

Важное значение имеет воспитание у студентов эстетического поведения - аккуратности в одежде, хорошей осанки и манер, умения держаться непринужденно, естественно, культурно и эстетически выражать свои эмоции.

Эстетический вкус служит мерилем завершенности, целостности личности, характеризуя ее внутренний, духовный мир, ее ценности и преимущества. С этой целью в учебно-воспитательном процессе следует учитывать следующие условия педагогического влияния на воспитание эстетических вкусов студентов: внедрение в учебно-воспитательный процесс новейших технологий изготовления одежды; поэтапное формирование эстетических вкусов студентов через постепенное усложнение заданий, которые связаны с их творческим подходом к изготовлению одежды; цикличность, как условие привлечения студентов к разным видам работ по отделке изделий; использование вариативных форм прикладной эстетической деятельности как традиционных, преисполненных национального содержания, так и модифицированных технологий, которые отображают художественные творческие поиски и тенденции настоящего.

Одним из главных путей эстетического воспитания в высшем техническом учебном заведении есть учебная работа. Исключительную роль в эстетичном воспитании студентов играют дисциплины эстетического цикла (рисование, цветоведение, эстетика, композиция, дизайн, живопись). На занятиях из этих дисциплин студенты не только усваивают определенные теоретические знания из конкретных видов искусства, но и приобретают соответствующие практические умения и навыки, развивают свои творческие способности. Весомым дополнением до этого цикла являются занятия из делового украинского языка, культурологии, социологии, на которых студенты усваивают богатство и красоту родного языка, знакомятся с шедеврами родной и мировой культуры. На занятиях естественно-математических дисциплин открываются большие возможности использования красоты природы, формирования бережного отношения к ней. Красота физики и математики - в логической четкости научных построений и доводов, четкости их структуры. Определенное воспитательное значение имеет как эстетика труда студентов и предметов труда, так и умение и навыки, приобретенные в процессе труда, что дают возможность личности творчески проявить себя. В процессе учебы студенты должны усваивать эстетические знания не только в виде смысловой составляющей учебных дисциплин, но и находиться в эстетически оформленных помещениях. В бытовую среду важно вводить элементы эстетизации окружающего мира, которые будут нести эмоциональную, воспитательную, моральную расцветку.

Главными условиями успешного формирования эстетических вкусов у студентов высших технических учебных заведений можно выделить следующие: четкая постановка заданий эстетического воспитания как составной части общей цели учебно-воспитательного процесса; отбор информации, необходимой для будущей успешной профессиональной, эстетически значимой деятельности; выбор форм и методов воспитания, направленных на совершенствование эстетических вкусов и последующей реальной профессиональной деятельности будущих специалистов; мониторинг уровня развития эстетических вкусов студентов. Компетенция эстетичного воспитания студенческой молодежи в условиях возрождения украинского народа аккумулируется в любую деятельность, которая заключается именно в гармоничном развитии личности с высоким национальным потенциалом, развитым чувством прекрасного, с изысканными эстетичными вкусами.

Следовательно, становление и развитие украинского общества на демократических принципах предусматривает проявление усиленного внимания к формированию эстетических ценностей. Лишь при таких условиях общественно-экономические отношения, развитие сферы культуры и образования приобретут важное значение, помогут каждому человеку почувствовать и понять смысл жизни, определить правильные пути эстетического саморазвития. Приоритетным направлением формирования эстетических вкусов у будущих специалистов швейного дела являются целеустремленное воспитание у студентов эстетического отношения к действительности и красоте швейных изделий.

#### Список использованных источников

1. Национальная доктрина развития образования Украины в XXI веке. – Киев: Школьный свет, 2011.
2. Государственная национальная программа «Освита» (Украина XXI века). – Киев: Радуга, 2004.
3. Алиев, Ю. Ю., Ардоширова Т.Т., Баришникова Л.П. и др. Основы эстетичного воспитания. Пособие для учителя. – Москва : Освита, 1986, – 240 с.
4. Волкова, Н. П. Педагогика : пособие. – Киев : Академвидав, 2002.
5. Шевченко, Г. П. Эстетическое воспитание в школе / Г. П. Шевченко. – Киев : Советская школа, 1985. - С. 144.

