В обуви могут появиться расщелины, а также произойти деформация верхней кромки и крыльев жестких задников. Кроме того, на отдельных деталях может образоваться морщинистость. Следует учитывать, что в результате пересыхания кожа становится жесткой и теряет былую эластичность.

Особое внимание должно уделяться тому, чтобы обувь не подвергалась воздействию пыли. Дело в том, что, набиваясь в поры материалов обуви, пыль постепенно обезжиривает верхний слой кожаных элементов, делая их грубыми на ощупь и малоэластичными.

Храниться обувь должна на стеллажах, окна обычно завешивают или же закрашивают стекла, чтобы защитить продукцию от солнечных лучей. Не стоит недооценивать важность правильной укладки, поскольку от нее во многом зависит сохранность товара, а также скорость выполнения складских операций. И последний немаловажный фактор, о котором не стоит забывать - это систематический осмотр и проверка состояния товара, хранящегося на складе.

При эксплуатации обуви необходимо:

- правильно подбирать обувь по размеру стопы (стопа в обуви не должна быть сжатой);
- ежедневно просушивать обувь при комнатной температуре. Нельзя сушить обувь на нагревательных поверхностях;
- избегать воздействия на обувь щелочей, кислот, активных растворителей;
- не оставлять обувь на продолжительное время под прямыми солнечными лучами;
- не снимать обувь, наступая на задник, при одевании использовать рожок.

1.5 Анализ нормативной базы, регламентирующей требования к качеству обуви

Требования к производству качественных обувных товаров, их транспортировка и хранение на территории РФ регламентируется рядом ГОСТ:

- ГОСТ 10124-76 - «Пластины и детали резиновые непористые для низа обуви. Технические условия»;
- ГОСТ 10241-62 - «Обувь. Метод определения прочности крепления подошв в носочной части обуви клеевой и горячей вулканизации»;

- ГОСТ 11149-75 - «Детали обуви из картона. Метод определения устойчивости задников к оседанию»;
- ГОСТ 1135-2005 - «Обувь домашняя и дорожная. Общие технические условия»;
- ГОСТ 11373-88 - «Обувь. Размеры»;
- ГОСТ 12.4.106-81 - «Система стандартов безопасности труда. Обувь специальная кожаная. Метод определения прочности крепления наружных защитных носков»;
- ГОСТ 17311-71- «Подошвы, каблуки и набойки резиновые формованные износостойчивые. Технические условия»;
- ГОСТ 19116-2005 - «Обувь модельная. Общие технические условия»;
- ГОСТ 21463-87 - «Обувь. Нормы прочности»;
- ГОСТ 25899-83 - «Материалы для низа обуви. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение»;
- ГОСТ 26166-84 - «Обувь повседневная из синтетических и искусственных кож. Технические условия»;
- ГОСТ 26362-84 - «Обувь. Метод определения водостойкости в динамических условиях»;
- ГОСТ 28371-89 - «Обувь. Определение сортности»;
- ГОСТ 28507-99 - «Обувь специальная кожаная для защиты от механических воздействий. Общие технические условия»;
- ГОСТ 7296-81- «Обувь. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение»;
- ГОСТ 9134-78 - «Обувь. Методы определения прочности крепления деталей низа»;
- ГОСТ 9135-2004 - «Обувь. Метод определения общей и остаточной деформации подноска и задника»;
- ГОСТ 9136-72 - «Обувь. Метод определения прочности крепления каблука и набойки»;

- ГОСТ 9289-78 - «Обувь. Правила приемки»;
- ГОСТ 9290-76 - «Обувь. Метод определения прочности ниточных швов соединения деталей верха»;
- ГОСТ ISO 17700-2011 - «Обувь. Методы испытаний материалов верха обуви, подкладки и вкладных стелек. Устойчивость окраски к трению»;
- ГОСТ ISO 17708-2014 - «Обувь. Методы испытаний готовой обуви. Прочность крепления подошвы»;
- ГОСТ ISO 20877-2014 - «Обувь. Методы испытаний готовой обуви. Теплоизоляция»;
- ГОСТ Р 53917-2010 - «Обувь. Маркировка»;
- ГОСТ Р ИСО 5403-1-2013 - «Кожа. Определение водонепроницаемости гибкой кожи. Часть 1. Метод многократного линейного сжатия (пенетрометр)»;
- ГОСТ Р ИСО 5403-2-2013 - «Кожа. Определение водонепроницаемости гибкой кожи. Часть 2. Метод многократного углового сжатия (по Мейсеру)» и др.

Для систематизации огромного большого объема информации, а также для простоты ведения учёта по видам экономической деятельности и, выпускаемыми предприятиями товарами, были разработаны классификаторы ОКПД2 и ТН ВЭД, являющиеся по сей день главными инструментами кодирования данных в различных информационных полях.

Классификатор ОКПД2 - это общероссийский классификатор продукции по ВЭД, утвержденный к обязательному использованию начиная с 1 января 2017.

Классификация товаров (коды ТН ВЭД) предназначена для кодирования и идентификации при таможенной обработке, во время международной перевозки грузов.

Согласно СТО 46429990-020-2015 «Обувь зимняя с верхом из кожи» зимняя обувь подразделяется на сапоги; полусапожки; ботинки; полуботинки.

К факторам, формирующим качество обувных товаров относятся: используемое сырье для производства кожаной обуви; технология производства

К потребительским свойствам кожаной обуви относятся: социальные свойства; эргономические; эксплуатационные (надёжности); эстетические; безопасности (безвредности).

К факторам, сохраняющим качество кожаной обуви относятся: маркировка; упаковка; транспортирование; хранение и уход за ней.

Требования к производству качественных обувных товаров, их транспортировка и хранение на территории РФ регламентируется рядом ГОСТ, которые регламентируют все этапы производства вплоть до перехода обувных товаров в розничную сеть для продажи ее конечному потребителю.

2 АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ, ОБУВНЫХ ТОВАРОВ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ Г. БЛАГОВЕЩЕНСКА

2.1 Анализ показателей ассортимента женской зимней обуви из натуральных кож

С целью исследования товарного предложения зимней женской обуви из натуральных кож на рынке г. Благовещенска, проведен анализ ассортимента зимней женской обуви из натуральных кож в торговых предприятиях, реализуемых данный вид товара. Исследование проводилось в ноябре 2017 г. В качестве исходных данных использована информация, представленная в интернет источниках официальных сайтах исследуемых предприятий торговли. Для исследования были взяты три магазина осуществляющих торговлю зимней женской обуви из натуральных кож на рынке г. Благовещенска, а именно: «Мир Обуви», «Вестфалика» и «Keddo».

Исходные данные для исследования представлены в таблицах 6 и 7.

Таблица 6 – Широта ассортимента зимней женской обуви из натуральных кож

Марка обуви	Базовое значение широты	Количество наименований обуви из натуральных кож в торговом предприятии		
		Мир Обуви	Вестфалика	Keddo
1	2	3	4	5
Aga	2	2	-	-
All.go	2	-	2	-
Ascalini	6	6	-	-
Birinci	1	1	-	-
Bonty	31	31	-	-
Betsy	14	-	-	14
Burgerschune	178	178	-	-
But	1	1	-	-
Carinii	1	1	-	-
Crosby	4	4	-	3
Cupage	5	5	-	-
Dakkem	45	45	-	-
Dino Ricci	1	1	-	-
Ego	3	3	-	-
EL Tempo	39	39	-	-
Elrosso	7	7	-	-
Ergo	6	6	-	-

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5
Francesco Donni	38	38	-	-
Greinwich	14	14	-	-
Grunberg	2	-	-	2
Hortos	11	11	-	-
Hybrid	6	6	-	-
Imara	1	1	-	-
Indiana	16	16	-	-
Karino	2	2	-	-
Keddo	35	1	-	35
Laura Velorosa	37	34	-	37
Legre	10	10	-	-
MakFine	4	4	-	-
Makfly	2	2	-	-
Marco	7	7	-	-
Marco Tozzi	11	11	-	-
Marie Collet	6	6	-	-
Nessi	9	9	-	-
Nex Pero	2	2	-	-
Pamar	6	6	-	-
Patrol	1	1	-	-
Piranha	17	17	-	-
Ralf Ringer	122	122	-	-
Remonte	2	2	-	-
Ridlstep	4	4	-	-
Rieker	57	57	-	-
S-Tep	6	5	6	-
Shtasen	1	1	-	-
Shoiberg	24	24	1	-
Shoobootique	4	4	-	-
Simen	18	18	-	-
Spur	19	19	-	-
Tofa	165	165	-	-
Westfalika	362	-	362	-
Westfalika by Valeriya	102	-	102	-
Спартак	27	27	-	-
Итого	1496	976	473	91

Из таблицы 6 видно, что наиболее широкий ассортимент представлен в магазине «Мир Обуви», а самый низкий показатель у магазина «Keddo»

Таблица 7 – Полнота ассортимента зимней женской обуви из натуральных кож

Вид натуральной кожи верха обуви	Базовое значение показателя	Количество наименований обуви из натуральных кож в торговом предприятии		
		Мир Обуви	Вестфалика	Keddo
1	2	3	4	5

Продолжение таблицы 7

1	2	3	4	5
Кожа	7	+	+	+
Замша		+	-	+
Велюр		+	+	+
Нубук		+	+	-
Спилог		-	+	-
Лак		+	-	-
Комбинированный верх из натуральных кож (кожа+замша и т.п.)		+	+	+
Итого	7	6	5	4

Для оценки рациональности ассортимента зимней женской обуви из натуральных кож был проведен анализ показателей ассортимента трех выбранных ранее магазинов.

Широта ассортимента – количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп.

Действительная широта – фактическое количество видов, разновидностей и наименований товаров, имеющих в наличии.

Базовая широта – количество видов, разновидностей и наименований товаров, указанных в прайс-листе.

Коэффициент широты рассчитывается по формуле:

$$K_{ш} = \frac{Ш_{д}}{Ш_{б}}, \quad (1)$$

где $Ш_{д}$ - действительная широта;

$Ш_{б}$ - базовая широта.

За базовую широту были взяты все наименования (марки) зимней женской обуви из натуральных кож, реализуемых в торговых точках.

Расчет показателей широты представлен в таблице 7.

Таблица 8 – Показатели широты

Наименование торгового предприятия	Широта базовая	Широта действительная	Коэффициент широты
1	2	3	4
Мир Обуви	1496	976	0,65
Вестфалика		473	0,32
Keddo		91	0,06

Из данной таблицы видно, что самый высокий показатель широты у торгового предприятия «Мир Обуви», ассортимент в данном магазине намного шире, чем у двух других представленных предприятий.

Полнота ассортимента – способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности.

Коэффициент полноты рассчитывается по формуле:

$$K_{п} = \frac{П_{д}}{П_{б}}, \quad (2)$$

где $П_{д}$ - полнота действительная;

$П_{б}$ - полнота базовая.

Расчет показателей полноты представлен в таблице 8.

Таблица 9 – Показатели полноты

Наименование торгового предприятия	Полнота базовая	Полнота действительная	Коэффициент полноты
1	2	3	4
Мир Обуви	7	6	0,86
Вестфалика		5	0,71
Keddo		4	0,57

На основании данной таблицы можно сделать вывод, что высокий процент полноты у магазина «Мир Обуви» он свидетельствует о том, что данный магазин удовлетворяет потребности покупателей в моделях зимней женской обуви из натуральных кож, в отличие от магазина «Keddo». Это свидетельствует о том, что в магазине «Keddo» представлено мало моделей зимней обуви из натуральных кож.

