БЕЛКООПСОЮЗ

Учреждение образования

«Белорусский торгово-экономический университет

потребительской кооперации»

Кафедра товароведения непродовольственных товаров

Курсовая работа

по товароведению непродовольственных товаров

на тему: «Анализ структуры торгового ассортимента женской кожаной обуви» на примере торгового предприятия «Дружба»

Гомель 2010

Содержание

Введение

1. Состояние рынка кожаной обуви в Республике Беларусь

2. Классификация и характеристика ассортимента женской кожаной обуви

3. Анализ структуры торгового ассортимента женской кожаной обуви, реализуемой в торговом предприятии «Дружба»

Заключение

Список используемой литературы

Введение

В гардеробе современной женщины обувь занимает ведущее положение и является предметом первой необходимости. Она предназначена для защиты ног человека от неблагоприятных воздействий внешней среды - холода, чрезмерного нагрева, сырости, пыли, грязи, механических повреждений, а также служит предметом украшения человека.

Обувь же из кожи постоянно пользовалась неизменно высоким спросом. И не странно, ведь кожаная обувь является не только наиболее удобной, теплой, практичной и натуральной. Она, как ни одна другая обувь подчеркнет уникальный стиль каждого покупателя. Для женщин обувь это не просто элемент одежды. Легкие и элегантные летние туфельки или длинные кожаные зимние сапожки скажут сами все за себя. Настоящая женщина всегда очень ответственно подходит к подбору своего гардероба. Она стремится носить не только стильную одежду, но и модную обувь. Модная женская обувь - настоящее произведение искусства и с этим нельзя не согласиться, ведь изначально обувь создавалась с целью предохранения от внешних воздействий, как говорится - "держи ноги – в тепле, а голову – в холоде", но этого оказалось недостаточно. И постепенно лапти и сандалии трансформировалась в изящные туфельки, сапожки, балетки. Женщина, наверное, поэтому и родилась женщиной, чтобы поражать и очаровывать своей красотой, а уж добиться этого ей помогут неотъемлемые спутники: модная одежда, профессиональный макияж, элитная обувь и конечно различные аксессуары, ведь, как правило, туфли или сапожки, или любая другая женская обувь должна сочетаться с сумкой. Так создается гармоничный образ.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что спрос на качественную кожаную обувь постоянно растет, кожаная обувь является товарам сложного ассортимента, отличается большим разнообразием.

Целью данной курсовой работы является: структуры торгового ассортимента женской кожаной обуви.

Поставленная цель определила следующие задачи:

- определить состояние рынка кожаной обуви в Республике Беларусь;

- дать классификацию и характеристику ассортимента женской кожаной обуви;

- проанализировать структуру торгового ассортимента женской кожаной обуви на конкретном торговом предприятие.

Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения.

При написании курсовой работы была использована учебная литература, а также электронные ресурсы.

Количество страниц курсовой работы равно 38 страниц, 8 таблиц, 3 рисунка, 12 источников.

1. Состояние рынка кожаной обуви в Республике Беларусь

Производством обуви в Республике Беларусь занимаются более 24 предприятий. Основными из них являются СП «Белвест», СП «Марко», СП «Эвимар», ОАО «Обувная фабрика "Красный Октябрь"» (Витебск); Дом моделей «Омель», техникум легкой промышленности, СП «Отико», СП «Чевляр», СП «Ле Гранд», ООО «Сивельга», СП «Рейлит» (Минск); ОАО «Обувная фабрика "Неман"» (Гродно); ОАО «Могилевская обувная фабрика»; ОАО «Барановичская обувная фабрика»; Лидская обувная фабрика; СП «Батик» и ОАО «Труд» (Гомель); ОАО «Бобруйская обувная фабрика» и др. [7]

Проанализируем, как изменялось производство обуви в Республике Беларусь за последние годы (таблица 1.1 и рисунок 1.1) [11]

Таблица 1.1 Производство кожаной обуви с 1990 по 2008 год (млн пар) в РБ

|  |  |
| --- | --- |
| Показатели | Годы |
| 1990 | 1995 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Производство общего всего | 46,80 | 13,00 | 15,40 | 13,81 | 11,64 | 10,50 | 10,70 | 10,10 | 10,90 | 11,20 | 11,10 |
| В том числе женская обувь | 14,50 | 4,70 | 5,10 | 4,81 | 3,74 | 3,50 | 3,50 | 3,20 | 3,40 | 3,60 | 3,80 |
| Удельный вес женской обуви в общем объеме,% | 39,4 | 36,2 | 33,1 | 34,8 | 32,1 | 33,3 | 32,7 | 31,7 | 31,2 | 32,1 | 34,2 |

Анализируя данную таблицу, можно сделать следующие выводы, что производство кожаной обуви имело свое максимальное значение в 1990 г. причиной это является нахождение на тот момент Беларуси в составе СССР, что означала свободную реализацию данной продукции по всем странам входящим в состав Советского Союза. Минимальное значение в производстве кожаной обуви имели следующие года: 2005 г. возможная причина девальвация денежных средств в РБ и 2008 г. Мировой кризис ударивший и по экономики Беларуси, что и привело к снижению выпуска кожаной обуви.

Год

Млн пар

Рисунок 1.1 Производство кожаной обуви с 1990 по 2008 год (млн. пар) в РБ

По данным таблицы наблюдается, что производство женской кожаной обуви имело свое минимальное значение в 2005 г. и составляет 3,20 млн пар, а свое максимальное значение в 1990 г. и составил 14,50 млн пар, причинами данной тенденции являются те же события, что и для общего производства кожаной обуви.

Млн пар

Проанализируем данные об изменении фактического товарооборота в Белкопсоюзе по статистическим сборникам c 2002 по 2008 гг.

Таблица 1.2 – Фактический товарооборот обуви Белкопсоюзу, млн руб

|  |  |
| --- | --- |
|  | Фактический товарооборот, в млн. руб., годы |
| 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Кожаная, текстильная и комбинированная обувь | 15884,0 | 13652,0 | 14927,0 | 18714,9 | 22259,7 | 27286,7 | 38166,7 |

Как видно из таблицы 1.2 товарооборот обуви по Белкопсоюзу в 2008 году по сравнению с 2002 годом увеличился в 2,4 раза, данный процесс объясняется значительным ростом цен на все продукцию, основные причины такого поведения поставщиков слабый спрос продукции, которая не может обеспечить необходимый доход предприятию за счет объемов производства как в Совецкий период. Также стоит отметить не конкурентоспособность отечественных производителей по отношению к более дешевой зарубежной продукции.

Год

Млн руб

Рисунок 1.2 Фактический товарооборот обуви по Белкопсоюзу, в млн руб

Судя по данным рисунка 1.2 наблюдается снижения уровня фактического товарооборота в 2003 г., после чего рост с 2004 по 2008гг.. Несмотря на столь радужную картину, можно предположить, что товарооборот 2009 г. будет снижаться, за счет международного экономического кризиса, поскольку кожаная обувь не является товаром первой необходимости, значит спрос на него снизится; если же, все же фактический товарооборот останется на прежнем уровни или возрастет это будет свидетельствовать о значительном росте цен на данную продукцию.

На белорусском обувном рынке доминирует обувь зарубежных производителей, в общем объеме реализуемой обуви они занимают 80% нашего рынка.

