

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)

International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2021 Issue: 09 Volume: 101

Published: 01.09.2021 <http://T-Science.org>

QR – Issue



QR – Article



Artur Alexandrovich Blagorodov

Institute of Service Sector and Entrepreneurship (branch) of DSTU
Bachelor's degree

Vladimir Timofeevich Prokhorov

Institute of Service Sector and Entrepreneurship (branch) of DSTU
Doctor of Technical Sciences, Professor,
Shakhty, Russia

Galina Yuryevna Volkova

LLC TSPOSN «Ortomoda»
Doctor of Economics, Professor, General Director,
Moscow, Russia

ABOUT THE ADVANTAGE OF CONSUMERS OF THE REGIONS OF THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT AND THE NORTH CAUCASUS FEDERAL DISTRICT IN FORMING THEIR PREFERENCES FOR PRODUCTS MANUFACTURED BY ENTERPRISES OF THESE REGIONS

Abstract: in the article, the authors analyzed the state of the market of the regions of the Southern Federal District and the North Caucasus Federal District, confirmed the presence of a significant shortage for shoes, which justifies the expediency of forming enterprises and consumers of these regions. At the same time, we were able to form the entire assortment range that would satisfy the needs of consumers in these regions, with the justification that it will be in demand and competitive due to the formation of innovative technological processes using a quality management system to ensure quality management, forming its advantages over other manufacturers and ensuring the implementation of consumer preferences. In addition, by forming preferences among consumers of these regions, business leaders significantly improve the socio-economic situation of these regions, filling regional formations with budget funds that are so necessary to provide decent living conditions for residents of these regions.

Key words: enterprises, consumers, regions, assortment, assortment policy, competence, preference, production management, product quality, demand, competitiveness, stable financial position, stable TEP, demand, profit, innovation, quality, means.

Language: Russian

Citation: Blagorodov, A. A., Prokhorov, V. T., & Volkova, G. Y. (2021). About the advantage of consumers of the regions of the Southern Federal District and the North Caucasus Federal District in forming their preferences for products manufactured by enterprises of these regions. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (101), 17-70.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-09-101-3> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.09.101.3>

Scopus ASCC: 2000.

О ПРЕИМУЩЕСТВЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕГИОНОВ ЮФО И СКФО ПО ФОРМИРОВАНИЮ У НИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ К ПРОДУКЦИИ, ИЗГОТОВЛЕННОЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ЭТИХ РЕГИОНОВ

Аннотация: в статье авторы проанализировали состояние рынка регионов ЮФО и СКФО, подтвердили наличие значительного дефицита на обувь, что обосновывает целесообразность

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 1.582	ПИИЦ (Russia) = 3.939	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 9.035	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 7.184	OAJI (USA) = 0.350

формирования предприятий и потребителей этих регионов. При этом смогли сформировать весь ассортиментный ряд, который бы удовлетворил потребности потребителей этих регионов, с обоснованием того, что он будет востребован и конкурентоспособен за счет формирования инновационных технологических процессов с использованием системы менеджмента качества для обеспечения управлением качеством, формируя его преимущества перед другими производителями и обеспечивая реализацию предпочтений потребителей. Кроме того, формируя предпочтения у потребителей этих регионов, руководители предприятий существенно улучшают социально-экономическую ситуацию этих регионов, наполняя региональные формирования бюджетными средствами, которые так необходимы, чтобы обеспечить жителям этих регионов достойные условия для жизни.

Ключевые слова: предприятия, потребители, регионы, ассортимент, ассортиментная политика, компетентность, предпочтение, управление производством, качество продукции, востребованность, конкурентоспособность, устойчивое финансовое положение, стабильные ТЭП, спрос, прибыль, инновации, качество, средство.