УДК 685.81:519.34

## ОБ УДОВЛЕТВОРЕНИИ СПРОСА ПОКУПАТЕЛЕЙ НА ОТЕЧЕСТВЕННУЮ ОБУВЬ С УЧЕТОМ ИХ ПРИОРИТЕТОВ

*Гладушевская Ю.В., студ., Дуюн Л.В., асп.*

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

**Ключевые слова:** *потребность, спрос, ассортимент, объём продаж, прибыль, убытки, востребованность, стабильность, технико-экономические показатели.*

**Реферат.** В статье авторы осуществляют анализ реализации обуви в течении всего года на технико-экономические показатели деятельности предприятия. Используя штриховое кодирование, служба маркетинга предприятия имеет результаты продажи изготавливаемой обуви и при снижении прибыли принимать своевременное решение по смене ассортимента, гарантируя предприятию эти высокие технико-экономические показатели.

Покупательский спрос выступает в качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, который, в свою очередь, направлен на максимальное удовлетворение спроса населения и, вместе с тем, на активное воздействие на спрос в сторону его расширения.

Для того чтобы определить, какая обувь покупается лучше всего, определим основные критерии, которые покупатель предъявляет к обуви.

Этот набор потребительских требований представлен в таблице 1, которая была сформирована по данным социологического анкетирования 1000 жителей, проживающих в г. Ростове – на – Дону, проведенным сотрудниками института повышения квалификации г. Ростова – на – Дону в 2014 году.

Методика расчёта состояла в том, что количество опрошенных, присвоивших параметру 1-ое место умножается на 9 баллов, как на максимум по девятибалльной системе. Затем количество опрошенных, присвоивших параметру 2-ое место умножается на 8 баллов. После опроса всех анкетированных по исследуемому параметру определяется сумма баллов. Далее эта сумма делится на 100 для удобства представления. Параметр с наибольшей суммой баллов является наиболее приоритетным, с наименьшей суммой баллов – наименее приоритетным.

Таблица 1 – Приоритеты покупателей при выборе обуви

Параметр	Количество ответов покупателей, отдающих предпочтение месту от 1 до 9									Баллы показателя	Приоритет
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Качество	424	283	175	118						80,1	1
Удобство	302	221	235	145	47	50				74,4	2
Доступная цена	274	216	186	161	91	72				72,1	3
Натуральная кожа		182	170	198	155	123	172			56,2	4
Долговечность		98	163	204	193	184	88	0		52,5	5
Мода			71	102	272	243	184	128		42,5	6
Дизайн				72	145	179	201	246	157	31,3	7
Натуральный мех					97	149	228	282	244	25,7	8
Цвет							127	74	99	15,3	9

Таким образом, по данным таблицы 1, при выборе обуви покупатели ориентируются на качество (80,13 баллов), удобство (74,36 баллов) и относительно невысокую цену (72,05 баллов) продукции. Наименьшее предпочтение покупатели отдают цвету обуви (15,28 баллов) Приоритеты покупателей также зависят от принадлежности их к определенной возрастной группе. Для всех групп покупателей приоритетным является качество и удобство обуви.

Для анализа спроса на обувь произведем расчёт совокупного спроса в регионе и составим прогнозную оценку его поведения.

Для оценки совокупного рыночного спроса использовали выражение:

$$C = n * q * p, \quad (1)$$

где  $C$  - совокупный рыночный спрос,

$n$  - число покупателей на рынке,

$q$  - норматив потребления обуви на 1 человека = 3,63,

$p$  - средняя цена единицы товара.

Численность населения ЮФО и СКФО на 1.01.2015 г. 22894961 чел. По данным СМИ средняя цена пары обуви колеблется в пределах от 300 до 3000 рублей, т.е. в среднем она равна 1650 руб.