Согласно статистике, в Беларуси ежегодно продается 16,5 млн пар обуви на сумму около 0,5 млрд USD. По данным налоговых органов, сделанным на основе анализа продажи идентификационных марок, 80% присутствующей на рынке обуви - импорт. В том числе 12,5 млн пар ввезено индивидуальными предпринимателями без таможенного декларирования, сюда относят обувь, которая ввезена из России, а произведена в Юго-Восточной Азии.

Говоря о положении белорусского производителя, нельзя не сказать, что те условия, в которых он работает, существенно отличаются от условий предоставляемых импортерам. Белорусские производители соблюдают все необходимые стандарты и технические условия, но вынуждены вносить авансовые платежи по НДС при ввозе материалов и комплектующих, уплачивать таможенные пошлины на все виды ввозимых материалов и полуфабрикатов, оборудование и запасные части к нему, это при том, что все это в стране не производится.

Беларусь одна из немногих стран допускает экспорт необработанного кожевенного сырья, в то время когда собственные кожзаводы простаивают, материалов для обувных фабрик не хватает. Как следствие, продав 1 кг кожсырья за 1,2 USD, ввозится кожтовар по 3,4 USD. Кроме того, законодательство разрешает без ограничений применять надбавки на обувь, поступающую в розницу, но ограничивает 5-15% надбавки на материалы и комплектующие для производства обуви: ввезенные в республику. Обувь третьих стран поставляется из России без ограничений, без уплаты таможенных пошлин и НДС [12].

В статистических отчетах отмечаются предприятия, у которых большие запасы продукции на складах.

Что касается кожаной обуви, то существуют сезонные накопления товаров, но это вынужденная ситуация. Оптовых баз нет, но где-то должен хранится подготовленный к сезону товар. Сроки реализации в обувной промышленности существенно сократились: 1-2 месяца на осенне-зимний ассортимент и 2-3 недели — на весенне-летний.

Все предприятия по производству кожаной обуви в совокупности производят 1,9 млн. пар обуви на сумму более 90 млрд. Лидером же по производству кожаной обуви в Республики Беларусь является СП «Марко».

Предприятия ежегодно на 60% обновляют коллекцию обуви, благодаря этому постоянны хорошим спросом пользуется обув ЗАО «Сивельга». СП «Отико» например, реализует 27% обуви индивидуальным предпринимателям, 64% -произведенной кожаной обуви попадает на Российский рынок. Хорошая динамика продаж модельной обуви СП «Ле Гранд», восстанавливается производство детской обуви в СП «Чевляр».

В конце прошлого - начале этого года СП «Отико» открыло новый швейный участок, внедрило двухслойное литье подошв, что повышает их износоустойчивость. Ряд операций на этом предприятии выполняют роботы. ЗАО «Сивельга» приобрело новейший комплект обтяжно-затяжного оборудования, оснащенного компьютерной техникой, которая обеспечивает контроль за основными параметрами выполнения этих важнейших операций в сборке обуви.

В обувной промышленности полная автоматизация невозможна. Без ручного труда не успеешь за модой, не обеспечишь многомодельный одновременный выпуск. Техническое перевооружение в данный период не является суперактуальной задачей. Гораздо острее проблема вымывания оборотных средств. Чтоб снять ее, необходимо создать рынок материалов и комплектующих изделий, обеспечить нормальный таможенный режим без взимания авансового НДС. Вот на чем должны сконцентрировать свое внимание производители обувной промышленности. И, конечно же, нужно бороться с контрафакной продукцией поступающей на Белорусский рынок контрабандными путями.

У крупнейших производителей (СОО «Марко», СП «Белвест «Сивельга», «Чевляр», «Отико», «Рейлит») в целом наблюдается рост. Тем не менее по некоторым маркам продукции происходит сокращение количества пар какой-то определенной модели, что является следствием изменена ассортимента.

Проблемы, которые необходимо решать отрасли, возникают у большинства руководителей обувных предприятий, к ним относят следующие: увеличение выпуска продукции, в парах, отвоевывание обратно своих рынков и наращивание экспорта. Правда, не хватает оборотных средств, качественных материалов, комплектации.

Что касается ассортимента, белорусская обувь, которая действительно имеет рядом положительных свойств, таких как износостойкость и доброкачественность, тем не менее она уступает импортным образцам по изысканности, модности и красоте.

Однако дело не в том, что белорусские производители менее инициативны. Если бы к импортной обуви с ее тонкой подошвой и кожей предъявили те требования, которым должна соответствовать наша, то на белорусский рынок она бы вряд ли попала. Кроме того, есть сложности с получением «модной» фурнитуры. В стране ее почти непроизводят. Пока производители найдут внешних импортеров фурнитуры, пока посмотрят образцы, пока закажут, пока все это пройдет растаможку... мода и проходит на данный вид женской кожаной обуви.

Рассмотрим более подробно предприятия по производству обуви в Беларуси.

Основным из главных предприятий по производству кожаной обуви является СП Марко.[9]

Предприятие «Марко» основано в 1991 году на частной форме собственности, включающей в себя собственность физических лиц Республики Беларусь и иностранного инвестора — фирмы «Эвимекс», Германия.

Основной деятельностью предприятия является производство и реализация кожаной обуви: мужской, женской и детской. За период производственной деятельности выпуск обуви увеличился более чем в 7 раз и составил в 2005 году — 1 млн 750 тысяч пар. С начала производственной деятельности було выпущено, в общей сложности, 14 млн. 700 тысяч пар обуви. Обновляемость модельного ряда составляет порядка 85% в год. Одновременно на конвейерных потоках предприятия находятся в производстве более 100 моделей обуви. В течение последних лет сохраняется устойчивая тенденция экспортных поставок в пределах 50% от общего объема реализованной продукции. Скрупулезный подход к выбору поставщиков сырья и материалов для обеспечения производства новыми материалами высокого качества и внедрение 5-ступенчатого контроля качества продукции, начиная от входного контроля качества материалов и комплектующих и заканчивая контролем качества готовой обуви, обеспечивают стабильность качественных показателей на всех этапах производства, что гарантирует выпуск высококачественной продукции.

Одним из основных направлений является работа с ассортиментом. При том многообразии обуви, завозимой в Беларусь, Россию и страны СНГ от многочисленных производителе, очень сложно найти свою «нишу» и своего покупателя. Художники-модельеры разрабатывают в год более 800 моделей, примерно 400 из них отбирается в производство. На предприятии два раза в год проводятся покупательские конференции-ярмарки — весенняя и осенняя с расписанием ассортимента по моделям.

В целом же коллекция моделей обуви «Марко» сегодня представлена более чем 500 образцами мужской, женской, подростковой и детской обуви традиционного клеевого, литьевого и сандально-клеевого методов крепления с верхом из натуральной кожи. Такой широкий ассортимент очень удобен, в частности, и для фирменной торговли компании. Это позволяет иметь в магазине весь спектр обуви, причем своей, и не обращаться для этого к другим производителям, так как сегодня СООО «Марко» — это крупный холдинг (объединение), который помимо производства обуви, успешно занимается и торговой деятельностью. В настоящее время ведется работа по созданию фирменной сети в Российской Федерации.

Витебское СП "Марко" в этом сегменте держится на уровне более 500 тысяч пар в год, экспортируя около 40% продукции.