Введение

УДК 685.17:519.47

Динамика развития рынка в последние десятилетия прошлого столетия и в начале третьего тысячелетия неизменно показывает усиление интереса потребительского спроса к качеству товара. При всех экономических, социальных и политических издержках человечество богатеет, и богатства распределяются неравномерно. Финансы, как и ранее, концентрируются в определенных регионах, впрочем, так же, как и премьеры современного производства. Курс на качество товаров аналитиками прогнозируется уверенно и повсеместно. Потребитель осознал необходимость платить за преимущество качественных услуг и изделий. Очередь за производителем, который должен замкнуть в уме «жадность» и «смертный грех», чтобы сжечь алчность. Виднейшие экономисты однозначно заявляют, что повышение качества товаров не связано причинно-следственно с ростом цены. Положительные изменения качества товаров предполагают качественные сдвиги в технике, технологии, организации и управлении производством. Производство должно совершенствоваться, что не означает становиться более затратным.

И ещё хотелось бы обратить внимание на одно, обычно ускользающее в проблемной суете, явление – историчность экономики. Такой, какой мы ее воспринимаем сейчас, экономика была не всегда и навсегда не останется. Экономическая жизнь изменяется во времени, что заставляет нас настраиваться не ее изменяющееся бытие. Современная экономика построена на рыночном фундаменте и законы рынка диктуют ей свои правила. На первом плане прибыль, конкуренция, эффективность, единоначалие. Долго ли так будет продолжаться? Аналитики утверждают, что уже нарастают симптомы нового экономического порядка. Очередной виток экономической спирали также закрутится вокруг рыночного стержня, но значение рынка не останется

тотальным. Приоритет рыночной конкуренции, агрессивно вытесняющей на обочину «социалку», не совместим с перспективой экономического развития, подтверждением чего служит устойчивое стремление социал-демократии на Западе развернуть экономику фронтом на социальное обеспечение, справедливое распределение прибыли. Новую экономику именуют временно «рачительной». Она требует гуманизации не только в распределении национального богатства. Гуманизируется и само производство, включая систему управления. Нынешний принцип: «выживает сильнейший, наиболее приспособленный», сменит «социально-производственное партнерство - управляющий и изготовитель сделаются членами одной команды. Массовое производство уступит место организации, соответствующей реализации принципа – «производитель изготавливает именно то, что нужно потребителю». «Рачительная» экономика будет ориентирована на ресурсосберегающие технологии и экологичность производства. Она потребует нового взгляда на коренные понятия. Изменится и философия качества. Надо быть готовым к грядущим событиям.

Рассмотренные в монографии перспективы развития обувных предприятий в ЮФО и СКФО сформированы на реальных, достижимых целях, предполагая, что федеральные, региональные и муниципальные ветви власти вместе с производителями и торговыми фирмами на основе тщательного взвешивания своих возможностей способны вывести обувную отрасль из критического состояния.

Проведён анализ эффективности гибких технологических процессов и их взаимосвязь с различными формами организации производства в условиях современных рыночных отношений. Определены требования к конкурентоспособному производству, которые обязательно должны быть реализованы, а именно:

- сокращение времени подготовки производства;
- сокращения жизненного цикла продукции;

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

- повышение научно-технического уровня производства, реализация которых возможна именно на основе гибких технологических процессов производства обуви.

Изучена структура ассортимента обуви фирм-производителей региона по видам, материалам, сезону носки, уровням цен, с целью анализа конъюнктуры рынка. Выявлены те виды обуви, которые пользуются повышенным спросом. Сформированы их эстетические и конструктивные характеристики.

Разработаны элементы экспертной системы оперативного управления многоассортиментным выпуском. Произведён расчёт оптимальной структуры ассортимента выпускаемой обуви и суммарная себестоимость выпуска всего ассортиментного ряда моделей.

Проведён анализ и определено влияние форм организации производства и технологии изготовления на себестоимость обуви на примере технологического процесса изготовления детской, мужской и женской обуви с учётом сменной программы. Получены теоретические зависимости для оценки влияния фактора «организация производства» на отдельные статьи калькуляции в целом и другие технико-экономические показатели.

Даны рекомендации по варьированию удельного веса затрат статей калькуляции на изготовление многоассортиментного выпуска для прогнозирования себестоимости и объёмов реализации продукции с учётом спроса на обувь в каждом регионе ЮФО и СКФО.