Таким образом, совокупный спрос на обувь ( $C$ ) в ЮФО и СКФО равен:

$$C = 22894961 * 3,63 * 1650 = 137129,37 \text{ млн. руб.}$$

Теперь определим ёмкость рынка. Ёмкость рынка – это количество реализованного товара за определённый период времени при определенном уровне цен.

$$E = \sum_{i=1}^n V_i, \quad (2)$$

где  $E$  – ёмкость рынка,

$V_i$  – объём реализации  $i$ -ого производителя

$n$  - количество производителей – участников рынка.

$E = 12071$  тыс. пар (см. табл.3), что соответствует 19917 млн.р.

После чего определяем коэффициент, характеризующий удовлетворение спроса:

$$K = \frac{E}{C} = \frac{19917}{137129,37} = 0,145, \quad (3)$$

Значение  $K = 0,145$  говорит о том, что для предприятий регионов двух округов существуют огромные резервы для увеличения объема реализации. По данным коэффициента можно утверждать, что спрос на продукцию отечественных обувных предприятий, размещенных на территории анализируемых регионов, не удовлетворен.

Составим конъюнктурный прогноз развития рынка по методу стандартного распределения вероятностей.

Рассчитаем оптимистический прогноз по  $O$  формуле:

$$O = C - E \quad (4)$$

$$O = 137129,37 - 19917 = 117212,37 \text{ млн. руб.}$$

Теперь рассчитаем вероятностный прогноз, ( $M$ ) используя формулу

$$M = 50\% * O, \quad (5)$$

где  $M$  - вероятность причины

$$M = 0,5 * 117212,37 = 58696,185 \text{ млн. руб.}$$

Определим пессимистический прогноз ( $P$ ) по формуле:

$$P = 10\% * O, \quad (6)$$

где  $P$  .....

$$P = 0,1 * 117212,37 = 11721,237 \text{ млн. руб.}$$

Используя формулу математической статистики

$$EP = \frac{O + 4M + P}{6}, \quad (7)$$

где  $EP$  – возможное значение прогноза.

рассчитываем возможные его значения:

$$EP = \frac{117212,37 + 4 * 58696,185 + 11721,237}{6} = 60619,72 \text{ млн. руб.}$$

Для определения интервала, в рамках которого может находиться изменения объема рынка, необходимо сначала рассчитать стандартное отклонение по формуле

$$CO = \frac{O - P}{6}, \quad (8)$$

где  $CO$  – стандартное отклонение.

Значение стандартного отклонения будет равно:

$$CO = \frac{O - P}{6} = \frac{117212,37 - 11721,237}{6} = 17581,86 \text{ млн. руб.}$$

Для расчёта максимального и минимального значения прогноза развития рынка, воспользуемся формулами:

$$P_{\max} = EP - 2 * CO \quad (9)$$

$$P_{\min} = EP + 2 * CO, \quad (10)$$

где  $P_{\max}$  – максимальное значение прогноза

$P_{\min}$  - минимальное значение прогноза

Тогда определяем максимальное и минимальное значение прогноза:

$$P_{\max} = 60619,72 + 2 * 17581,86 = 95783,44 \text{ млн. руб.}$$

$$P_{\min} = 117212,37 - 2 * 90661,5 = 82048,67 \text{ млн. руб}$$

А, интервал от  $P_{\min}$  до  $P_{\max}$  – и есть интервал, характеризующий прогноз развития рынка, а именно, его изменения от 82048,67 млн. руб. до 152376,07 млн. руб. Таким образом, мы имеем прогноз увеличения ёмкости рынка в пределах от 82048,67 млн. руб. до 152376,07 млн. руб.

Приведённые расчёты подтвердили о наличии в рассматриваемых регионах двух округов дефицит на обувь. Возможно увеличение ёмкости рынка, но в любом случае необходимо производить расчёт количественной величины дефицита обуви по каждому сегменту этих регионов и по каждой ассортиментной группе.