В категории "обувь для активного отдыха" конкурируют СП "Белкельме" и ОАО "Лидская обувная фабрика". В прошлом году изготовитель из Белоозерска был вынужден уменьшить объем производства более чем на 25%. Основные экспортные направления — Россия и Испания. Но при этом лидские обувщики сохраняют позиции в выпуске домашней обуви около 900 тысяч пар в год.

ЗАО СП "Белкельме" - было основано в 1993 году на базе строящейся экспериментальной фабрики. Планируемая производственная мощность – 366 тысяч пар в год. Производственное оборудование и техническая документация для пошива обуви поставлены испанской фирмой "Kelme". Коллекции обуви для производства на ЗАО СП "Белкельме" разрабатываются лучшими дизайнерами фирмы "Kelme". Система менеджмента качества сертифицирована по ИСО 9000. Производимые товары: обувь мужская, женская, детская активного отдыха, повседневной носки и занятий спортом - ботинки, полуботинки, кроссовки, бутсы футбольные ботинки лыжные, пантолеты пляжные, пантолеты домашние, чешки.

Белорусско-британское совместное предприятие «ЛеГранд» производит женскую модельную обувь. СП "ЛеГранд" (Минск), сделавшее ставку на изготовление женской модельной обуви, за последние 3 года в несколько раз сократило объемы выпуска и пошло по пути концентрации усилий на производстве женской обуви для среднего класса. Это решение уже начало себя оправдывать. Дизайнеры и художники предприятия разрабатывают модели в соответствии с последними веяниями европейской моды. Объемы производства составляют более 100 тысяч пар в год. Около 10% экспортируется, преимущественно в Россию.

Закрытое акционерное общество белорусско-германское совместное предприятие "Отико" ЗАО СП "Отико". Предприятие известно тем, что использует высококачественное оборудование, применяет современные технологии и материалы, оригинальные дизайнерские решения. Производимые товары: производство комфортной мужской, женской, детской обуви литьевого крепления подошвы.

Еще пять лет назад обувная отрасль считалась одной из самых бурно развивающихся. Но за последние годы наблюдается неуклонный спад объемов производства.

Из приведенных в таблице 1.1 данных нетрудно заметить, что за последние 2 года объемы производства обуви неуклонно сокращались. Это привело к спаду в обувной промышленности, сокращению числа предприятий отрасли.

Однако экспорт обуви остался примерно на том же уровне поскольку основная доля в этом объеме (95%) приходится на Россию, 2% на Испанию, 1% на Латвию и 2% на все остальные страны (Украина, Германия, Эстония).

Основными причинами спадов объемов производства в отрасли, по мнению руководителей предприятий, являются следующие:

* агрессия дешевого китайского импорта;
* нехватка оборотных средств;
* невысокое качество отечественного сырья и, как следствие, — обуви.
* ограничения на импорт сырья;
* высокие издержки производства, в т.ч. обусловленные избыточной численностью персонала;
* низкая платежеспособность населения.

Проблема дешевого китайского импорта стоит не только перед нашей страной. По данным Eurostat, около 30% всего импорта в страны ЕС составляет китайская продукция. В Беларуси ситуация несколько хуже. Общий импорт кожаной обуви в 2008г. — 1,2 млн пар, причем 96% его из России, около 1% из Германии, Италии, Испании, Латвии и США вместе взятых. Китай никак не фигурирует в официальной статистике — тот самый пример неучтенного импорта.

Как показывает анализ, платежеспособный спрос на обувь в Беларуси составляет порядка 14 млн пар в год.

Анализ проведенный маркетологами показал, что оказывается, не менее 95% покупок женской обуви и не менее 70% мужской осуществляют женщины. Они же играют ключевую роль в процессе выбора. Покупательницы в возрасте от 16 до 54 лет "контролируют" 70—75% покупок. При этом:

85% — женщин покупают обувь для себя;

50% — для мужчин;

35% — для детей.

Зимнюю обувь около 74% белорусских потребителей покупают в магазинах, а не на рынке, а вот с летней ситуация обратная — около 80% наших граждан приобретают ее на рынках. Замечено, что в "местах неорганизованной торговли" приобретается не отечественная обувь, а китайская, на которой указываются совсем другие страны-изготовители.

Изменилась и структура ассортимента белорусских предприятий. Если в середине 90-х годов предприятие, представленное на рынке какой-либо одной ассортиментной группой, стремилось выйти за ее рамки и начать производство и в других группах, то сейчас большинство, наоборот, стараются сконцентрировать свои усилия только на одной ассортиментной группе, дабы сохранить конкурентоспособность продукции. Бороться за один конкретный сегмент рынка легче. [3]

В условиях мирового финансового кризиса обувная отрасль будет находиться в более выигрышном положении. Это связано с тем, что многие потребители перестали покупать обувь экстра-класса и перешли в комфорт-класс и бизнес-класс.

К тому же многие отечественные предприятия заказывают разработку дизайна в Италии, более того, некоторые предприятия выпускают коллекции совместно с китайскими производителями из их комплектующих, поскольку внутри Беларуси необходимого количества материалов не изготавливается. Многие называют такие коллекции китайской обувью, но это неправильно. Как правило, дизайн разработок в Италии, комплектующие закуплены в Китае, но произведены на белорусских предприятиях.

Доля продаж отечественной обуви в Беларуси за последнее время возросла. По итогам прошлого года объем ее реализации увеличился на 20%. Если учесть, что предприятия концерна составляю в объеме ВВП 1,8%, а в целом на рынке товаров легкой промышленности республики - 18%, то обувная промышленность в состоянии увеличить эту долю и до 25%.

В целом можно предположить, что промышленность в 2009 году отработает не хуже прошлого. В январе 2009 г. объем производства находился на уровне 80% к аналогичному периоду минувшего года, в феврале - 85%, в марте - 90%. Ежемесячно отрасль прибавляет по несколько процентов, к концу года выйдет на 100%. Главная задача - выпуск качественного и интересного ассортимента.

Таким образом, многие наши граждане предпочитают приобретать обувь на рынках - так дешевле. А дешевле потому, что ввозится эта обувь в страну нелегально. Много китайской обуви импортируется под видом российской или производится российскими предприятиями в Китае. Далее эта обувь "обрастает" липовыми бланками, свидетельствующими о ее российском происхождении, и беспрепятственно ввозится. Учитывая прозрачность белорусско-российских границ, делать это не так уж сложно. В Беларуси же, по оценкам экспертов, нелегальный ввоз составляет примерно 5 млн. пар в год.

Во время кризиса во всех странах все производство повернулось к внутреннему рынку, поскольку понимают, что за счет своих потребителей можно выжить в условиях кризиса, так же нужно поступить в Беларуси. В условиях мирового финансового кризиса обувная отрасль будет находиться в более выигрышном положении. Это связано с тем, что многие потребители перестали покупать обувь экстра-класса и перешли в комфорт-класс.