Разработаны функциональные и имитационные модели бизнес-процессов производства изделий из кожи, получено формальное описание организации действующего технологического процесса и исходные данные для оценки эффективности технологических процессов изготовления различных видов обуви с учётом имеющегося на неё спроса. Разработана методика многокритериальной оценки эффективности инновационных технологических процессов производства изделий из кожи на основе применения методологии целевого программирования.

Разработано программное обеспечение для формирования технологического процесса сборки обуви и определения стоимости производства ассортимента обуви. Реализована компьютерная имитационная модель, описывающая динамику протекания процесса сборки обуви. Предложенная методика и реализованное на этой основе программное обеспечение позволяет уменьшить продолжительность технологической подготовки производства и увеличить, благодаря рационализации технологического процесса, удельный потребительский эффект, что сегодня, а

тем более завтра, является главным определяющим фактором.

Рассчитаны комплексные показатели эффективности инновационных технологических процессов изготовления обуви. С учётом производственной программы сформированы перспективные варианты технологии и оборудования, выбран наиболее эффективный, выявлены возможности рационализации потока, позволяющие исключить «узкие» места, минимизировать простои оборудования, что является одним из условий проектирования гибких технологических процессов, но производство обуви с востребованной ценовой нишей.

Определён экономический эффект результатов научных исследований, которые оцениваются в повышении производительности труда, уровня механизации производства, понижении показателей незавершённого производства и затрат на производство. Предложен доступный инструмент для технологического обувного производства по совершенствованию проектирования технологических процессов, позволяющий предприятию формировать конкурентоспособный ассортимент и прогнозировать величину максимального дохода от производства обуви для регионов ЮФО и СКФО.

Авторы поддерживают идею создания в ЮФО и СКФО вертикально-интегрированных объединений (кластеров), которые занимались бы всем циклом обеспечения производства обуви от фурнитуры до готовой обуви и сопутствующих изделий. Это позволит улучшить контроль за качеством, снизить издержки, увеличить прибыль, варьировать ценовую нишу, обеспечивая отечественной продукцией конкурентоспособность и устойчивый спрос, а жителям регионов ЮФО и СКФО - социальную защиту.

Несмотря на то, что ситуация спроса на обувь на рынке 2022 г. резко ухудшилась из-за глобального экономического кризиса, у производителей обуви и торговых компаний есть все основания хотя и для сдержанного оптимизма, но не для пессимизма. И для этого есть следующие основания:

- все производители отечественной обуви видят для себя возможность не только остаться на рынке, но и расширить свою долю за счёт удешевления ассортимента, сокращения собственных издержек, увеличение количества розничных точек, в том числе за счёт расширения географии их расположения в регионах ЮФО и СКФО и за его пределами;

- осуществление структурных реорганизаций рынка её сбыта. Это касается не только соотношения импорта и производства

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

отечественной обуви, но и уменьшения товарных остатков прошлых периодов;

- и главное, наблюдается не только наглядное оживление в производстве комплектующих, но и в секторе самих российских производителей также наблюдается рост производства обуви на фоне деловой активности и производителей, и торгующих компаний, пытающихся найти общий язык, точки сближения, чтобы повысить бренд на отечественную продукцию.

Но при этом должны быть решены ключевые проблемы:

- во-первых, должна быть эффективной борьба с нелегальным импортом, т.к. и сегодня свыше 40 % нашего рынка занимает контрафактная продукция;

- во-вторых, необходимо реализовать несколько крупных инвестиционных проектов, модернизировать обувные предприятия по самым современным технологиям, что позволит существенно поднять качество обуви и тем самым постепенно вернуть утраченный авторитет отечественных товаров, как в глазах наших потребителей, так и за рубежом. Реализация всех этих мероприятий нашло свое отражение в проекте стратегии легкой промышленности на период до 2025 г.