Глубина – это количество торговых марок товаров одного вида или их модификации.

Коэффициент глубины рассчитывается по формуле:

$$K_{\Gamma} = \frac{\Gamma_{\text{д}}}{\Gamma_{\text{б}}}, \quad (3)$$

где $\Gamma_{\text{д}}$ - глубина действительная;

$\Gamma_{\text{б}}$ - глубина базовая.

Расчет показателей глубины представлен в таблице 9.

Таблица 10 – Показатели глубины

Наименование торгового предприятия	Глубина базовая	Глубина действительная	Коэффициент глубины
1	2	3	4
Мир Обуви	52	47	0,90
Вестфалика		5	0,10
Keddo		5	0,10

Из данной таблицы видно, что наибольшее количество торговых марок представлено в магазине «Мир Обуви».

Коэффициент устойчивости рассчитывается по формуле:

$$K_{\text{у}} = \frac{У}{Ш_{\text{б}}}, \quad (4)$$

где $У$ - устойчивость;

$Ш_{\text{б}}$ - базовая широта.

Расчет показателей устойчивости представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Показатели устойчивости

Наименование торгового предприятия	Устойчивость	Широта действительная	Коэффициент устойчивости
1	2	3	4
Мир Обуви	7	976	0,001
Вестфалика	2	473	0,004
Keddo	3	91	0,03

Из таблицы 11 видно, что наиболее высокий коэффициент устойчивости среди исследуемых магазинов наблюдается у магазина «Keddo», это объясняется невысокой ценой на обувь и большой популярностью магазина у молодежи, а так же малым количеством брендов, которые отшивают обувь из натуральных кож.

Новизна ассортимента – способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров.

Коэффициент новизны стремится к 30% и рассчитывается по формуле:

$$K_n = \frac{H}{Ш_б}, \quad (5)$$

где H - новизна;

$Ш_б$ - базовая широта.

Расчет показателей новизны представлен в таблице 12.

Таблица 12 – показатели новизны

Наименование торгового предприятия	Новизна	Широта действительная	Коэффициент новизны
1	2	3	4
Мир Обуви	209	976	0,21
Вестфалика	206	473	0,44
Keddo	48	91	0,53

На основании полученных данных можно сделать вывод, что большее количество новых моделей представлено в магазине «Keddo». Чуть меньше новых моделей появилось в магазине «Вестфалика», на последнем месте идет «Мир Обуви» с наименьшим показателем коэффициента новизны.

Обобщенный показатель ассортимента показывает, насколько рационально представлен ассортимент в анализируемых торговых предприятиях для данной группы товаров.

Рассчитывается обобщенный показатель ассортимента по следующей формуле:

$$K_p = \frac{\sum_{i=1}^n M_i}{K_i}, \quad (6)$$

где K_p – общий показатель ассортимента;

M_i – коэффициент весомости показателей ассортимента;

K_i – величина показателей ассортимента.

Для того, чтобы рассчитать коэффициент рациональности, необходимо определить весомость показателей. Для расчета весомостей показателей используется метод последовательного сопоставления свойств: семью экспертами проставляются ранги от 1 до 10 имеющимся свойствам, в зависимости от их значимости. Каждому рангу присваивается свое количество баллов: 1 ранг – 10 баллов, 2 – 9 и так по мере убывания интервалом в 1. В качестве экспертов выступили сотрудники отдела продаж.

Коэффициент весомости рассчитывается по формуле:

$$M_i = B_i : \sum b_i, \quad (7)$$

где M_i – коэффициент совместимости i -ого свойства;

B_i – оценка экспертов i -му свойству;

$\sum b_i$ – сумма оценок, проставленная экспертами по всем свойствам.

Среднее значение коэффициента весомости рассчитывается по формуле:

$$CpM = \frac{\sum_{i=1}^n M_i}{m}, \quad (8)$$

где M_i – коэффициент весомости показателей ассортимента.

Расчет коэффициента весомости представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Сводная таблица результатов ранжирования

Показатели ассортимента	Оценки показателей, представленные экспертами							Mi							СрМ
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	
1	2	3	45	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Кш	8	8	8	9	9	9	9	0,19	0,18	0,18	0,20	0,20	0,20	0,2	0,20
Кп	9	10	9	8	9	9	9	0,20	0,23	0,2	0,18	0,20	0,20	0,2	0,18
Кг	10	9	9	10	10	8	10	0,23	0,20	0,2	0,23	0,23	0,19	0,22	0,23
Ку	9	9	9	8	7	10	8	0,20	0,20	0,2	0,18	0,16	0,23	0,18	0,20
Кн	7	8	10	9	8	7	9	0,16	0,18	0,22	0,20	0,19	0,16	0,2	0,19
Σ	43	44	45	44	43	43	45								1

Расчет общих показателей ассортимента представлен в таблице 14

Таблица 14 – Сводная таблица показателей ассортимента

Показатели ассортимента	Весомость показателей	Мир Обуви	Вестфалика	Keddo
1	2	3	4	5
Коэффициент широты	0,20	0,65	0,32	0,06
Коэффициент полноты	0,18	0,86	0,71	0,57
Коэффициент глубины	0,23	0,90	0,10	0,10
Коэффициент устойчивости	0,20	0,01	0,01	0,03
Коэффициент новизны	0,19	0,21	0,44	0,53
Рациональность ассортимента		0,53	0,30	0,24

В результате подсчетов были получены следующие коэффициенты рациональности, равные 0,53; 0,30 и 0,24. Учитывая тот факт, что максимальное значение данного показателя равно 1, ассортимент в магазине «Мир Обуви» вполне рационален. Поэтому для данного магазина нет необходимости проводить различные мероприятия в области формирования ассортимента и улучшения его структуры. Данная торговая точка в полном объеме удовлетворяет потребности покупателей в данном виде товара.

Магазин «Вестфалика» идет на втором месте по показателю рациональности, ассортимент недостаточно рационален и не сможет удовлетворить все потребности покупателей.

На последнем месте идет магазин «Keddo», он в последнюю очередь сможет удовлетворить потребность покупателей которые хотели бы приобрести обуви из натуральных кож.

2.2 Исследования потребительских предпочтений женской зимней обуви из натуральных кож

С целью анализа потребительских предпочтений к зимней обуви из натуральных кож на рынке г. Благовещенска была составлена анкета, с помощью которой был проведен опрос среди покупателей, посещающих магазин «Мир Обуви». Анкета представлена в приложении А.

В ходе исследования было опрошено 100 человек. В возрасте от 18 до 75 лет. Отдел посещают работающие женщины, пенсионеры, домохозяйки и студенты. Результаты представлены на рисунке 1 и 2.

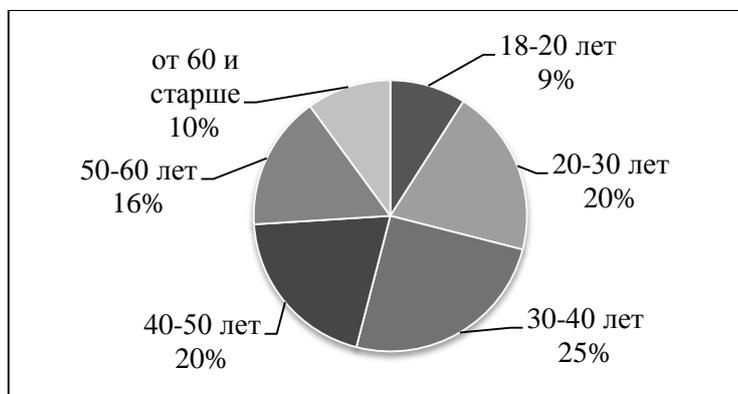


Рисунок 1 – Распределение респондентов по возрасту

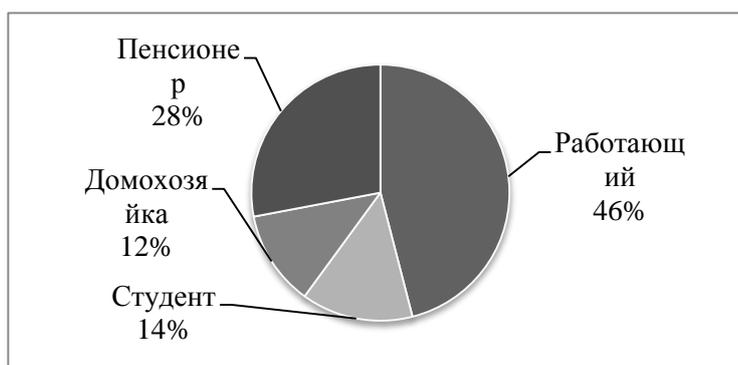


Рисунок 2 – Распределение респондентов по социальному статусу

Покупатели часто покупают зимнюю обувь, в основном это происходит во время начала зимнего сезона, когда полки магазинов пополняются новыми моделями. Самым частым ответом был, что покупатели меняют обувь каждый сезон (48 %), на втором месте ответ: в зависимости от износа предыдущей пары (31 %). Это может быть связано, как со стремлением людей не отставать от модных тенденций, так и с тем, что качество обуви не позволяет носить ее более одного сезона. Но есть небольшой процент людей, которые меняют обувь раз в два года (16 %) или реже (5 %), зачастую в эту категорию входят пенсионеры, которые более привередливо выбирают себе обувь и обращают больше внимание на качество обуви, нежели на модные тенденции. Результаты представлены на рисунке 3.

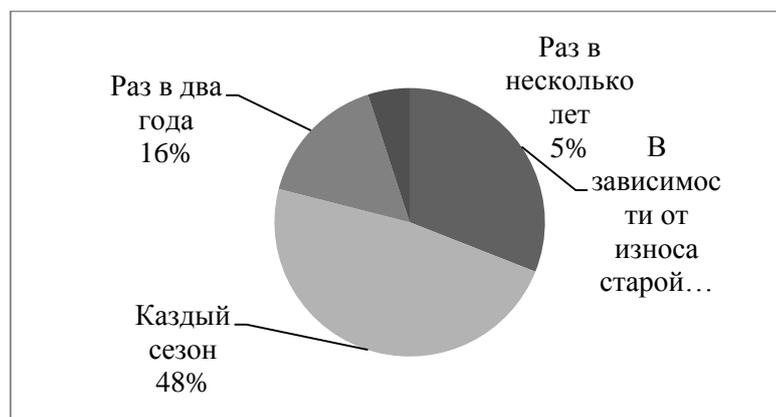


Рисунок 3 – Распределение респондентов по частоте приобретения зимней обуви

В следующем вопросе выяснялось, какую сумму покупатель готов потратить на новую пару обуви. Важную роль играет финансовое состояние каждого отдельного потребителя, а так же его социальный статус. Многие люди не скупятся на покупке обуви и готовы потратить на новую пару более 5000 руб., а именно 48 % респондентов. Около 28 % респондентов могут потратить до 10000 руб. Очень небольшой процент респондентов 6 % готовы потратить на обувь более 10000 руб., в этот процент входят те люди, которые заботятся о своем статусе и приобретают только дорогие, модные, высокого качества модели. Результаты представлены на рисунке 4.