В целом по обувной промышленности Беларуси наблюдается значительное понижение позиции по сравнению с Советским периодом, основные причины этого:

- сложность перехода к рыночной экономике, после десятилетий тоталитарного режима, заключающаяся в нежелание руководящегося менять годами установленные порядки;

- проблемы с получением высококачественных материалов и фурнитуры, заключающаяся в покупки комплектующих от зарубежных представителей, а именно отсутствие производителей выпускающую данную продукцию на территории Беларуси;

- открытость Белорусского рынка к контрафактной китайской продукции попадающей через Российскую границу;

- недостаток инвестиционных средств получаемых от государства, а также сложности возникающие перед зарубежными инвесторами при вступлении на Белорусский рынок;

- мировой кризис, который ухудшил и ранние шаткую позицию обувной промышленности РБ.

Несмотря на то, что, к сожалению, большинство белорусских производителей кожаной обуви находятся в кризисной ситуации, которая связана с проблемами, изложенными выше, есть предприятия, которые успешно функционируют на рынке Республики Беларусь и за ее пределами. Постепенно расширяются их торговые сети, создавая фирменные магазины. И, как правило, вся отрасль ориентируется именно на них: СПООО «Белвест» и СПООО «Марко».

2. Классификация и характеристика ассортимента женской кожаной обуви

Кожаная обувь относится к товарам сложного ассортимента, который отличается большим разнообразием видов, фасонов, размеров, применяемых материалов верха и низа, методов крепления подошвы и др.

Ассортимент кожаной обуви постоянно обновляется и совершенствуется под влиянием моды, с появлением новых видов, конструкций, материалов и технологий, изменением социального состава населения, потребительского спроса.

Номенклатура обуви насчитывает несколько тысяч наименований. Возникает необходимость в ее классификации. Классификация, т.е. распределение обуви на соподчиненные группы по стабильным признакам и установление связей между классификационными группами, необходима для управления ассортиментом, составления заказов, организации продажи, изучения обувных товаров.

Классификация кожаной обуви регламентирована Общегосударственным классификатором Республики Беларусь «Промышленная и сельскохозяйственная продукция « (ОК РБ 007-98) и ГОСТ 23251. Обувь. Термины и определения.

По назначению ГОСТ 23251 предусматривает деление кожаной обуви на повседневную, модельную, домашнюю, дорожную, пляжную, для активного отдыха, национальную, круглосезонную, летнюю, зимнюю, весенне-осеннюю, обувь для людей пожилого возраста, детскую, спортивную, специальную, производственную, ортопедическую, профилактическую, военную.

Единый подход в этих классификациях отсутствует. С целью изучения ассортимента кожаной обуви целесообразно рассмотреть учебную классификацию, где важнейшим признаком считается назначение.

По назначению кожаную обувь подразделяют на бытовую, спортивную, производственную и специальную, ортопедическую и профилактическую. [2]

Среди отмеченных групп особая роль принадлежит бытовой и спортивной обуви.

Ассортимент бытовой кожаной обуви чрезвычайно разнообразен по структуре и классифицируется по следующим основным признакам: материалу верха и его цвету, материалу и методу крепления подошвы, способу производства, характеру выработки, сезону носки, половозрастному назначению, видам и разновидностям, фасонам и моделям.

По сезону носки бытовая обувь подразделяется на летнюю, зимнюю, весенне-осеннюю и круглосезонную.

По материалам верха женскую обувь подразделяют на юфтевую, нубуковую, велюровую, замшевую, хромовую, а также с верхом из текстильных материалов, из искусственной и синтетической кожи.

По цвету: черного, белого, ярких и светлых расцветок. Для деталей низа используются все известные материалы, обеспечивающие технологические требования при изготовлении и при носке.

По материалам, применяемым для подошв, различают обувь с подошвой из натуральной кожи, из резины, поливинилхлорида, термоэластичного эластомера, полиуретана, с подошвой из дерева, войлока и других материалов.

Женская обувь изготовляется 13 номеров: от 210 до 275 по метрической системе и 5 групп по материалам верха, в небольшом количестве с комбинированным верхом, оценка которого не стандартизирована.

Свойства обуви диктуются особенностями материалов подошв, и их следует соотносить по отношено к обуви. Например, наиболее износостойкая обувь — на подошве из резин стиронип и транспарентной, морозостойкая — на основе резин с разнообразным внешним оформлением — на подошве из полиуретана и т. д.

В зависимости от метода крепления деталей низа к заготовке верха различают обувь клеевого, литьевого, рантового, сандального, доппельного, бортового, гвоздевого и других методов крепления.

Все методы крепления подошвы к верху обуви можно разделить на четыре группы:

1. химические (клеевой, горячей вулканизации, литьевой);
2. ниточные (прошивной, рантовый, сандальный, доппельный, бортовой, выворотный, втачной и др.);
3. штифтовые (гвоздевой, шпилечный, винтовой);
4. комбинированные (строчечно-клеевой, сандально-клеевой, рантово-клеевой и др.).

Свыше 70 % выпускаемой обуви изготовляется химическими методами.

Ассортимент обуви по видам и разновидностям. Вид обуви — конструктивный признак ее классификации, определяемый степенью закрытия ноги деталями верха. В настоящее время изготовляют пять основных видов обуви (сапоги, полусапоги, ботинки, полуботинки и туфли) и еще большее количество их разновидностей (сапожки, полусапожки, сандалии, опанки, пантолеты и др.). Одни из них утрачивают свое значение в потреблении, и их выпуск прекращается, а на смену им приходят другие, с новыми названиями и конструктивными характеристиками.

Сапоги — обувь, голенище которой закрывает икру. Для сапог характерно отсутствие удерживающих обувь на ноге приспособлений и продольного разреза. Их вырабатывают прикройными (выделены перед и голенище как отдельные детали), реже — вытяжными (перед и голенище едины, встречаются в специальной обуви).

Полусапоги — обувь с берцами, доходящими до половины икры. По внешнему виду они аналогичны высоким ботинкам и имеют клапан — разновидность язычка, пришитого по всей длине к крыльям берец (глухой клапан) или только наполовину (полуглухой клапан) для защиты от проникновения воды и грязи внутрь обуви.

Ботинки — обувь с берцами, закрывающими лодыжки, имеющая приспособления для закрепления на ноге (шнурки, застежки, кнопки, ремни с пряжками).

Полуботинки — обувь, заготовка верха которой закрывает всю тыльную поверхность стопы, с берцами ниже лодыжки и приспособлением для удержания на ноге.

Туфли — обувь, заготовка верха которой не полностью закрывает тыльную поверхность стопы, с берцами ниже лодыжки. От полуботинок туфли отличаются большей глубиной выреза союзки, т.е. большей степенью открытости. У туфель тыльная поверхность стопы открыта более чем на половину ее длины, а у полуботинок наоборот.

Сандалии – обувь, изготовленная без подкладки и основной стельки сандальным методом крепления.

По конструкции заготовки верха обувь может быть с овальной вставкой, с целыми деталями, с отрезными деталями, с целой союзкой, с целыми берцами, с отрезным носком, с настрочными союзками, с настрочными берцами.

В зависимости от конструкции заготовки верха и низа различают несколько разновидностей обуви: мокасины, сандалеты, пантолеты, туфли-лодочки, опанки, чувяки, сандалии, ремешковые сандалии, спортивные туфли, кроссовая обувь и др.

Размер обуви выражает длину стопы в миллиметрах или сантиметрах (метрическая система нумерации). Фактическая длина стельки обуви больше на величину припуска на свободное размещение пальцев при движении. Величина припуска стельки различна в зависимости от назначения и вида обуви.