При разработке Стратегии были учтены национальные интересы России (повышение уровня и качества жизни населения здоровья нации, стратегической и экономической безопасности государства), предложения субъектов Российской Федерации, общественных организаций и объединений о необходимых мерах поддержки отрасли по приоритетам направлениям её развития.

В основу Стратегии заложен переход легкой промышленности на инновационную модель развития. Особое внимание уделено вопросам защиты внутреннего рынка от теневого товарооборота, технического перевооружения и модернизации производства, импортозамещения и экспорта. Сегодня легкая промышленность Российской Федерации – это важнейший многопрофильный и инновационно привлекательный сектор экономики.

Вклад легкой промышленности в промышленное производство России сегодня составляет порядка 1 % в (1991 г. этот показатель был равен 11,9 % и соответствовал уровню развитых стран, таких как США, Германия и Италия, и которые на протяжении многих лет сохраняют этот показатель на уровне 8–12 %), в объеме экспорта – 1,3 % настоящее время в легкой промышленности функционирует 14 тысяч крупных и малых предприятий, расположенных в 72 регионах страны. Около 70 % предприятий являются градообразующими. Среднесписочная

численность промышленно-производственного персонала, занятого в отрасли, 462,8 тыс. чел., 75 % которого составляют женщины. Научное обеспечение отрасли осуществляют 15 научно-исследовательских и проектных институтов, многие разработки которых соответствуют и даже превышают мировой уровень.

Основными территориями размещения предприятий, определяющих промышленную и экономическую политику отрасли, являются Центральный (55 предприятия), Приволжский (30) и Южный (12), Северо-Кавказский (5) федеральные округа, которые имеют наибольший удельный вес в общем объеме производимой продукции и являются наиболее социально значимыми. Результаты работы отрасли за 1 полугодие 2021 г. показали, что она в условиях кризиса в состоянии нарастить объемы производства в подотраслях, ориентированных непосредственно на рынок. Следует отметить, что в условиях кризиса резко сужается ассортимент поставляемых в Россию товаров. Это даёт отечественной легкой промышленности стратегические возможности для занятия освобождающихся ниш и упрочения своих позиций на рынке.

В 2020 г. оборот розничной торговли продукцией легкой промышленности составил 2,26 трлн. руб., его доля в розничном товарообороте страны – 14,9 %, а в розничном товарообороте непродовольственных товаров – 26,8 %.

По уровню потребления продукция легкой промышленности уступает только продовольственным товарам, намного опережая рынки бытовой электроники, легковых автомобилей и других товаров. С учётом макроэкономических показателей и тенденций развития рынок товаров легкой промышленности к 2025 г. может составить свыше 3,3 трлн руб.

Существующие преференции и решаемые в той или иной степени проблемы на федеральном и региональном уровнях пока недостаточны, чтобы устранить влияние негативных факторов на развитие отрасли и превратить её в конкурентоспособный и саморазвивающийся сектор экономики, а отечественным производителям укрепить свои позиции на внутреннем рынке и на равных конкурировать на мировом рынке не только с производителями Китая, Турции, Индии и ряда других развивающихся стран, но и со странами ЕС и США.

Ситуацию в отрасли ещё более усугубил мировой финансовый кризис. В условиях кризиса даже те предприятия, которые за последние годы добились положительных результатов в инновационном развитии, уделяя значительное внимание модернизации производства, уже

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

вынуждены и будут вынуждены в ближайшие годы сокращать объёмы производства и отказываться от долгосрочных вложений. Это обусловлено возникшими трудностями, связанными с привлечением банковских кредитов (доля заёмных средств в оборотных средствах за последние годы достигла 40 %), с одной стороны, увеличением объёмов официального импорта, контрафактной и контрабандной продукции, падением спроса и замедлением реализации многих видов товаров потребительского и производственно-технического назначения, сокращением рабочих и специалистов – с другой. Отсутствие кардинальных мер по решению выявленных проблем существенно скажется на экономике отрасли, её технологическое отставание в обозримой перспективе может стать необратимым процессом, что приведёт к деградации наукоёмких производств, к усилению товарной зависимости от зарубежных стран, потери государства будут геометрически расти, что повысит стратегическую и национальную опасность России.