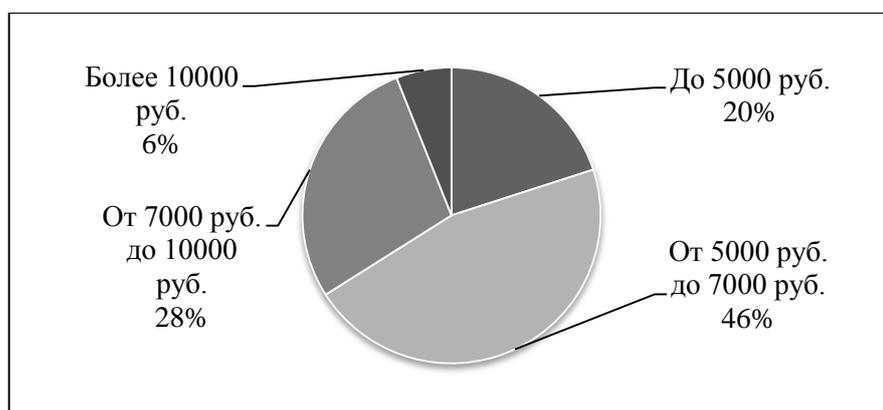


Рисунок 4– Распределение по сумме, которую они могут затратить на приобретение зимней обуви

Покупатели чаще вдумчиво подходят к выбору зимней обуви. Обычно покупатель примеряет по несколько пар, чтобы определиться с выбором, сравнивает модели по удобству, по внешнему виду в целом и другим потребительским качествам, а так же сравнивает цены на модели. 45 % респондентов ответили, что вдумчиво выбирают и могут долго искать подходящую модель обуви. Зачастую решающим фактором в выборе определенной модели играет одобрение модели со стороны продавца, либо со стороны близких и друзей с которыми пришел покупатель. Результаты показаны на рисунке 5

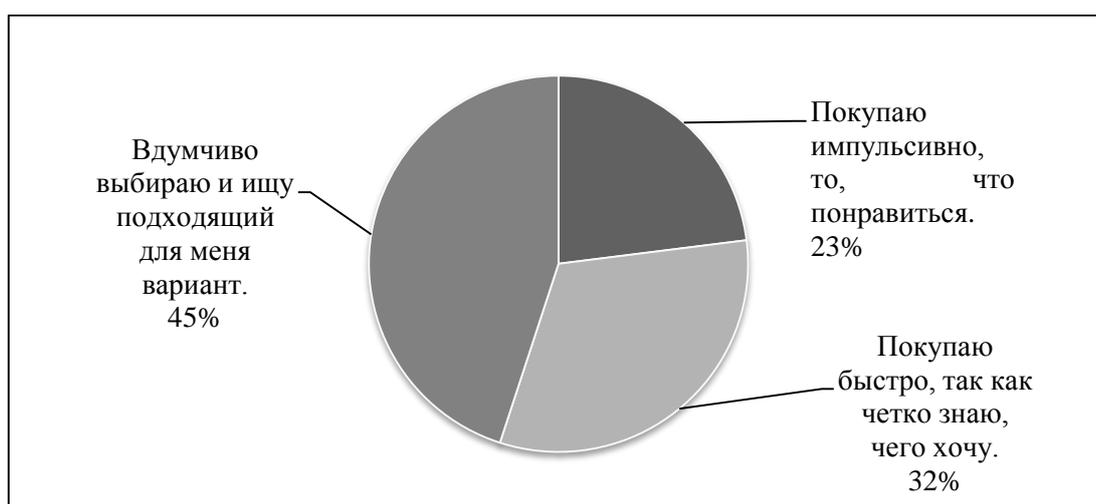


Рисунок 5 – Распределение респондентов по принципам, на которых основывается покупка

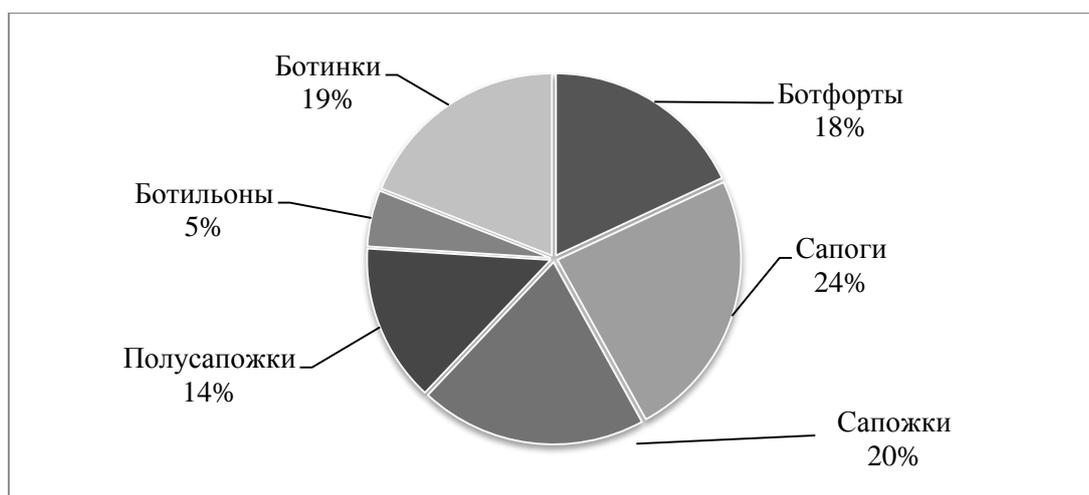


Рисунок 6 – Распределение моделей по популярности приобретения у потребителей в зимний период

Зимой потребители чаще приобретают сапоги (24 %), так как это самая оптимальная модель для нашего климата, не уступают им сапожки (20 %). На третьем месте по популярности идут ботинки, так как это удобная обувь и больше подходит для активного или спортивного времяпрепровождения в зимний период. Как видно из диаграммы следом по популярности идут ботфорты (18 %), полусапожки (14 %). Наименее популярной моделью являются ботильоны (5 %), я думаю это связано с тем, что эта модель идет на каблучке и зачастую высоко, поэтому они не очень удобны для передвижения по гололеду, поэтому не пользуются большим спросом у потребителей. Данные показаны на рисунке 6.

На следующей диаграмме (рисунок 7) можно видеть, какую высоту каблук предпочитают выбирать покупатели в зимний период. Наиболее популярным можно считать каблук от 2 до 4 см, он является наиболее удобным для передвижения по скользким и заснеженным улицам. На втором месте потребители ставят каблук высотой от 4 до 6 см, на третьем от 6 до 8 см. Есть небольшой процент любителей высокого каблука от 10 см и выше, эта группа потребителей не отказывается от высоких каблуков даже в зимний период.

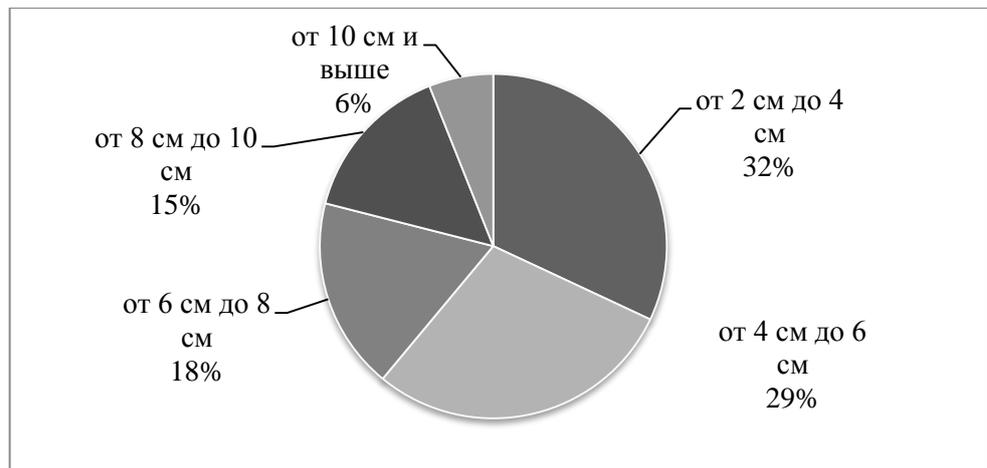


Рисунок 7 – Предпочтения у потребителей высоты каблука в зимних моделях обуви

Зимой потребители чаще покупают обувь из натуральных кож (22 %), так как потребителям за ней проще ухаживать, и она имеет более высокие водоотталкивающие свойства, нежели замша, нубук, велюр или спиллок. Но замша ничуть не уступает коже ее любят покупать 20 % респондентов. Не отстают и модели с верхом их нубука (19 %) и велюра (17 %), не всех пугает более тщательный уход за данными видами кож, они выглядят на ноге более выигрышно и радуют большим разнообразием цветов. На рисунке 8 видно что, 14 % респондентов чаще выбирают обувь из искусственных материалов, нежели из натуральных. Это чаще связано с тем, что модели из натуральных кож дороже и не все могут себе их позволить. Либо людям просто нравится модель и они не обращают особого внимания на натуральность материалов. Модели из натурального спилка и натуральной лаковой кожи не популярны у населения, зачастую потому, что люди даже не знают о том, что есть такие натуральные материалы для верха обуви. К тому же лаковая кожа редко используется для изготовления зимней обуви, чаще встречается искусственная лаковая кожа лишь в отделке деталей. Данные представлены на рисунке 8.

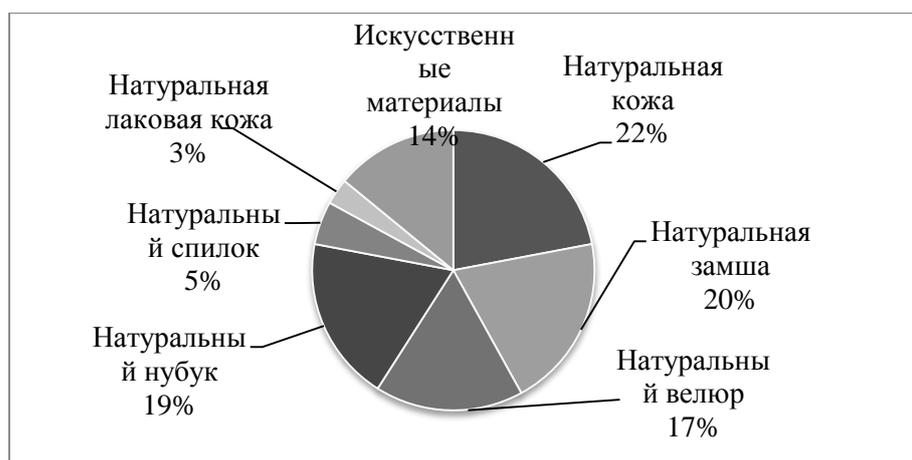


Рисунок 8 – Распределение респондентов по ответу о предпочтении материалов верха зимней обуви

Покупатели больше предпочитают натуральный мех во внутренней отделке обуви. Шерсть не уступает меху, модели с внутренней отделкой из натуральной шерсти также пользуются спросом. Не самой высокой популярностью пользуются искусственные материалы.