Основные системы нумерации обуви:

Международный стандарт ISO 3355-77. Номером обуви считается размер стопы, измеренный в миллиметрах (обычно, переводят в сантиметры, с округлением до 0,5 см). Длина стопы измеряется от пятки до наиболее выступающего пальца. Нет поправок на форму колодки, что делает систему простой в применении и понятной. Данная метрическая система применяется и в России.

Европейская система - сантиметровая, по длине стельки. Единица измерения - штих, равен 2/3см (6,7мм). Длина стельки, обычно, больше длины стопы, миллиметров на 10-15 (так называемый функциональный припуск), поэтому Европейские обозначения размеров обуви больше, чем в первой системе.

Английская система — дюймовая, по стельке. Наименьший (исходный, нулевой) размер = 4 дюйма (размер ножки новорождённого ребенка). Нумерация - через 1/3 дюйма (8.5мм).

Американская система аналогична английской, но исходный размер в этой системе меньше, чем в английской. Нумерация - через 1/3 дюйма. Женские размеры выделены там в отдельную систему (разница с английской ещё больше).

Обувь одного размера различается по полноте. Полнота — условное обозначение обхвата внутренней формы обуви в пучках. Разница между полнотами по обхвату в пучках составляет: для обуви из юфти - 10 мм, для повседневной обуви - 8, для модельной - 6 мм.

Для верха женской обуви применяют более тонкие и мягкие материалы всех цветов и оттенков. Применяют кожи с натуральной лицевой поверхностью (шевро, хромовая козлина), опоек, выросток, полукожник, гладкие эластичные кожи с лаковым покрытием, кожи с облагороженным лицевым слоем, с ворсовой поверхностью и реже нарезные и подшлифованные кожи толщиной 0,6—1,2 мм. Низ обуви изготовляют из натуральных и искусственных кож, а также используют полимеры.

Наибольшим разнообразием по всем признакам классификации отличается обувь женского ассортимента. Она делится на повседневную и модельную. Самые различные виды, фасоны и модели характеризуют женскую обувь, и практически нет ограничений ни по одному признаку ее классификации. Эту группу можно назвать наиболее нарядной, в ней имеют место самые различные крои заготовок, отделок и фурнитуры.

Характер производства обуви определяет главным образом ее назначение. Выделяют две группы: модельную и массовую (повседневную). Модельная — это бытовая обувь, к художественно-эстетическим свойствам которой предъявляют повышенные требования. Модельную обувь изготавливают из лучших современных материалов, более сложного кроя и отделок. Она более изящная по силуэту, более легкая и гибкая, более надежная (имеет большие гарантийные сроки носки), но и более дорогая.

Повседневная обувь отличается несложными стандартными кроями заготовки, более дешевыми материалами и отделами, такую обувь выпускают большими партиями, она имеет сравнительно низкую цену

Фасоны и модели обуви являются важным классификационным признаком, так как позволяют давать ее текстовое описание. Фасон обуви определяется ее формой, силуэтом: формой и высотой каблука, носочной части (верхним и боковым силуэтом). На одной колодке формуется только один фасон обуви. Модель обуви — это более детальная разработка фасона, где учитываются многие факторы: вид, материалы верха и низа, детали и крой заготовки, виды отделок и фурнитуры, способы соединения деталей и т. д.

Эти назначения определены главным образом особенностями конструкции. Летняя обувь — это обязательно открытые конструкции (ремешковые, сабо, с открытыми геленочной, пяточной, носочной частями), которые дают возможность максимальной вентиляции стопы и имеют меньшую массу. Ее нередко изготавливают бесподкладочной или с подкладкой под отдельные участки верха, с перфорацией и крупными просечками в за готовке. При повышенных температурах усиливается потоотделение стопы, поэтому для нее важны свойства паро- и воздухопроницаемости. Особенно высокие требования предъявляются к паропроницаемости основных и вкладных стелек, поэтому эти детали не должны иметь сплошных пленочных покрытий, а вкладную стельку следует прикреплять точечным способом.

Зимняя обувь, наоборот, имеет максимально закрытые конструкции заготовки и включает такие виды, как сапожки, полусапожки, ботинки. Основное требование к этой обуви — теплозащитность и влагозащитность. Удовлетворяются такие требования за счет применения сложного пакета материалов (наружных, промежуточных, внутренних деталей), за счет применения утепляющих подкладок из натурального и искусственного мехов или тканей (полушерстяных, ворсовых и др.), за счет подошв увеличенной толщины и соответствующих видов материалов (пористых резин, полиуретанов, термоэластопластов).

Улучшения теплозащитных и фрикционных свойств достигают также глубоким рифлением ходовой поверхности подошв. Точных сопоставимых экспериментальных данных о теплопотерях обутой стопы в настоящее время нет — причин этому много, так как их величины зависят от многих факторов: тепловыделений самой стопы, наличия на ней носков чулок, соотношения температур окружающей среды и стопы, видов и толщины примененных обувных материалов, наличия воздушных прослоек и т. д.

Осенне-весенняя обувь в известной мере является универсальной, занимающей наибольшую долю в ассортименте. Она также имеет закрытые конструкции — это могут о полуботинки, туфли-лодочки, ботинки, полусапожки и сапожки. Основное требование к этой группе — влагозащитность. Наличие завышенного бортика в подошве также улучшает влагозащитность обуви.

Ассортимент женской обуви самый разнообразный и отличается изобилием фасонов, моделей и видов. Это — туфли, сапожки, полусапожки, сапоги, ботинки, полуботинки.

Модельная обувь занимает особое место в ассортименте, на долю ее приходится более половины моделей с верхом из натуральной и до 30% с верхом из искусственной кожи. Обувь с верхом из синтетических материалов не выпускают.

В зависимости от высоты каблука женскую обувь подразделяют: без каблука, обувь на низком каблуке, среднем, высоком и особо высоком.

В моде последних лет, в том числе обувной, все чаще прослеживаются новые веяния. Классическая мода отходит от функциональности в сторону декоративных излишеств. Удобство и комфорт отходят на второй план, не выделяются, афишируется же изысканная роскошь и элегантность. Богатство и роскошь буржуазного шика подчеркивается материалами, используемыми для сумок, ремней и обуви. Становятся модными натуральные и искусственные кожи с лаковой поверхностью, блестящие кожи под золото и серебро, с рисунками и тиснениями печати под кожу страуса, крокодила, питона и других экзотических животных.

Сильное влияние моды 60-х и 80-х гг. на современную обувную моду выдвигает на первое место в ассортименте высокие сапоги с прямыми голенищами, облегающие в икрах и свободными в щиколотках, отчего в этом месте образуются складки в виде гармошки. Они напоминают популярные в 80-е годы сапоги «казачок».

По сравнению с прошлыми годами, роль сапог неизмеримо возрастает, и теперь они предлагаются в качестве дополнения не только верхней одежды, но и платьев, и даже дорогих туалетов.

Носочная часть сапога узкая, заостренная, каблуки разной величины, но особенно модны высокие изящные в виде шпильки - прямой или сужающейся к низу. Конечно, такая обувь не слишком удобна, однако женщины готовы пожертвовать комфортом ради красоты и элегантности.

