

УДК 685.34.519.65

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА
ОБУВИ ДЛЯ ДЕТЕЙ**

*В.С. Бельшева, доцент, Б.В. Морозов, аспирант,
В.Т. Прохоров, профессор, С. Гулин, студент*

*Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса,
г. Шахты Ростовской области, Российская Федерация;*

*В.С. Белгородский, профессор
Московский государственный университет дизайна и технологии,
г. Москва, Российская Федерация*

Проведенный мониторинг антропометрических параметров стоп показал, что одной из главных причин возникновения статических деформаций стоп у детей является неправильно подобранная обувь.

Это спровоцировано тем, что современное положение обувных предприятий России, в том числе расположенных в регионах ЮФО и СКФО, усугублено отсутствием обновленных антропометрических данных стоп детского населения, на основе которых можно было формировать рациональный колодочный ассортимент и изготавливать ассортимент детской обуви, способствующий правильному развитию детской стопы и предупреждающий образованию патологических отклонений.

К сожалению, в настоящее время не проводится антропометрического мониторинга, а «устаревшие» данные нельзя использовать, так как антропометрические признаки существенно изменяются и должны обновляться каждые 10-15 лет, что уже не реализуется более 60 лет.

На изменение антропометрических данных влияют многие факторы, в том числе такие, как изменение социальных условий жизни, климатические условия, экологическая обстановка, миграция населения и др.

Кроме того, сегодня не используются методики расчета рационального размерного ассортимента изделий с учетом конъюнктуры рынка, которые бы основывались на использовании результатов регулярно проводимых маркетинговых исследований, а также мониторинга антропометрических параметров стоп детского населения.

Антропометрические данные, как основополагающие в разработке размерно-полнотного ассортимента и относящиеся к жестким параметрам, которые регламентируются ГОСТом, обеспечивают соответствие обуви форме и размерам стопы в статике и динамике, что позволяет обеспечить комфорт стопе и заложить основу для формирования здоровой детской стопы, а также предотвратить развитие патологических отклонений и деформаций. Поэтому мониторинг антропометрических параметров стоп детского населения является актуальной проблемой.

Неправильно подобранная обувь по полноте и длине затрудняет походку, жмёт ногу, нарушает кровообращение, причиняет боль и с течением времени изменяет форму стопы, а в холодное время года способствует обморожению. Слишком свободная обувь тоже вредна. Ходьба в ней быстро утомляет, и могут возникнуть потёртости, особенно в области подъёма.

Стопа ребёнка в раннем возрасте значительно отличается от стопы взрослого по анатомо-физиологическому строению. Для детской стопы характерна радиальная форма, при которой наибольшая ширина отмечается на концах пальцев. Стопа приобретает веерообразную форму. Иное соотношение пяточной и передней частей стопы – у детей относительно более длинная задняя часть (пяточная), что должно учитываться при конструировании обуви. Скелет стопы в детском возрасте образован хрящами. Окостенение завершается лишь с

окончанием роста (приблизительно к 21 году), поэтому при нарушении выбора материалов стопы ребенка может легко деформироваться под влиянием на нее механических воздействий.

Согласно ГОСТ 26165 – 2003 «Обувь детская. Общие технические условия» обувные материалы, используемые для производства детской обуви, должны удовлетворять следующим требованиям:

- материалы не должны выделять химических веществ, оказывающих вредное влияние на здоровье ребенка;
- обладать высокими показателями сопротивления к истиранию и разрыву (особенно для деталей верха и подкладки), устойчивости к образованию заломов.

В зависимости от назначения обуви к материалам предъявляются еще и специальные требования, например, они должны обладать теплозащитными, морозостойкими, дезодорирующими, сорбционными свойствами.

Процесс улучшения качества непрерывен, поскольку постоянное обновление и совершенствование продукции – обязательное условие успеха производителя на рынке.

Основная задача, которую должен ставить перед собой производитель детской обуви – заставить покупателя, в море товара, выбрать именно его продукцию. А для этого необходимо создавать свой неповторимый имидж (бренд) и делать его всегда узнаваемым.

При выборе детской обуви покупательский спрос основывается на трех основных составляющих: цвет, цена, качество.

Таким образом, для производителей детской обуви упаковка, детский имиджбренд и качество – это заключительный решающий этап всей торговой кампании по обеспечению спроса на новые виды обуви для детей. Хорошо и удачно оформленные, имеющие отличительные признаки уже от имеющихся – один из способов завоевать доверие у ребенка, к тому же это положительно даст ему образное представление о виде обуви, который находится в упаковке.