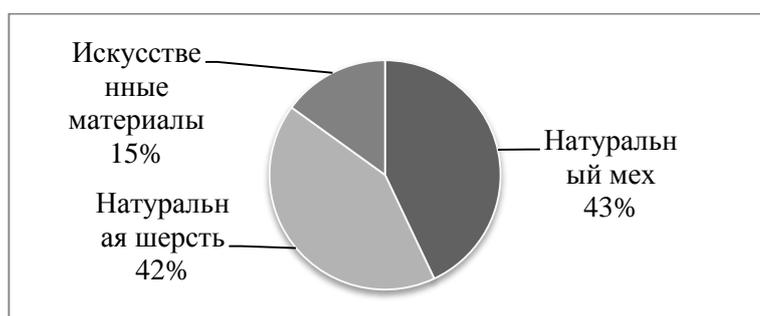


Рисунок 9 – Распределение предпочтений респондентов во внутренней отделке обуви

При ответе на вопрос о предпочтении в декоративной отделке обуви большинство покупателей (31 %) ответили, что не придают этому критерию большого значения при выборе модели, главное чтобы она хорошо смотрелась на ноге, а декоративное украшение если и присутствует, то чтобы аккуратно смотрелось. 18 % респондентов отдают предпочтение обуви без декоративных элементов, для них дизайн обуви должен быть лаконичным и спокойным, без каких либо ярких декоративных акцентов.

Так же есть потребители, которые не против наличия декоративных элементов в модели обуви, таких как: отделка мехом/шерстью (7 %), тиснение на коже (9 %), декоративные строчки/узоры/вышивка на обуви (12 %), отделка моделей стразами/камнями (9 %), декор фурнитурой (14 %).

В целом покупатели положительно относятся к декорированию наружных деталей обуви, если это смотрится аккуратно, интересно и отвечает модным тенденциям.

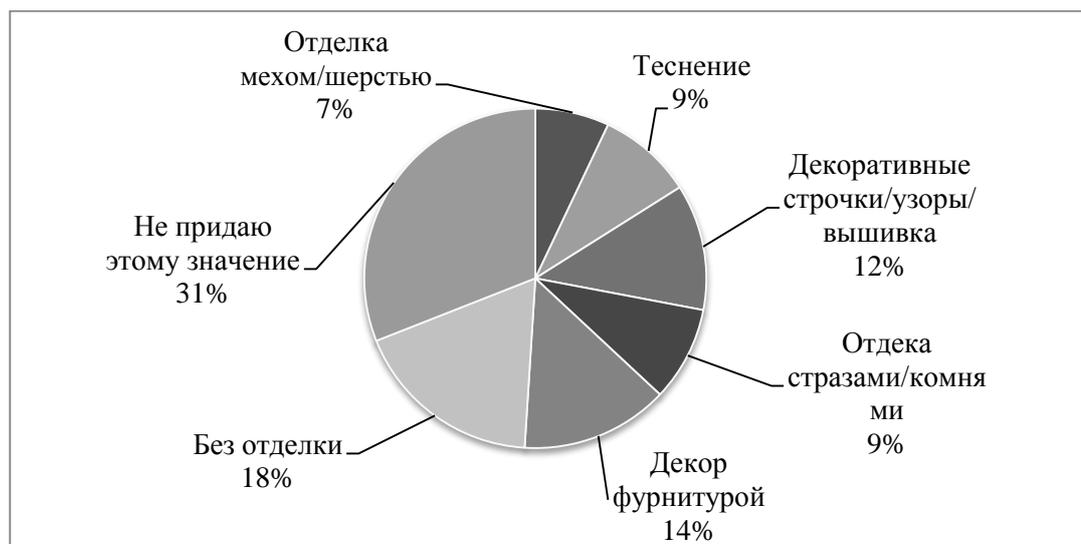


Рисунок 10 – Распределение респондентов по предпочтению в декоративной отделке обуви

По предпочтению в методе крепления на ноге зимней обуви респонденты разделились на следующие проценты: шнуровка – 25 %, замок – 48 %, это один из наиболее популярных способов крепления и является самым быстрым; комбинация шнурка и замка – 27 %, данный метод крепления чаще используется в ботинках. Получившиеся данные представлены на рисунке 11.

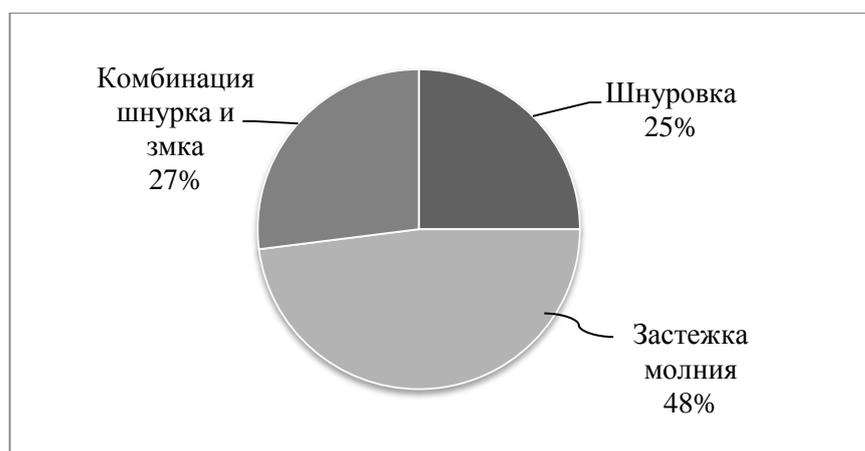


Рисунок 11 – Распределение респондентов по предпочтению в креплении модели на ноге

На вопрос анкеты «Легко ли Вам подобрать обувь по размеру и полноте», респонденты в большинстве случаев ответили, что легко (67 %), но так же есть покупатели которым сложно подобрать себе обувь(39 %).

Сложность в выборе обуви возникает по таким антропометрическим показателям как ширина стопы, высокий или низкий взъём, большой размер (40 размер и больше), так же сложно найти подходящую модель с широким или узким голенищем. Полученные данные представлены на рисунке 12

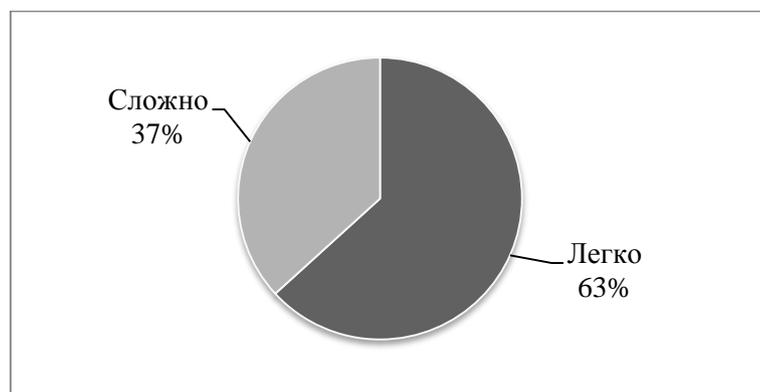


Рисунок 12 – Распределение респондентов по легкости подбора обуви по размеру

При выборе обуви покупатели в большинстве случаев обращают свое внимание на производителя обуви. При анкетировании было выяснено, что покупатели посещающие магазины предпочитают отечественных производителей, на втором месте идет ответ, что чаще приобретается обувь зарубежных произ-

водителей. На последнем месте идет совместно производство, так как покупатели иногда скептически относятся, что одна и та же марка обуви отшивается в разных странах (рисунок 13).

К примеру, фабрика по производству обуви «ТОФА» имеет производство, как в России, так и в Китае. Контроль качества производится с российской стороны, но покупателям в это слабо верить и они как правило отказываются от модели китайского производства в пользу другой модели той же фирмы, только произведенной в России, г. Тула.

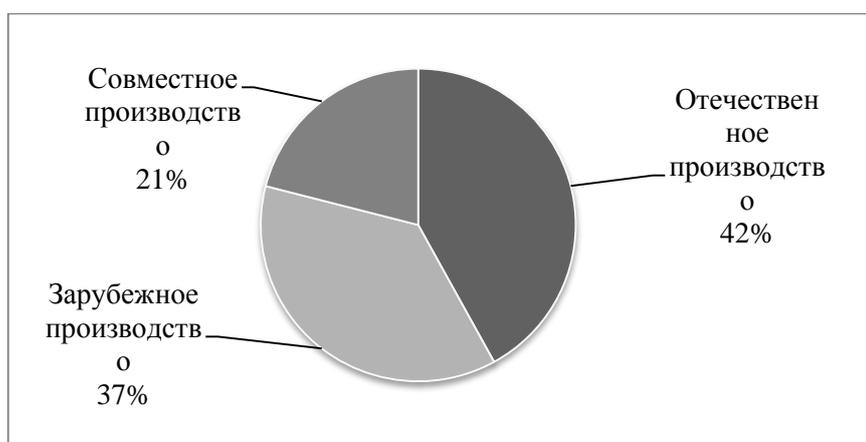


Рисунок 13 – Распределение респондентов по предпочтениям, при выборе зимней обуви

В четырнадцатом пункте анкеты респондентам было предложено расставить по важности с первого по шестое место потребительские качества, которые они считают важными в модели, при выборе зимней обуви.

После обработки данных было выявлено то, что покупатели ставят на первое место удобство посадки модели. Не удивительно, ведь от этого зависит комфорт при ходьбе, обувь должна подходить по размеру и широте ноги.

На втором месте стоит такое качество как теплозащитность, один из важнейших показателей зимней обуви, покупатели никогда не обходят его вниманием и ставят его на одном уровне с комфортом посадки обуви.

Третье место отдают легкости одевания/снятия обуви, ведь чем быстрее одевается/снимается обувь, тем быстрее мы можем бежать по своим делам.

Четвертое место занимает масса обуви, от этого показателя будет зависеть, как быстро устанут наши ноги при носке определенной модели обуви. В зимний период респонденты хотят носить легкую и теплую обувь.

Такие потребительские качества, как цвет и оригинальность модели респонденты поставили на последние по важности места. Думаю это логично, ведь при выборе зимней обуви важнее, чтобы обувь была удобной, теплой и легкой. Цвет или оригинальность модели становятся бесполезными критериями оценки модели, если модель обуви нам не комфортна.

В заключительном вопросе анкеты респондентам было предложено расставить по важности с первого по шестое место критерии, которыми покупатели руководствуются в момент совершения покупки.

Одним из первых важных критериев стало удобство модели, следом идет ее качество. После того как покупатель положительно расположен по первым двум критериям к модели он оценивает внешний вид модели в целом, как обувь смотрится на ноге.

На четвертое место покупатели ставили практичность модели и возможность носить ее с большим количеством образов из своего гардероба.

Торговая марка зачастую не так уж и важна, если модель очень удобна и отлично сидит на ноге. В большинстве случаев даже модные тенденции становятся не важны, но есть и такие покупатели, для которых главное, чтобы обувь отвечала модным тенденциям, тогда этот критерий становится более важным при выборе модели.

В целом можно сделать вывод, что покупатели выбирают удобную, теплую, легкую зимнюю обувь. Иногда на невысоком каблуке, зачастую с методом крепления на ноге с помощью замка, либо вообще без него. Предпочтения покупатели отдают натуральным материалам, как во внешней, так и внутренней отделке обуви.

В зимний период покупатели предпочитают удобство и теплозащитность в модели, но и внешнему виду в целом тоже не забывают уделять внимания. Зимние модели в своем большинстве лишены большого количества декора, но

зато иногда могут порадовать разнообразными цветами, особенно большое количество цветов имеют модели, если они выполнены из нубука, замши или искусственных материалов.