Изысканная классика не мыслима без туфель-лодочек на высоких каблуках, моделей с чересподъемными ремешками и туфель с открытой пяточной и носочной частью. Характерным атрибутом в подобных моделях являются узкие ремешки или круглые шнурки, закрепляющиеся на щиколотках.

После периода почти полного отсутствия декора в моду снова входит обувь, обильно украшенная вышивкой, бисером, узким кантом и ажурными вставками.

Модным становится комбинирование разных по цвету и фактуре материалов верха: матовых и блестящих, гладких и рельефных, ажурных и плотных, одноцветных и с печатным рисунком.

Мода для молодежи предлагает обувь спортивно-рустикального вида, удобную и практичную, с широкой носочной частью.

Модели часто заимствуют спортивные элементы, например, литые подошвы, наплывающие на верх обуви, и отдельные конструктивные элементы верха, такие, как мягкие детали в области задника, застежки велькро и т. д.

Использование продержек, оплетки краев деталей, грубых контрастных строчек, обработка краев изделий в обрезку, частые отсутствия промежуточных деталей - жестких задников и подносков - все это придает такой обуви рустикальный, кустарный вид и некоторую грубоватость, которая остается актуальной в молодежной обувной моде.

Таким образом, по целевому назначению обувь подразделяют на бытовую, спортивную, специальную, ортопедическую и профилактическую. Бытовая обувь подразделяется на модельную и повседневную. Модельная обувь предназначена для кратковременной носки в различных торжественных случаях, соответствует современным требованиям моды. Повседневная обувь подразделяется на домашнюю - для носки дома, дорожную, для активного отдыха - прогулок, занятий физкультурой.

По сезону носки бытовая обувь подразделяется на летнюю, зимнюю, весенне-осеннюю и круглосезонную.

По материалам деталей верха различают обувь из кожи, текстиля, искусственных и синтетических материалов, с комбинированным верхом.

По материалам, применяемым для подошв, различают обувь с подошвой из натуральной кожи, из резины, поливинилхлорида, термоэластичного эластомера, полиуретана, с подошвой из дерева, войлока и других материалов.

В зависимости от метода крепления деталей низа к заготовке верха различают обувь клеевого, литьевого, рантового, сандального, доппельного, бортового, гвоздевого и других методов крепления.

По конструкции заготовки верха обувь может быть с овальной вставкой, с целыми деталями, с отрезными деталями, с целой союзкой, с целыми берцами, с отрезным носком, с настрочными союзками, с настрочными берцами.

Таким образам рынок предлагаемой обуви всегда отражает широкий диапазон требований, обеспечивающих многообразие вариантов выбора. Признаки классификации обуви, формирующей рынок, многообразны и тесно переплетаются друг с другом. При оптимальной структуре ассортимента они наилучшим образом отвечают разнообразию условий эксплуатации обуви. Установлено, что свойства обуви образуются комплексом ассортиментных признаков, в различных сочетаниях формирующих торговый ассортимент.

Ассортимент обуви имеет множество классификационных признаков, которые учитываются производителями и покупателями.

женская кожаная обувь ассортимент

3. Анализ структуры торгового ассортимента женской кожаной обуви реализуемой в торговом предприятии «Дружба» с 2007 по 2009 гг.

С экономической точки зрения, ассортимент – это прежде всего отражение межотраслевых и отраслевых пропорций в составе товарного предложения, с товароведной же ассортимент – это состав продаваемой фирмой продукции по группам, видам, типам, сортам, размерам и маркам. Он различается широтой (количеством товарных групп) и глубиной (количеством моделей, видов марки в каждой группе). Ассортимент рассматривается как один из важнейших факторов, определяющих степень сбалансированности спроса и предложения на конкретном товарном рынке.

Товарный ассортимент представляет собой набор товаров, объединенных или сочетающихся по определенному признаку или совокупности признаков (вид, цвет, размер и т.д.).

По товарам народного потребления различают два вида ассортимента товаров – производственный и торговый. В торговых организациях должен быть сосредоточен широкий ассортимент товаров, представляющий собой сочетание продукции, вырабатываемой различными промышленными предприятиями. С этой целью происходит преобразование производственного ассортимента в торговый (подсортировка товаров).

Торговый ассортимент – перечень товаров, подобранных для реализации в розничной торговой сети.

Формирование ассортимента – это процесс определения набора товарных групп, видов и разновидностей, наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего экономическую эффективность деятельности организации.

Формирование ассортимента осуществляется постоянно во всех звеньях товародвижения – от производства до потребления. При этом торговый ассортимент в конечном звене товародвижения выступает в качестве целевой установки всего процесса движения товаров и формирования ассортимента, так как позволяет удовлетворить спрос покупателей и получить прибыль от реализации товаров и услуг.

Торговое предприятие «Дружба» занимается только продажей обуви. Данное торговое предприятие находится в городе Рогачеве. Магазин по площади небольшой – 30 м2., но несмотря на это, товарооборот в данном магазине относительно большой, так как это достигается тем, что обувь продается в рассрочку, что положительно влияет на товарооборот в данном торговом предприятие.

Анализ структуры ассортимента поступившей женской кожаной обуви в торговое предприятие «Дружба», будем проводить на основании товароведной классификации:

- по поставщикам;

- по материалу верха;

- по материалам низа;

- по видам.

Проанализируем структуру ассортимента изделий по поставщикам таблице 3.1. и рисунок 3.1.)

Таблица 3.1.-Структура торгового ассортимента женской кожаной обуви в торговом предприятии «Дружба» по поставщикам

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Поставщики | Реализация |  |
| 2007 г. | 2008 г. | 2009 г. | Отклонения 2009г. от2007г. |
| факт. (в шт.) | удел. вес (в %) | факт. (в шт.) | удел. вес (в %) | факт. (в шт.) | удел. вес (в %) | по факту | по удел. весу |
| ООО «Сивельга» | 512 | 22,1 | 534 | 22,2 | 541 | 22,3 | +29 | +0,2 |
| СПООО «Белвест» | 754 | 32,5 | 776 | 32,3 | 779 | 32,1 | +25 | -0,4 |
| СПООО «ЛеГранд» | 575 | 24,8 | 594 | 24,7 | 600 | 24,8 | +25 | 0,0 |
|  СПООО «Марко» | 479 | 20,6 | 497 | 20,7 | 503 | 20,8 | +24 | +0,2 |
| Итого | 2320 | 100,0 | 2401 | 100,0 | 2423 | 100,0 | - | - |

Судя по данным таблицы 3.1., ассортимент женской кожаной обуви в торговом предприятии «Дружба», с общей торговой площадью 30м2, представлен четырьмя производителями: ООО «Сивельга», СПОО «Белвест», СПОО «ЛеГранд», СПОО «Марко». Наибольший удельный вес в структуре ассортимента занимают обувь производителя «Белвест». Несмотря на то, что по данному производителю в магазине наблюдается стабильное снижение поставок обуви на 0,4%, это не оказала существенного влияния на сам ассортимент кожаной обуви, поскольку увеличился удельный вес продукции предприятий марки «Сивельга» и «Марко». Следует также отметить, что объем поступления в целом женской кожаной обуви увеличился в 2009 году по сравнению с 2007 на 103 пары.

**Годы**

**Шт. пар**

Рисунок 3.1 - Структура ассортимента женской кожаной обуви по поставщикам в торговом предприятие «Дружба» с 2007 года по 2009 год.