Острая ситуация по выпуску комфортной детской обуви на большинстве российских обувных предприятий, в том числе в ЮФО и СКФО, связана с отменой дотаций из федерального бюджета, с несовершенством налогообложения детского ассортимента и недостаточным выпуском колодок для ее производства, особенно для школьников старших классов.

Кроме того, на потребительском рынке ЮФО и СКФО товаров для детей отечественных производителей вытеснили зарубежные производители, которые поставляют более дешевую обувь из низкокачественных материалов, и могут себе позволить передать на реализацию обувь с условием оплаты после ее фактической оплаты. Кроме того, данная обувь, в большинстве своем, не имеет сертификатов соответствия и гигиенических сертификатов, что провоцирует дискомфорт при ее носке и образования различных заболеваний стоп.

Но эту обувь продолжают покупать, так как покупательский спрос выступает в качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, что провоцируется дефицитом и неудовлетворенностью населения в предлагаемой для покупки детской обуви по видам и цене.

Для возрождения производства детской обуви в ЮФО необходимо решить на предприятиях общие задачи технологического обновления отрасли, пополнения оборотных средств, повышения эффективности научно-технического обеспечения производства для изготовления высококачественной и доступной по цене детской обуви.

При данных условиях функционирования, когда многим обувным предприятиям полученных доходов хватает лишь на то, чтобы покрыть связанные с бизнесом расходы, то о перевооружении мощностей предприятий не может идти и речи. Для решения этой проблемы существует ряд возможностей, таких как получение кредита банка для переналадки и постепенной поэтапной замены имеющегося оборудования. Учитывая, что изношенные ос-

новые фонды предприятия практически не имеют залоговой стоимости, добиваться, чтобы федеральные органы исполнительной власти и субъекты Российской Федерации выступали гарантами реализации наиболее значимых технических проектов, провоцируются предприниматели вкладывать средства для производства комфортной обуви.

Для предприятий, специализирующихся только на выпуске детского ассортимента, финансовая поддержка государства могла бы осуществляться в предоставлении безвозвратной ссуды, под льготный процент с отсрочкой платежей на 3 года для предприятий, доля детского ассортимента у которых в общем объеме производства составляет не менее 50%.

Кроме того, следовало бы разрешить предприятиям направлять балансовую прибыль на пополнение оборотных средств для приобретения качественных и доступных по цене обувных материалов при выпуске детской обуви на условиях, предусмотренных для финансирования строительства, т.е. без обложения налогом, возможны также госзаказ на детскую обувь с обеспечением авансирования.

Местным органам необходимо дифференцированно подходить к установлению структуры и размеров местных налогов, т.е. снижать их величину при выпуске детской обуви. Особое внимание необходимо уделять созданию возможности приобретения обуви многодетным и малообеспеченным семьям за счет целевых компенсаций, организации спецотделов, продаже по льготным ценам, в кредит и оплаты в рассрочку.

Для создания на обувных предприятиях условий честной конкуренции, исключая огромные масштабы нелегального ввоза дешевой некачественной продукции из-за рубежа, необходимо увеличить размеры таможенных пошлин на ввозимую обувь для детского населения.

Для защиты внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции целесообразно разработать Закон о потребительском рынке. В нем следовало бы, в частности, предусмотреть:

запрет торгующим организациям, включая рынки, принимать для реализации товары от физических лиц, не зарегистрированных как предприниматель без образования юридического лица;

отнесение к недобросовестной конкуренции, вводящее в заблуждение: обозначение предприятия, ложное обозначение географии происхождения товара, подделку продукции, ложные обвинения или недобросовестное захваливание, осложнение доступа к рынку и др.

Нельзя не признать, что сложившееся в обувной отрасли ЮФО положение, не в последнюю очередь, - результат неспособности многих руководителей обувных предприятий ЮФО и СКФО быстро приспособиться к новым требованиям, выдвигаемым рынком с нерегулируемым спросом, к возникшей конкуренции и с российскими, и с зарубежными производителями.

Результаты проведенных исследований по анализу состояния обувного рынка в регионах ЮФО и СКФО показывают, что производителям детской обуви для выпуска конкурентоспособной продукции необходимо учитывать региональные особенности климата, его национальный состав, уровень благосостояния населения и особое внимание уделять качеству производимой продукции с варьируемой ценой.