3 СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ЖЕНСКОЙ ЗИМНЕЙ КОЖАНОЙ ОБУВИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ИМПОРТНОГО ПРОИЗВОДСТВА

3.1 Оценка потребительских свойств женской кожаной обуви российского производства

В общей структуре товарооборота в 2017 г (11 231 тыс.руб.) на продажи обуви российского производства приходится 53 % (рисунок 14).

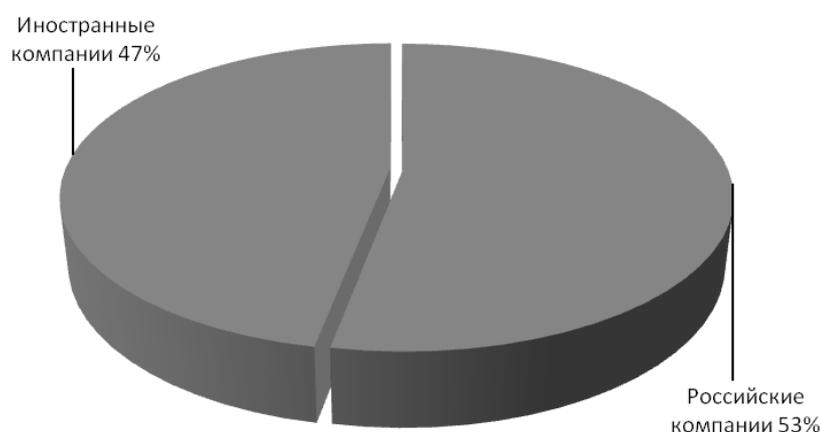


Рисунок 14 – Структура товарооборота в магазине «Мир Обуви» в 2017 г

Согласно результатам исследования на базе магазина «Мир Обуви» (наблюдение, опрос, анализ клиентской базы), типичным портретом покупателя обуви российского производства (55 чел из 100) является «патриотически-настроенная» женщина старше 50 лет, среднего достатка для которой играет второстепенную роль внешний вид, а на передний план выходит удобство и долговечность обуви.

Так по мнению покупателей российских брендов обувь российского производства является более подходящей «с точки зрения анатомии». Дело в том, что ноги россиян чаще всего отличаются от ног китайцев или, например, европейцев. Мы более «разлапистые» - стопа шире, взъём выше, полнота колодки больше. У итальянцев, испанцев и французов нога узкая, у китайцев - маленькая. В приложении А представлен сравнительный анализ проведенный компанией ООО «Юничел».

Из 52 представленных в магазине брендов 20 приходится на обувь Российского производства. Наибольший удельный вес 12% в проданной кожаной обуви приходится на «Ralf Ringer» (таблица 15).

Таблица 15 - Поставщики обувных товаров Российского производства

Страна производитель	Уд.вес в общем товарообороте,%	Кол-во проданных пар	Кол-во возвратов
1	2	3	4
Dino Ricci	9	189	4
EL Tempo	6	126	1
Francesco Donni	7	147	2
Greinwich	4	84	2
Grunberg	8	168	0
Hybrid	4	84	2
Legre	3	63	1
Makfly	3	63	0
Nex Pero	4	84	2
Ralf Ringer	12	252	8
S-Тер	2	42	0
Schtasen	2	42	0
Shoiberg	3	63	2
All.go	4	84	2
Burgerschune	5	105	1
Piranha	9	189	2
Tofa	3	63	0
Спартак	2	42	0

С целью оценки потребительских свойств зимней женской кожаной обуви российского производства выборочно отобраны 5 пар женских зимних сапог (таблица 16).

Таблица 16 – Образцы женских зимних сапог

Компания	Стоимость, руб.	Внешний вид
1	2	3
Tofa	8200	

1	2	3
Francesco Donni	10520	
Dino Ricci	10700	
Piranha	4200	
Ralf Ringer	5200	

В результате изучения ГОСТ 9289-78. «Обувь. Правила приемки (с Изменениями N 1-4) и критериев оценки составленных авторами В.В. Садовский, Н.М. Несмелов, Н.В. Шутилина составлена таблица 17, в которой систематизированы материалы, по оценке потребительских свойств кожаной обуви реализуемых в магазине «Мир Обуви».

Таблица 17 – Критерии оценки потребительских свойств

№ п/п	Содержание критерия
1	2
1-й прием	проверяется правильность и четкость маркировки на внутренней части каждой полупары обуви, качество приклеивания по/гладки к заднику, правильность установки подблочников и качество закрепления блочек и крючков, состояние швов на подкладке.

2-й прием	обувь располагается подошвами от себя. Внешним осмотром устанавливается парность обуви по материалам, цвету, крою, отделке; определяется качество выполнения основных и декоративных швов, состояние материалов верха, симметричность расположения одноименных деталей в паре и наличие перекосов деталей в полупаре. Дефекты (перекос деталей, несимметричность расположения носков, берцов, блочек и т. д.) измеряются и сопоставляются с требованиями НД. Прощупыванием проверяется плотность кожевенных материалов и наличие отдушистости, правильность установки жестких подносков и их жесткость, а также прочность соединения накладного носа с союзкой.
3-й прием	полупары располагаются пяточной частью к себе подошвами вниз. Внешним осмотром и измерением определяется перекос заднего наружного ремня или шва; внешним осмотром — качество формования пяточной части, установки и отделки каблуков и набоек, качество сборки кожаного каблука, соответствие цвета каблука цвету заготовки. Прощупыванием определяется жесткость и высота задников, плотность прилегания каблуков к подошве.
4-й прием	полупары соединяются по линии заднего наружного ремня или шва подошвой вниз, наружной стороной к себе. Внешним осмотром и измерением проверяется парность обуви по высоте берцов, задников, каблуков, наличие дефектов обувных материалов, качество выполнения соединительных и декоративных швов. Прощупыванием определяется симметричность расположения крыльев задника.
5-й прием	Внешним осмотром проверяется состояние ходовой поверхности подошвы и каблука, правильность расположения крепителей, заделки порезки в обуви ниточных методов крепления, парность обуви по размерам подошв и каблуков, состояние маркировки. В случае необходимости измеряется длина, ширина подошвы и каблука.
6-й прием	полупары совмещаются ходовой поверхностью друг к другу, при этом обувь поворачивается внутренней боковой стороной к себе. Внешним осмотром проверяется парность обуви по длине и толщине подошвы, наличие дефектов в материалах верха, качество отделки уреза подошвы и каблука, качество выполнения соединительных швов. Прощупыванием определяется наличие расщелин между верхом и каблуком, между фликами и кранцем, а также выступание грани стельки за подошву.
7-й прием	проводится для каждой полупары по отдельности. Проверяется упругость геленка, качество и гибкость подошвы с деталями верха.
8-й прием	проверяется состояние внутренней части каждой полупары обуви. Внешним осмотром и прощупыванием определяется наличие складок, буфов на внутренней поверхности подкладки и стельки, механических повреждений, соответствие высоты задника высоте задников.

Проверке качества обуви по внешнему виду, правильности упаковки и маркировки требование нормативной документации изготовитель подвергает каждую пару обуви. Проверка качества обуви потребителем и при контрольных проверках осуществляется выборочно.

Результаты контроля качества образцов женской кожаной обуви представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Результаты органолептического исследования

Критерий определения качества обуви	Tofa	Francesco Donni	Dino Ricci	Piranha	Ralf Ringer
1	2	3	4	5	6
Парность обуви по размерам и высоте	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует
Парность обуви по материалам верха	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует
Симметричность расположенных одноименных деталей	присутствует	присутствует	присутствует	присутствует	присутствует
Размер и форма носков, подошв, пяточных частей	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует
Состояние подошвы	Без трещин и повреждений, хорошо прикреплена к заготовке	Без трещин и повреждений, хорошо прикреплена к заготовке	Без трещин и повреждений, хорошо прикреплена к заготовке	Без трещин и повреждений, хорошо прикреплена к заготовке	Без трещин и повреждений, хорошо прикреплена к заготовке
Частота стежков и качество швов	Разрыв строчки	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД
Пороки обувных материалов	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют
Пороки технологические	Нарушена технология изготовления строчки	Отсутствуют	Отсутствуют	Нарушение технологии отделки кожи	Отсутствуют
Правильность и четкость маркировки	Соответствует требованиям НД				

По результатам органолептической экспертизы образцов зимних женских кожаных сапог, можно сделать вывод, что образцы отечественных производи-

телей Francesco Donni, Dino Ricci, Ralf Ringer - полностью соответствуют стандарту по всем показателям. Образец компании Tofa - не соответствует требованиям НД по показателям частоты стежков и качества швов и технологическим порокам. Сапоги компании Piranha - не соответствует требованиям НД по наличию недопустимого порока обувных материалов.

По результатам исследования, можно сделать вывод, что образцы компаний Francesco Donni, Dino Ricci, Ralf Ringer – могут быть допущены к продаже, а образцы производителей Tofa и Piranha допущены в продажу быть не могут и должны будут возвращены производителю.

В целом можно сделать вывод, что обувь российского производства пользуется устойчивым спросом не смотря на достаточно высокие цены, основным недостатком является низкая заинтересованность аудитории младше 30 лет на данную категорию приходится всего 29 % продаж. Данный фактор обусловлен несовременным дизайном большинства моделей и несмотря на то, что российские «обувные» дизайнеры стараются соответствовать мировым трендам, но у них не всегда это получается. Так на эскизы и разработку новых колодок уходит не менее двух недель, а еще производство и доставка до мест реализации (по данным интервью производителей размещенных в СМИ).

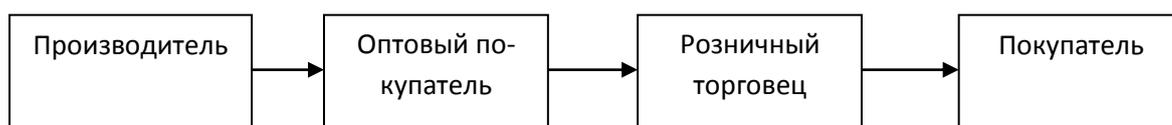


Рисунок 15 – Распространенная схема движения обувных товаров к покупателю

Таким образом, при формировании ассортимента на 2018 г магазину «Мир Обуви» следует учесть пожелания молодой аудитории и сделать линейку реализуемых обувных товаров максимально привлекательной для данной категории потребителей для последующего формирования лояльности к бренду магазина.