Наблюдается небольшой, стабильный, ежегодный рост реализации на ТП «Дружба» женской кожаной обуви.

Проанализируем структуру ассортимента женской кожаной обуви по материалу верха (таблица 3.2.)

Таблица 3.2. - Структура ассортимента женской кожаной обуви по материалу верха

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды кож | Реализация |  |
| 2007 г. | 2008 г. | 2009 г. | Отклонение 2009г. от 2007г. |
| факт.,пар | удел. вес (в %) | факт.,пар | удел. вес (в %) | факт.,пар | удел. вес (в %) | по факту | по удел. весу |
| Хромовые кожив т.ч.КРССвиные | 17741440334 | 76,562,114,4 | 18521484368 | 77,161,815,3 | 18721499373 | 77,361,915,4 | +98+59+39 | +0,8-0,2+1,0 |
| Текстильные материалы | 270 | 11,6 | 273 | 11,4 | 268 | 11,0 | -2 | -0,6 |
| Искусственные кожи | 131 | 5,6 | 129 | 5,4 | 130 | 5,4 | -1 | -0,2 |
| Синтетические кожи | 145 | 6,3 | 147 | 6,1 | 153 | 6,3 | +8 | 0 |
| Итого  | 2320 | 100,0 | 2401 | 100,0 | 2423 | 100,0 | - | - |

Ассортимент женской кожаной обуви представлен изделиями из натуральной кожи, текстильных, искусственных и синтетических материалов. Наблюдается тенденция увеличения покупки обуви из натуральных кож на 98 пар и синтетических кож на 8 пар, что касается обуви материал верха, которых произведен из других материалов, то наблюдается снижение по текстильным материалам на 2 пары по искусственным кожам на 1 пару. Это можно объяснить тем, что модные тенденции последних лет предполагают в своем ассортименте женскую обувь более долговечную, такую как из кожаных материалов или же обувь необычной, яркой фактуры, с различными цветовыми решениями, возможными перфорациями, заклепками, ремнями, для этих целей подходит такой материал как синтетические кожи.

С помощью таблицы 3.3. проанализируем структуру ассортимента изделий по материалу низа.

Таблица 3.3. - Структура ассортимента женской кожаной обуви по материалу низа

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды подошвы  | Реализация |  |
| 2007 г. | 2008 г. | 2009 г. | Отклонение 2009г. от 2007г. |
| факт.,пар | удел. вес (в %) | факт.,пар | удел. вес (в %) | факт.,пар | удел. вес (в %) | по факту | по удел. весу |
| Полиуретан | 1227 | 52,9 | 1287 | 53,6 | 1311 | 54,1 | +84 | +1,2 |
| Термоэластопласт | 877 | 37,8 | 893 | 37,2 | 897 | 37,0 | +20 | -0,8 |
| Пористая резина | 216 | 9,3 | 221 | 9,2 | 215 | 8,9 | -1 | -0,4 |
|  Итого | 2320 | 100,0 | 2401 | 100,0 | 2423 | 100,0 | - | - |

В ассортименте женской кожаной обуви по материалам низа больше половины образцов представлено полиуретаном, так как он обладает рядом положительных характеристик, таких как легкость материала, повышенная устойчивость к истиранию, многократному изгибу и др.. Поэтому он занял значительное место в производстве обуви и увеличился в 2009 г. по сравнению с 2007 г. на 84 пары.

Проанализируем структуру ассортимента изделий по видам.

Таблица 3.4. - Структура ассортимента женской кожаной обуви по видам.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид обуви | Реализация |  |
| 2007 г. | 2008 г. | 2009 г. | Отклонение 2009г. от 2007г. |
| факт.,пар | удел. вес, в % | факт.,пар | удел. вес, в % | факт.,пар | удел. вес, в % | по факту | по удел. весу |
| Сапожки | 385 | 16,6 | 415 | 17,3 | 419 | 17,4 | +34 | +0,8 |
| Полусапожки | 288 | 12,4 | 292 | 12,1 | 294 | 12,1 | +6 | -0,3 |
| Туфли | 412 | 17,8 | 424 | 17,7 | 425 | 17,5 | +13 | -0,3 |
| Летние туфли | 407 | 17,5 | 418 | 17,4 | 422 | 17,4 | +15 | -0,1 |
| Ботинки  | 278 | 12,0 | 284 | 11,8 | 302 | 12,5 | +24 | +0,2 |
| Полуботинки | 234 | 10,1 | 247 | 10,3 | 250 | 10,3 | +16 | +0,2 |
| Сандалии | 170 | 7,3 | 172 | 7,2 | 161 | 6,6 | -9 | -0,7 |
| Сабо | 146 | 6,3 | 149 | 6,2 | 150 | 6,2 | +4 | -0,1 |
| Итого | 2320 | 100,0 | 2401 | 100,0 | 2423 | 100,0 | - | - |

Анализируя данную таблицу, сделаем вывод о том, что ассортимент женской кожаной обуви представлен восьмью видами изделий. Наибольший удельный вес приходится на сапожки, туфли и летние туфли (17,4%, 17,5 % и 17,4% в 2009 году). Затем идут ботинки, полусапожки и полуботинки (12,5% и 12,1% и 10,3% в 2009 году). Наименьший удельный вес приходится на сандалии (6,6%), сабо (6,2%).

Основная задача – формирование ассортимента на основе общественных потребностей, платежеспособного спроса, состояния экономики промышленности и торговли и их возможностей.

В магазине имеется ассортиментный перечень - это часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже, данная продукция должна участвовать ежедневно в реализации.

Таблица 3.5 – Анализ соответствия торгового ассортимента женской кожаной обуви требованием ассортиментного перечня на 15 апреля 2010 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Виды изделия | Факт в продаже, количество разновидностей | По ассортиментному перечню, количество разновидностей | Отклонения ( +/-) |
| Сапожки | 10 | 5 | +5 |
| Полусапожки | 8 | 5 | +3 |
| Туфли | 11 | 5 | +4 |
| Летние туфли | 7 | 5 | +2 |
| Сандалии | 3 | 2 | +1 |
| Сабо | 1 | 0 | +1 |
| Итого | 40 | 22 | +18 |

По таблице 3.5 можно сделать следующие выводы:

1) В широком ассортименте представлены следующие виды обуви: сапожки, полусапожки, туфли. Летняя обувь, так как еще не начался сезона, слабо.

2) Ассортимент данного торгового предприятия превышает ассортиментный перечень на 18 видов изделий, что говорит о разнообразии кожаной обуви.

Таким образом, с целью улучшения ассортимента магазина «Дружба» необходимо провести следующий ряд мероприятий:

1. Расширить ассортимент женской кожаной обуви по видам, например спортивная обувь, а также чаще обновлять модели обуви, которые будут привлекать покупателя и увеличат спрос.

2. Чаще проводить исследования покупательского спроса для формирования оптимального объема и структуры закупок изделий, для выявления меняющихся вкусов и предпочтений потребителей;

3. Продолжать введение продажи обуви в рассрочку;

4. Ввести в систему скидок для постоянных покупателей.