#### Список использованных источников

1. О возможностях ассортиментной политики по формированию стабильных результатов деятельности отечественных обувных предприятий / Д.В. Рева, Н.Г. Селина, В.Т. Прохоров и др.; сборник научных статей и воспоминаний «Памяти Вв.а. Фукина посвящается». Часть 3. – М.: МГУДТ, 2014. с.41-51.
2. Революция качества: через качество рекламное или через качество реальное: монография В.Т. Прохоров [и др.] ; под общ. ред. д.т.н., проф. В.Т. Прохорова; ИСОиП (филиал) ДГТУ. - Новочеркасск: ЮРГПУ (НПИ), 2014. – 384 с.

УДК 685.34.16.3

## РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА РЕЗИНОВЫХ САПОГ

*Горбачик В.Е., проф., Ковалев А.Л., доц., Линник А.И., доц.,  
Гапеева Е.С., инж.*

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

**Ключевые слова:** дизайн, резиновые сапоги, ассортимент, требования.

**Реферат.** На основе анализа существующих моделей аналогов резиновой обуви выпускаемой в Республике Беларусь и за рубежом сформулированы требования к дизайну резиновых сапог. Разработанные нормативы учитывают не только эстетическое оформление обуви данного назначения, но и предусматривают эксплуатационные требования. При разработке дизайна резиновых сапог учитывалась специфика предприятия-изготовителя. Для пиара, при оформлении внешнего вида изделий (логотип фирмы-изготовителя, протектор подошвы) использовались фирменные дизайнерские решения протекторов шин, выпускаемых предприятием.

Основная функция резиновой обуви это защита ног человека от различных воздействий. Эта обувь носится эпизодически. К ней предъявляются специальные требования, учитывающие условия носки и эксплуатации. В настоящее время наряду со специальными требованиями к резиновой обуви предъявляются и эстетические требования.

Основными производителями резиновой обуви в нашей стране является Кричевский завод резинотехнических изделий в настоящее время стал филиалом ОАО «Белшина». Российскими производителями поставляющими продукцию на белорусский рынок являются ООО «Томский Завод Резиновой Обуви», ООО ПП «КАУРИ» г. Тверь, завод резиновой обуви ПК «ХимПром» г. Ростов на Дону, завод резиновой обуви «Псков-Полимер», ООО ПКФ «Дюна-АСТ» г. Астрахань.

Анализ образцов обуви показал, что большинство конструктивных решений по оформлению внешнего вида моделей имитирует членение деталей женских и мужских сапог, наблюдающееся в конструкциях обуви изготовленной из натуральных или синтетических кож. Благодаря технологическим возможностям конфигурация этих членений позволяет имитировать контуры деталей, не учитывая технико-экономических параметров важных для обуви из натуральных материалов (укладываемость, материалоемкость) поэтому контуры имитируемых деталей располагаются весьма произвольно и не подчиняются каким либо закономерностям. В основном это определяется техническим замыслом дизайнеров.

Считаем рациональным расположение напыльвов (выступов, рифлений) в области пяточного закругления (для облегчения снятия сапог) и в области верхнего канта (для предупреждения соскальзывания руки при одевании сапог). С точки зрения биомеханики, для обеспечения оптимальных условий эксплуатации обуви, рекомендуется укрепление участка перехода от линии фронта каблук к пучковой части усилителями (напыльвами, ребрами жесткости) для поддержания наружного свода стопы.

Акцент делается и на усиление (утолщения, напыльвы) участков сапог выше грани следа в области, расположения внутренней и наружной лодыжек, носочной части, в области сгиба сапог. При создании модельного ряда будущих изделий, по всей вероятности необходимо определиться в каком ценовом сегменте рынка резиновой обуви планируется реализовывать сапоги. Это будет определять некоторые размеры сапог и в первую очередь высота голенища.

Цветовые решения предлагаемых моделей выбраны с учетом преобладающих цветов резиновых сапог для мужчин.

Поскольку Кричевский завод резинотехнических изделий в настоящее время является филиалом ОАО «Белшина», было бы разумным, для пиара, при оформлении внешнего вида изделий (логотип фирмы-изготовителя, протектор подошвы) использовать фирменные дизайнерские решения протекторов шин, выпускаемых предприятием (рисунок 1).

На рисунке 2 представлены предлагаемые варианты конструктивного оформления моделей мужских сапог.