3.2 Оценка потребительских свойств женской кожаной обуви китайского производства

На основании данных книги продаж составлен рейтинг иностранных производителей по наибольшей доле в товарообороте по результатам финансово-хозяйственной деятельности в 2017 г.г. (таблица 19)

Таблица 19 – Рейтинг стран производителей обувных товаров реализуемых в магазине «Мир Обуви»

Страна производитель	Ценовой диапазон, тыс.руб.	Уд.вес в общем товарообороте, %	Кол-во проданных пар	Кол-во возвратов
1	2	3	4	5
Англия	3-12	3	56	1
Белоруссия	3-7	8	149	4
Бразилия	3-9	4	74	0
Германия	3-14	13	242	2
Испания	3-9	5	93	1
Италия	4-14	9	167	1
Китай	2-5	22	409	20
Польша	3-7	11	205	4
Португалия	3-12	9	167	0
Турция	3-7	9	167	3
Швеция	3-12	6	112	1
Шотландия	3-12	1	19	0

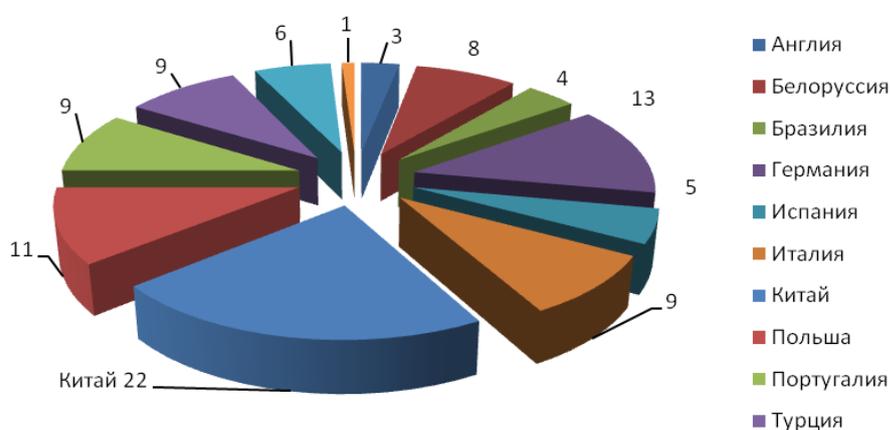


Рисунок 16 – Структура товарооборота по странам производителям в 2017 г

Согласно представленных данных, можно сделать вывод, что на рынке г. Благовещенска складывается ситуация при которой большим покупательским спросом пользуется обувь недорого ценового сегмента в диапазоне от 2 тыс. руб. до 5 тыс. руб., о чем свидетельствует количество проданной обуви юго-восточных производителей, приближенная к известным брендам, имеющая привлекательный дизайн и широкий ассортимент. При этом обувь Европейских производителей, из-за больших материальных затрат на ее производство и с большей ценой при поступлении в розничную продажу, в процентном соотношении покупается меньше. Одним из главных поставщиков магазина «Мир Обуви» в частности, является Китай, занимая доля в общем товарообороте 22 %, торговые марки данного производителя представлены следующими компаниями:

- Ascalini - Пекин;
- Birinci - Сычуань;
- Cupage - Пекин;
- Marie Collet - Гуанчжоу;
- Pamar - Пекин;
- Shoobootique - Гуанчжоу;
- Simen - Чжэцзян;
- Spur - Фуцзянь;
- Aga - Гонконг.

Обувь Китайских производителей не только является лидером по продажам среди импортных партнеров магазина среди покупателей с низкой покупательской способностью, но так же занимает менее почетное первое место по количеству проданных пар (30 из 409 проданной или 7 % от продаж), причем возвраты производятся не только с формулировкой «Не подошло», но и по причине обнаружения дефектов.

Для выбора и оценки потребительских свойств женской кожаной обуви реализуемой в магазине «Мир Обуви» иностранного производителя с помощью

потребителей составлен рейтинг стран по имиджу. Для чего 100 потенциальным клиентам посетившим магазин «Мир Обуви» с наибольшей покупательской проходимостью в ТЦ «Мега» предложено оценить по пяти бальной шкале страны производители по основным потребительским свойствам:

- какая страна производитель соответствует вашим представлениям качества? (качество);
- какая страна производитель наиболее соответствует современным тенденциям и моде? (дизайн);
- на каком месте вы расположите страны-производители по наиболее привлекательной для Вас цене? (цена).

Результаты проведенного исследования представлены в таблице 20.

Таблица 20 - Рейтинг потребительских предпочтений стран-производителей

Страна производитель	Ключевые показатели оценки			Итоговый рейтинговый балл
	Цена	Дизайн	Качество	
Англия	2	2	5	9
Белоруссия	3	2	3	8
Бразилия	3	4	4	11
Германия	1	1	5	7
Испания	1	3	3	7
Италия	1	5	5	11
Китай	5	5	2	12
Польша	4	3	3	10
Португалия	2	4	4	10
Турция	4	4	3	11
Швеция	1	3	5	9
Шотландия	1	3	4	8

По результатам опроса рейтинговые места распределились следующим образом:

Первое место заняла страна производитель Китай – 12 баллов. Данное место обеспеченно максимальным количеством баллов по критериям цена и дизайн, в то же время показатели качества данного производителя респонденты оценили всего в 2 бала;

Второе место отдано странам производителям: Бразилия – 11 баллов; Италия – 11 баллов; Турция -11 баллов; Польша – 10 баллов; Португалия – 10 баллов;

Третье место раздели европейские производители: Англия; Швеция; Шотландия; Германия; Испания. Несмотря на высокую оценку качества обуви данных стран, респонденты не удовлетворены высокой стоимостью и дизайном обувных товаров.

Качество обуви это один из наиболее важных критериев оказывающих влияние не только на бюджет, но и на здоровье покупателей будет произведена оценка потребительских свойств зимней кожаной обуви Китайского производителя, для чего выборочно отобраны 5 пар женских зимних сапог (таблица 21).

Таблица 21 – Образцы женских зимних сапог

Компания	Стоимость, руб.	Внешний вид
1	2	3
Birinci	3700	
Ascalini	5500	
Shoobootique	3900	
Cupage	4200	

1	2	3
Marie Collet	4500	

По результатам органолептической экспертизы образцов зимних женских кожаных сапог, можно сделать вывод, что образцы Китайских производителей Ascalini, Shoobootique, Cupage, Marie Collet - полностью соответствуют стандарту по всем показателям, визуальные дефекты не выявлены. А вот у образца сапог компании «Virinci», размер 37, цвет черный, материал верха - кожа, материал низа - полиуретан, метод крепления материала низа обуви к материалу верха клеевой, каблук высокий, обувь, не бывшая в эксплуатации, производство Китай провинция Чжэцзян выявлен целый ряд дефектов:

- некачественное крепление стельки на правой полупаре - Дефект производственного характера, относится к критическим (недопустимым) дефектам. Признак дефекта - отслоение кожаной подкладки на деталях заготовки.

- разная высота сапог - Разница в высоте составляет 1,5 мм, что допустимо по ГОСТ 28371-89 «Обувь. Определение сортности». Дефект носит производственный характер.

- расщелины между деталями низа обуви по круговой союзке на левом сапоге. Дефект является критическим и носит производственный характер. Признак дефекта - расщелины между деталями низа и верха обуви.

- выступающий клей между деталями обуви по всему периметру - На обоих сапогах имеется дефект - выступающий клей между деталями обуви по всему периметру сапог. Дефект носит производственный характер. Признак дефекта - выступание клея между деталями обуви.

– разрушение шва крепления - Дефект носит производственный характер, относящиеся к некачественной обработки деталей верха. Признак дефекта - разрыв стежков строчки.

С целью возврата обуви данной модели поставщику в количестве 15 пар и возмещения понесенных расходов, руководство магазина «Мир Обуви» обратилось в центр независимой потребительской экспертизы – Союз Амурская торгово-промышленная палата (Релочный пер.3), для проведения лабораторного метода исследования - определение прочности ниточных швов соединения деталей верха; определение прочности крепления подошвы; определение прочности крепления каблука и набойки.

Исследование показателя прочности на разрыв проводили на универсальной машине для испытаний AG -X 50 kN, где основными техническими характеристиками являются: диапазон измерений - 0-50 kN, класс точности/погрешности измерений: $\pm 0,1$ %. Для проведения данного исследования образец подготавливали в соответствии с ГОСТ 9290-76 «Обувь. Метод определения прочности ниточных швов соединения деталей верха» п.п. 5.1. Разрывная нагрузка образца составила 55,7 что не соответствует требованиям (не менее 80 Шсм) ГОСТ 21463-87 «Обувь. Нормы Прочности», где нормальной разрывной нагрузкой считается.

Исследование прочности крепления каблука проводили на машине РТ-250М-2 при растяжении образца с предельной нагрузкой до 250 кгс, где основными техническими характеристиками являются: диапазон измерений до 250 кгс, класс точности/ погрешности измерений: ± 1 %. Для проведения данного исследования образец подготавливали в соответствии с ГОСТ 9136-72 «Обувь. Метод определения прочности крепления каблука и набойки». По результатам исследований величина нагрузки, требуемая для отрыва каблука была равна 900, что соответствует нормам ГОСТ 21463-87 «Обувь. Нормы Прочности» - не менее 850 К.

Для проведения исследования прочности крепления материала верха и низа обуви образец подготавливали в соответствии с ГОСТ 9292-82 «Обувь.

Метод определения прочности крепления подошв в обуви химических методов крепления». В процессе исследования отрыв материала низа обуви от верха произошел в геленочной части обуви. Разрыв свидетельствует о некачественном соединении подошвы с верхом и о неудовлетворительном качестве клея, который использовался для данного образца.

Разрыв материала низа у исследуемого образца в момент испытания.

Исследования механических свойств обуви показали, что исследуемый образец не прошел испытание, в результате был сделан вывод о неудовлетворительном качестве материалов, применяемых при изготовлении данной пары обуви, а также о несоблюдении технологии изготовления, что и привело к отрицательным результатам испытаний. Данная модель зимних женских сапог не подлежит реализации, так как может нанести вред их обладателю.

Результаты контроля качества образцов женской кожаной обуви представлены в таблице 22.

Таблица 22 – Результаты органолептического исследования

Критерий определения качества обуви	Birinci	Ascalini	Shoo- bootique	Cupage	Marie Collet
1	2	3	4	5	6
Парность обуви по размерам и высоте	не соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует
Парность обуви по материалам верха	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует
Симметричность расположенных одноименных деталей	присутствует	присутствует	присутствует	присутствует	присутствует
Размер и форма носков, подошв, пяточных частей	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует
Состояние подошвы	Без трещин и повреждений,				

1	2	3	4	5	6
Состояние подошвы	хорошо прикреплена к заготовке	хорошо прикреплена к заготовке	хорошо прикреплена к заготовке	хорошо прикреплена к заготовке	хорошо прикреплена к заготовке
Частота стежков и качество швов	Разрыв строчки	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД
Пороки обувных материалов	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют
Пороки технологические	Нарушена технология изготовления строчки	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют
Правильность и четкость маркировки	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД	Соответствует требованиям НД

По результатам органолептической экспертизы образцов зимних женских кожаных сапог, можно сделать вывод, что образцы китайских производителей Birinci, Ascalini, Shoobootique, Cupage, Marie Collet - полностью соответствуют стандарту по всем показателям. Образец компании Birinci - не соответствует требованиям НД по показателям частоты стежков и качества швов, а так же и по технологическим порокам. По результатам исследования, можно сделать вывод, что образец компании Birinci не может быть допущено в продажу и должны будут возвращены производителю.

4 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ОБУВНЫХ ТОВАРОВ В МАГАЗИНЕ «МИР ОБУВИ»

Выбранным направлением совершенствования ассортимента товарной категории с учетом выявленных недостатком в магазине «Мир Обуви» является – расширение ассортимента.

Расширение ассортимента предполагает количественные и качественные изменения в товарной категории, направленные на увеличение показателей ширины, глубины и новизны ассортимента.

Выделяют следующие причины, обуславливающие целесообразность расширения ассортимента товарной категории:

- рост спроса на товар;
- рост объемов производства товара;
- появление на рынке новых производителей данного товара;
- высокая оборачиваемость товара;
- благоприятные экономические условия;
- развитие магазина, его переход к более крупному формату и др.