Заключение

Основными причинами спадов объемов производства в отрасли, по мнению руководителей предприятий, являются следующие: значительные объемы дешевого китайского импорта, нехватка оборотных средств, невысокое качество отечественного сырья и, как следствие, — обуви, ограничения на импорт сырья, высокие издержки производства, в т.ч. обусловленные избыточной численностью персонала, низкая платежеспособность населения.

Таким образом в целом по обувной промышленности Беларуси наблюдается значительное понижение позиции по сравнению с Советским периодом. Данную ситуацию ухудшил мировой кризис, который пошатнул этого слабые позиции обувной промышленности РБ.

Несмотря на то, что, к сожалению, большинство белорусских производителей кожаной обуви находятся в кризисной ситуации, которая связана с проблемами, изложенными выше, есть предприятия, которые успешно функционируют на рынке Республики Беларусь и за ее пределами. Постепенно расширяются их торговые сети, создавая фирменные магазины. И, как правило, вся отрасль ориентируется именно на них: СПООО «Белвест» и СПООО «Марко».

Зимнюю обувь около 74% белорусских потребителей покупают в магазинах, а не на рынке, а вот с летней ситуация обратная — около 80% наших граждан приобретают ее на рынках. Замечено, что в "местах неорганизованной торговли" приобретается не отечественная обувь, а китайская, на которой указываются совсем другие страны-изготовители.

Ассортимент обуви имеет множество классификационных признаков, которые учитываются производителями и покупателями. Ассортимент же женской обуви самый разнообразный и отличается изобилием фасонов, моделей и видов. Это — туфли, сапожки, полусапожки, сапоги, ботинки, полуботинки, сандалии.

По целевому назначению обувь подразделяют на бытовую, спортивную, специальную, ортопедическую и профилактическую. Бытовая обувь подразделяется на модельную и повседневную.

По сезону носки бытовая обувь подразделяется на летнюю, зимнюю, весенне-осеннюю и круглосезонную.

По материалам деталей верха различают обувь из кожи, текстиля, искусственных и синтетических материалов, с комбинированным верхом.

По материалам, применяемым для подошв, различают обувь с подошвой из натуральной кожи, из резины, поливинилхлорида, термоэластичного эластомера, полиуретана, с подошвой из дерева, войлока и других материалов.

По конструкции заготовки верха обувь может быть с овальной вставкой, с целыми деталями, с отрезными деталями, с целой союзкой, с целыми берцами, с отрезным носком, с настрочными союзками, с настрочными берцами.

 Необходимо отметить, что рынок предлагаемой обуви всегда отражает широкий диапазон требований, обеспечивающих многообразие вариантов выбора. Признаки классификации обуви, формирующей рынок, многообразны и тесно переплетаются друг с другом. При оптимальной структуре ассортимента они наилучшим образом отвечают разнообразию условий эксплуатации обуви. Установлено, что свойства обуви образуются комплексом ассортиментных признаков, в различных сочетаниях формирующих торговый ассортимент.

Модельная обувь занимает особое место в ассортименте, на долю ее приходится более половины моделей с верхом из натуральной и до 30% с верхом из искусственной кожи. Обувь с верхом из синтетических материалов не выпускают.

Была проанализирована структура ассортимента торгового предприятия «Дружба», которое занимается продажей обуви. Ассортимент женской кожаной обуви в торговом предприятии «Дружба» представлен четырьмя производителями: ООО «Сивельга», СПОО «Белвест», СПОО «ЛеГранд», СПОО «Марко». Наибольший удельный вес в структуре ассортимента занимают обувь производителя «Белвест». Следует отметить, что объем поступления в целом женской кожаной обуви увеличился в 2009 году по сравнению с 2007 на 103 пары.

Анализ структуры ассортимента поступившей женской кожаной обуви в торговое предприятие «Дружба», был проведен на основании товароведной классификации: по материалу верха; по материалам низа; по видам.

Ассортимент женской кожаной обуви представлен изделиями из натуральной кожи, текстильных материалов синтетических и искусственных материалов. Наблюдается тенденция увеличения покупки обуви из натуральных кож на 98 пар, из текстильных материалов сократилось на 2 пары.

Из восьми видов обуви, продаваемых в магазине, наибольший удельный вес приходится на сапожки, туфли и летние туфли (17,4%, 17,5 % и 17,4% в 2009 году). Затем идут ботинки, полусапожки и полуботинки (12,5% и 12,1% и 10,3% в 2009 году). Наименьший удельный вес приходится на сандалии (6,6%), сабо (6,2%).

Таким образом, с целью улучшения ассортимента магазина «Дружба» необходимо провести следующий ряд мероприятий:

1. Расширить ассортимент женской кожаной обуви по видам, например спортивная обувь, а также чаще обновлять модели обуви, которые будут привлекать покупателя и увеличат спрос.

2. Чаще проводить исследования покупательского спроса для формирования оптимального объема и структуры закупок изделий, для выявления меняющихся вкусов и предпочтений потребителей;

3. Продолжать введение продажи обуви в рассрочку;

4. Ввести в систему скидок для постоянных покупателей.

Список используемой литературы

1 Большаков, К.В. Справочник товароведа непродовольственных товаров в 3-х томах. Том 1./ К.В. Большаков, Т.Г. Богатырева, Я.И. Ганштак. – Москва.: Экономика, 1982 г.

2 Иванова, В.Я. Товароведение и экспертиза кожевенной продукции: учеб. пособие для вузов / В.Я. Иванова, О.А. Голубенко. – Москва: Изд. кор. «Дашков и К», 2003 г.

3 Маркелова, А.А. Современные тенденции в обувной моде – МХ / А.А. Маркелова, А.А. Кривошейнцев // Кожевенно-обувная промышленность. – 2008г. – №3.

4 Николаева, М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: учеб. пособие для вузов/ М.А. Николаева, – Москва: Норма, 2003г.

5 Обувь. Термины и определения: ГОСТ 23251-8 . – Введ. –1984 – 01–01. –М.: Изд-во стандартов,1893 г.

6 Садовский, В.В. Товароведение одежно-обувных товаров. Общий курс: учебное пособие/ под общ. ред. В.В. Садовского [и др.].– Минск: БГЭУ, 2005г.

7 Сыцко, В.Е. Товароведение непродовольственных товаров: учебное пособие / Под ред. В.Е. Сыцко, М.Н. Миклушов, Г.С. Турилкина и др. –Минск: Выш. шк., 1999г.

8 Шепелев, А.Ф. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: учебное пособие / А.Ф. Шепелев, И.А. Печенежская М.: ИКЦ «МарТ», 2003г.

9 Официальный сайт предприятия «Марко» [Электронный ресурс] / ред. Сверидова Н.А. – Электрон. дан. – Минск: – Режим доступа:http://www.marko.by свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

10 Электронный ресурс. Официальный сайт предприятия «Белвест» [Электронный ресурс] / Web-мастер Крылов А. А. – Электрон. дан. – Минск: – Режим доступа: http://www.www.belwest. by свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

11 Официальный сайт Статистики Беларуси [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения о всех видах лит., поступающей в фонд статистич. Зборника РБ. – Электрон. дан. (4 файлов): – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

12 Современная женская обувь, ее плюсы и минусы [Электронный ресурс] по материалам Экономической газеты Беларуси ). – Минск.– Режим доступа: http://www.mirobuvi.by. – Загл. с экрана. – Яз. рус.