Расширение ассортимента может происходить за счет обновления ассортимента при одновременном сокращении количества товаров, не пользующихся спросом.

Постоянно обновляя свой ассортимент, магазин преследует следующие цели:

- рост конкурентоспособности магазина (товарные новинки могут привлечь в магазин новых покупателей, демонстрирующих инновационный тип поведения);
- удовлетворение постоянно изменяющихся потребностей покупателей;
- отражение в ассортименте модных тенденций;

Согласно проведенного исследования во втором и третьем разделе дипломного проекта можно сделать основной вывод, что основной проблемой

стоящей перед руководством магазина является маленькая рыночная доля в сегменте продаж «молодежная» обувь (рисунок 17). Магазин «Мир Обуви» ориентирован на потребительский сегмент старше 30 лет, на них приходится 61% от общего количества покупателей, сегмент «до 30 лет» представлен только 29%, из них, на категорию от 18-20 лет приходится всего 9%.

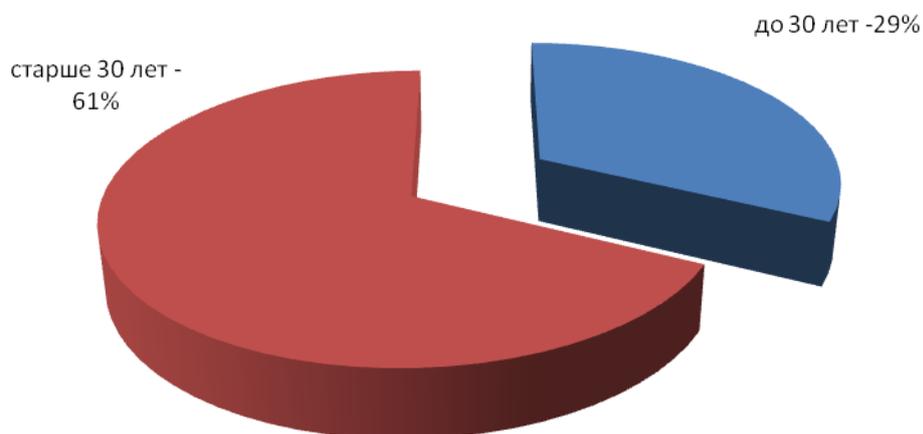


Рисунок 17 – «Возрастная» структура покупателей магазина «Мир Обуви»

Данное распределение объясняется сложившейся ассортиментной политикой в магазине, ориентированной на более платежеспособный и менее прихотливый к дизайну сегмент покупателей. А силуэт, модель и тенденции моды в большей степени важны для молодежи от 18 до 30 лет. Но упускать данную категорию покупателей не стоит, так как при формировании «лояльности» к данной торговой марке впоследствии принесет дополнительных покупателей в категории «за 30 лет».

Для совершенствования ассортимента и улучшения потребительских свойств обувных товаров в магазине «Мир Обуви» можно предложить ряд следующих альтернативных вариантов:

Вариант №1 - Отражение в ассортименте новых тенденций в «обувной» моде, обновление и расширение самого ассортимента;

Вариант №2 - Активная рекламная деятельность (рекламные ролики по ТВ и пр.);

Вариант № 3 – Обратиться к основным партнерам магазина, в том числе к Китайским производителям с предложениями по улучшению потребительских свойств обувных товаров.

Вариант №1:

Для удовлетворения потребностей целевого сегмента необходимо ввести новые ассортиментные позиции именно ультрамодной обуви ориентированной на сегмент младше 30 лет. Для достижения этой цели был выбран поставщик обуви российского-итальянского производства компания «Eber Klaus».

Данная компания предлагает качественную, дизайнерскую и, главное, привлекательную для молодых людей обувь.



Рисунок 18 – Образцы зимней обуви компании «Eber Klaus»

С целью определения потребительских предпочтений фото данных образцов были продемонстрированы молодым людям посетившим магазин в ТЦ «Мега», но не совершившим покупку. Из 30 опрошенных человек данными моделями заинтересовались 28, в таблице 22 представлен предварительный план продаж в первый месяц реализации.

Таблица 22 - Предварительный план продаж пробной партии «Eber Klaus»

Наименование	Цена, руб. за пару	Предварительный объем продаж, шт	Сумма прироста товарооборота, руб.
Сапоги	5000	2	10000
	4900	1	4900
	3800	4	15200
	3750	5	18750
Ботинки	1900	4	7600
	2100	2	4200
	2150	3	6450
	2300	2	4600
Полусапожки	1890	5	9450
	1750	4	7000
	2050	1	2050
	2100	2	4200
Итого прирост продаж	x	35	94400

Предположим, что вся партия обуви будет реализованна примерно в течение трех месяцев, т.к. время обращения оборотных средств в 2017 г. составило 89 дней. Таким образом, общий прирост оборота розничной торговли составит:

$$\text{Прирост ОРТ} = 3 \times 99,4 = 283,2, \quad (9)$$

где *прирост*ОРТ - прирост оборота розничной торговли;

3 месяца – период реализации пробной партии обуви;

99,4 - сумма прироста товарооборота, тыс. руб.

Для того, что бы рассчитать прирост чистой прибыли, воспользуемся данными о сумме переменных издержек обращения и уровне валовой прибыли за 2017 г.

Уровень валовой прибыли составляет на предприятии 46 %, следовательно:

$$ВП = \frac{283,2 \times 46}{100} = 413,5 \quad (10)$$

где ВП - валовая прибыль по проекту;

283,2 тыс.руб. - прирост ОРТ;

46% -уровень валовой прибыли в 2017 г.

Для определения уровня условно-переменных издержек обращения воспользуемся формулой:

$$У_{иопер} = \frac{\sum ИО_{пер}}{ОРТ} \times 100 \quad (11)$$

где $У_{иопер}$ - условно-переменных издержек;

ИО – фактически сложившийся издержки обращения в 2017 г;

ОРТ - фактически сложившийся прирост оборота розничной торговли в 2017 г.

$$У_{иопер} = \frac{1133,4}{11231,52} \times 100 = 10,01 \%$$

Таблица 23 – Состав условно-переменных издержек «Мир Обуви»

Наименование статей	Сумма за отчетный год, тыс. руб.
Условно-переменные издержки обращения, всего в том числе:	1133,4
Транспортные расходы	510
Расходы на оплату труда (25% от общей суммы расходов на оплату труда)	300
Расходы на хранение, подработку подсортировку и упаковку товаров	275,7
Потери товаров и технологические отходы	47,4

Уровень условно-переменных издержек на анализируемом предприятии составляет 10,1%, следовательно, прирост прибыли от продаж составит:

$$ПП = 413,5 - \frac{94,4 \times 10,01}{100} = 310 \quad (12)$$

где ПП - Прирост прибыли

99,4 тыс.руб.- сумма прироста товарооборота;

413,5 тыс.руб.- валовая прибыль по проекту;

10,01 % -условно-переменные издержки.

Таким образом прибыль магазина только за первый квартал реализации принесет магазину прибыль от продаж 310 тыс.руб.

Вариант №2:

Рекламу предлагается осуществлять по следующим каналам коммуникации:

- реклама в печатных СМИ;
- интернет-реклама;
- PR-акция на телевидении.

Продвижение новой услуги предполагается при помощи следующих инструментов:

Печатные издания:

- Газета - 2х2;
- Журнал – «Деловое приамурье»;
- Журнал – «Чароит».

Интернет-реклама (таблица 23):

- Амур. Инфо. (<http://www.amur.info/>);
- ICQ. (<http://www.rus-icq.ru/>);
- Skype (<http://www.skype.com/intl/ru/advertise/in-client/>).

Таблица 24- Смета расходов на интернет рекламу

	Месторасположение рекламы, вверху главной страницы	В ср. показов (в мес.)	Оплата (руб/мес.)
		24000	10500

PR-акция на телевидении: спонсорская поддержка прогноза погоды - Альфа канал.

Для того чтобы рекламные объявления появились своевременно, и затраченные на продвижение услуг средства окупились необходимо изучить, небольшие пики продаж.

Таблица 25 - План рекламной компании

Мероприятие	Дата	Стоимость, тыс.руб.
Реклама в печатных СМИ	01.03.18 – 31.12.18	240
Интернет-реклама	01.03.18 – 31.12.18	134
PR-акция	01.03.18 – 31.12.18	235
Итого	12 месяца	609

Согласно проведенного исследования во втором и третьем разделе дипломного проекта установлено, что основной проблемой стоящей перед руководством магазина является маленькая рыночная доля в сегменте продаж «молодежная» обувь на категорию от 18-20 лет приходится всего 9% от общего количества опрошенных.

Данные результаты послужили основанием для разработки рекомендаций по совершенствованию ассортимента и потребительских свойств обувных товаров в магазине «мир обуви», для чего предложены следующие варианты развития:

Вариант №1 - Отражение в ассортименте новых тенденций в «обувной» моде, обновление и расширение самого ассортимента;

Вариант №2 - Активная рекламная деятельность (рекламные ролики по ТВ и пр.);

Вариант № 3 – Обратиться к основным партнерам магазина, в том числе к Китайским производителям с предложениями по улучшению потребительских свойств обувных товаров.

Предложенные варианты положительно скажутся на финансово-экономической деятельности магазина и принесут за один квартал пробной продажи зимней обуви нового поставщика «Eber Klaus» дополнительную прибыль от продаж в размере 310 тыс.руб.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной курсовой работе на основе общей классификации кожаной обуви, была систематизирована классификацию для женской обуви из натуральных кож. Особое внимание было уделено такому признаку классификации как разделение женской обуви по моделям и фасонам, так как в настоящее время их большое количество и мода не стоит на месте предлагая потребителям все больше интересных моделей.

Были составлены таблицы общей характеристики обуви из натуральных кож, на основании таких документов как ОКПД 2 И ТН ВЭД ЕАС.

Классификатор ОКПД2 – это общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности, принятый к обязательному использованию с 1 января 2017. Он служит для унификации перечня товаров и услуг, заменив собой существующие до этого времени классификации ОКП, ОКПД и ОКДП. Классификатор ОКПД 2 разработан с учетом национальных особенностей продукции, изготавливаемой и реализуемой на территории РФ, и является аналогией Классификатора продукции ЕС (КПЕС 2008).

ТН ВЭД ЕАЭС - это товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза. Код ТН ВЭД ЕАЭС включает в себе 10 цифр. Первые четыре цифры ТНВЭД говорят о принадлежности продукции к определенной группе. Последующие цифры конкретно классифицируют продукцию по наименованию. Правильная классификация продукции по коду ТН ВЭД ЕАЭС определяет размер платежей при таможенном оформлении и какие виды обязательных разрешительных документов необходимы для оформления (сертификаты, декларации, пожарный сертификат или свидетельство о государственной регистрации продукции)

В данной работе была представлена важная количественная характеристика в женской кожаной обуви, как деление ее по размерам и полноте. В различных регионах земного шара антропометрические характеристики людей неоди-

наковы. Товароведы и продавцы должны учитывать этот фактор и правильно информировать покупателя.

В настоящее время на рынке обуви действуют три системы ее нумерации. В нашей стране используется – метрическая система. Размер обуви определяется длиной стопы, выраженной в миллиметрах. Считается, что подбор размера обуви с интервалом в 0,5 см более приемлем, и эта система имеет большее количество номеров.

В данной работе была представлена, качественна характеристика женской зимней обуви из натуральных кож. В данной части курсовой работы рассматривалось сырье, из которого производится обувь из натуральных кож, основы производства, контроль качества, маркировка данного товара и его упаковка, а так же правильное хранение обуви из натуральных кож

Была разработана номенклатура потребительских свойств женской кожаной обуви из натуральных кож. Кожаная обувь относится к товарам сложного ассортимента, ее функции и назначение очень разнообразны и зависят от присущих ей потребительских свойств. Последнее можно условно подразделить на четыре группы: функциональные, эстетические, эксплуатационные и свойства социального назначения.

В результате расчетов показателей ассортимента женской зимней обуви из натуральных кож, были получены следующие коэффициенты рациональности, равные 0,53 – «Мир обуви»; 0,30 – «Вестфалика» и 0,24 – «Keddo». Учитывая тот факт, что максимальное значение данного показателя равно 1, ассортимент в магазине «Мир Обуви» вполне рационален. Поэтому для данного магазина нет необходимости проводить различные мероприятия в области формирования ассортимента и улучшения его структуры. Данная торговая точка в полном объеме удовлетворяет потребности покупателей в данном виде товара.

Магазин «Вестфалика» идет на втором месте по показателю рациональности, ассортимент недостаточно рационален и не сможет удовлетворить все потребности покупателей.

На последнем месте идет магазин «Keddo», он в последнюю очередь сможет удовлетворить потребность покупателей которые хотели бы приобрести обуви из натуральных кож.

Для выяснения потребительских предпочтений было проведено анкетирование покупателей приобретающих женскую зимнюю обувь, после обработки полученных данных можно сделать вывод, что покупатели выбирают удобную, теплую, легкую зимнюю обувь. Иногда на невысоком каблуке, зачастую с методом крепления на ноге с помощью замка, либо вообще без него. Предпочтения покупатели отдают натуральным материалам, как во внешней, так и внутренней отделке обуви.

В зимний период покупатели предпочитают удобство и теплозащитность в модели, но и внешнему виду в целом тоже не забывают уделять внимания. Зимние модели в своем большинстве лишены большого количества декора, но зато иногда могут порадовать разнообразными цветами, особенно большое количество цветов имеют модели, если они выполнены из нубука, замши или искусственных материалов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Астафьева, В.В. К вопросу об оценке конкурентоспособности товаров и ее использовании при формировании ассортимента предприятия/ В.В. Фстафьева// «Восьмые Плехановские чтения» – 2015. – С.121-122.
- 2 Алексеев, Н.С. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: Учебное пособие для студентов ВУЗов. / Н.С. Алексеев – М.: Экономика, 2016. - 295с.
- 3 Васильев, В.А. Коммерческое товароведение и экспертиза: Учебное пособие для ВУЗов. / В.А. Васильев - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007. -135с.
- 4 Виноградов, Г.А. Ассортиментная стратегия предприятия/ А.Г. Виноградов // Кожевенно-обувная промышленность-2015.-N3-4.-С.12-13.
- 5 Воробьева, А. А. Материаловедение обувного производства./А.А.Воробьев, Н.Д. Закатова – М.: «Гизлегпром», 2000 г. – 144 с.
- 6 Годин, А.М. Маркетинг: учебник / А.М. Годин – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2016. – 652с.
- 7 ГОСТ 19116-2005 Обувь модельная. Общие технические условия – введ 2007-01-01, последние изменения 2017-13-07 – М.: Издательство «Стандартинформ» – 2007. – 8с.
- 8 ГОСТ 26167-2005 Обувь повседневная. Общие технические условия – введ 2007-01-01, последние изменения 2017-13-07 – М.: Издательство «Стандартинформ» – 2007. – 10с.
- 9 ГОСТ 28371-89 Обувь. Пределение сортности – введ 1991-30-06, последние изменения 2017-13-07 – М.: Издательство «Стандартинформ» – 2007. – 3с.
- 10 ГОСТ 5394-89 Обувь из юфти. Общие технические условия – введ 1990-30-07, последние изменения 2017-13-07 – М.: Издательство стандартов – 2003. – 6с.

11 ГОСТ 7296-81 Обувь. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение – введ 1982-30-06, последние изменения 2017-13-07 – М.: Издательство «Стандартинформ» – 2005. – 10с.

12 ГОСТ 9289-78 Обувь. Правила приемки – введ 1979-30-06, последние изменения 2017-13-07 – М.: Издательство стандартов – 1991. – 5с.

13 ГОСТ Р 50460-92 Знак соответствия при обязательной сертификации. Форма, размеры и технические требования – введ 1993-30-06, последние изменения 2017-13-07 – М.: Издательство «Стандартинформ» – 2008. – 10с.

14 Иванов, М.Н. Товароведение обувных товаров./ М.Н. Иванов - М.: Экономика, 2017. -363 с.

15 Иванов, М.Н., Товароведение обувных товаров; Учебное пособие для вузов / М.Н. Иванов – М.: «Экономика», 2014г. – 321с.

16 Иванова, В.Я. Товароведение и экспертиза кожевенной продукции: учеб. пособие для вузов / В.Я. Иванова, О.А. Голубенко - М.: «Дашков и К», 2010. – 354 с.

17 Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль. / Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 2011. – 896 с.

18 Леви, М. Основы розничной и оптовой торговли: учебник для вузов. /М. Леви - СПб.: Питер, 2015. – 356 с.

19 Моисенко, Н.С. Основы товароведения: учебник для вузов / под общ. ред./ Н.С. Мосеенко - М.:Кнорус, 2014. - 465с.

20 Николаева, М.А. Товароведение потребительских товаров: учеб. пособие для вузов / М.А. Николаева - М.: НОРМА, 2015. - 436 с.

21 ОКПД 2 – Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности – Режим доступа www.gov-zakupki.ru/cody/okpd2 - 28.10. 2017

22 Осташенко, Л. С., Товароведение обуви и пушно-меховых товаров / Л.С. Осташенко – М.: «Экономика», 2009г. – 271с.

23 Официальный сайт магазина «Keddo» [Электронный ресурс] – Режим доступа www.keddo.ru – 29. 11. 2017

- 24 Официальный сайт магазина «Вестфалика» [Электронный ресурс] – Режим доступа www.westfalika.ru – 29. 11. 2017
- 25 Официальный сайт магазина «Мир обуви» [Электронный ресурс] – Режим доступа www.mir-obuvi28.ru – 29. 11. 2017
- 26 Павлин, А.В., Товароведение обувных товаров.: Учебное пособие для товароведных факультетов ВУЗов. / А.В. Павлин, Е.А. Мирошников - М.: Экономика, 1983. - 248с.
- 27 Садовский, В.В. Товароведение одежно-обувных товаров: общий курс: Учебное пособие для товароведных факультетов ВУЗов. /В.В. Садовский, Н.М. Несмелов, Н.В. Шутилина - М.: БГЭУ, 2005. - 427с.
- 28 Сайт нормативно технической документации [Электронный ресурс] – Режим доступа www.internet-law.ru – 14. 12. 2017
- 29 Сайт о торговле, бизнесе, товароведении и экспертизе <http://www.znaytovar.ru> – 19.11. 2017
- 30 Сероштан, М.В. Качество непродовольственных товаров: учеб. пособие / М.В.Сероштан, Е.Н. Михеева - М.:«Дашков и К», 2000. - 164с.
- 31 Сыцко, В. Е., Товароведение непродовольственных товаров; Учебник – 2-е издание / В.Е. Сыцко – Минск: «Выш. Шк.», 2013г. – 669с.
- 32 Сыцко, В.Е. Теоретические основы товароведения: учеб. пособие для вузов / В.Е. Сыцко - Мн.: Выш. шк., 2011. - 208 с.
- 33 ТН ВЭД ЕАЭС – товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://rosteststandart.rf> – 28.10. 2017
- 34 Цветкова, Л.А. Специалисты о состоянии торговли обувью.// Кожевенно-обувная промышленность./ Л.А. Цветаева – 2016. - №4. -С.9.
- 35 Шепелев, А.Ф. Товароведение и экспертиза кожевенно - обувных товаров: учеб. пособие для вузов / А.В. Шепелев, И.А. Печенежская - Ростов н/Д.: «МарТ», 2012. – 96 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Сравнительный анализ компании ООО «Юничел»



Рисунок 19 – Анатомическое строение стопы

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

АНКЕТА

Уважаемые покупатели, предлагаем Вам, ответить на несколько вопросов нашей анкеты. С целью выяснения потребительских предпочтений в зимней женской обуви из натуральных кож.

- 1 Сколько Вам лет?
- 2 Каков Ваш социальный статус?
Работающий
Студент/Учащийся
Домохозяйка
Пенсионер
- 3 Как часто Вы покупаете новую зимнюю обувь?
В зависимости от износа предыдущей пары
Каждый сезон
Раз в два года
Раз в несколько лет
- 4 Какую сумму Вы готовы потратить на новую пару обуви?
До 5000 руб.
От 5000 руб. до 7000 руб.
От 7000 руб. до 10000 руб.
Более 10000 руб.
- 5 На каком из принципов чаще всего основывается Ваша покупка обуви?
Покупаю импульсивно, то, что понравится.
Покупаю быстро, так как четко знаю, чего хочу.
Вдумчиво выбираю и ищу подходящий для меня вариант.
- 6 Какую модель зимней обуви Вы чаще приобретаете и носите?
Ботфорты
Сапоги
Сапожки

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Полусапожки

Ботильоны

Ботинки

7 Какая высота каблука в зимней обуви для Вас приемлема?

Без каблука, на сплошной подошве

От 2 см до 4 см

От 4 см до 6 см

От 6 см до 8 см

От 8 см до 10 см

От 10 см и выше

8 Обувь, из каких материалов Вы предпочитаете приобретать и носить зимой?

Натуральная кожа

Натуральная замша

Натуральный велюр

Натуральный нубук

Натуральный спилок

Натуральная лаковая кожа

Искусственные материалы

Модели с комбинированным материалом верха

9 Какую внутреннюю отделку в зимней обуви Вы предпочитаете?

Натуральный мех

Натуральная шерсть

Искусственные материалы

10 Какие виды отделки верха зимней обуви Вам нравятся?

Отделка мехом/шерстью

Теснение

Декоративные строчки/узоры нитью/вышивка

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отделка стразами/камнями

Декор фурнитурой

Без отделки

Не придаю этому большого значения

11 Какой метод крепления на ноге Вы предпочитаете в зимней обуви?

Шнуровка

Замки

Комбинация шнуровки и замка

Предпочитаю модели без шнуровки и замков

12 Легко ли Вам подобрать обувь по размеру и полноте?

Да

Нет

13 Каких производителей обуви Вы предпочитаете?

Отечественные

Зарубежные

Совместное производство

14 Расставьте по порядку потребительские качества от 1 – важное, до 6 – наименее важное. Какое из потребительских качеств, для Вас является важным в модели, при выборе обуви?

Цвет

Масса обуви

Легкость одевания/снятия

Удобство посадки

Оригинальность модели

Теплозащитность

15 Расставьте по порядку критерии, которыми Вы руководствуетесь в момент совершения покупки от 1 – важное, до 6 – наименее важное. Что для Вас является важным?

Качество

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Удобство

Практичность

Модные тенденции

Торговая марка/страна производитель/Бренд

Внешний вид в целом

Спасибо за участие!