Изменить сложившуюся ситуацию можно, только разработав и реализовав антикризисные меры и мероприятия, направленные на подъём экономики лёгкой промышленности, придания ей новых импульсов в инновационном, социальном и региональном развитии, в повышении конкурентоспособности и эффективности производства на новом технико-технологическом уровне. Сегодня отрасль обеспечивают своей продукцией только четверть платёжеспособного спроса населения, а мобилизационные потребности страны всего лишь на 17–36 %, что противоречит закону о безопасности государства, согласно которому в объёме продукции стратегического назначения доля отечественной должна составлять не менее 51 %. Поэтому сегодня перед лёгкой промышленностью стоят новые вызовы и задачи, решение которых требует новых подходов не только на краткосрочную, но и на долгосрочную перспективу. Это обусловило цель стратегии – создание условий для ускоренного инновационного развития лёгкой промышленности России, обеспечения эффективного соответствия объёмов производства, качества и ассортимента продукции совокупному спросу потребителей, повышения национальной значимости отрасли и её имиджа в мировом сообществе

Цели и задачи Стратегии соответствуют проводимой политике государства в области инновационного и социально-экономического развития России в среднесрочные и долгосрочные периоды. Реализация Стратегии даст возможность лёгкой промышленности России стать индустриально развитой отраслью, которая будет обеспечивать работой многие тысячи людей,

повышать благосостояние работающих, укреплять стратегическую и экономическую безопасность страны. Главный результат Стратегии – это переход лёгкой промышленности на качественно новую модель инновационного, экономического и социального развития, основа которой – новая технологическая и научная база, новые методы управления производством, взаимосвязь науки, производства и бизнеса. Это обеспечение эффективного соответствия объёмов производства, качества и ассортимента продукции совокупному спросу российского и мирового рынков.

На основе проведённых исследований нами обозначены следующие результаты:

- сформулирована концепция ассортиментной политики для обеспечения устойчивой работы обувных предприятий регионов ЮФО и СКФО в конкурентной среде нестабильного спроса;

- определена оптимальная структура ассортимента обуви на основе учета коэффициента прибыльности и затрат на производство конкретных моделей с применением метода линейного программирования для его конкурентоспособности и востребованности на рынках с нестабильным спросом;

- изложена многокритериальная оценка эффективности при выборе инновационных технологических процессов производства обуви с использованием имитационных моделей;

- приведён алгоритм экономической оценки инновационных технологических процессов по производству конкурентоспособной и востребованной обуви на рынках с нестабильным спросом;

- обозначены современные инновационные технологические процессы на основе прогрессивных технологий, реализуемые за счет использования универсального и многофункционального технологического оборудования;

- изложено программное обеспечение для формирования технологического процесса сборки обуви и определения удельных приведенных затрат, представляющих собой сумму текущих затрат (себестоимости) и капитальных вложений, соизмеренных с помощью нормативного коэффициента эффективности с учетом производственной программы;

- определены основные направления становления и развития стратегии повышения конкурентоспособности и востребованности обуви, изготавливаемой предприятиями регионов ЮФО и СКФО на основе инновационных технологических процессов для рынков с нестабильным спросом;

- показана экспертная система управления многоассортиментным выпуском обуви на

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

предприятиях, позволяющая им определять общее количество выпускаемой обуви на рынке сложившихся цен и спроса; произведена оценка затрат на выпуск ассортимента на основе учета коэффициента прибыльности и затрат на производство конкретных моделей с учетом их спроса на рынках сбыта;

- предложен расчет комплексного показателя эффективности инновационных технологических процессов производства обуви;

- сформирована структура технологического процесса производства всего ассортиментного ряда обуви, с учетом спроса потребителей регионов ЮФО и СКФО;

- проанализирован программный продукт, позволяющий сформировать технологический процесс производства обуви и определить затраты на ее изготовление с учетом производственной программы для вновь формируемых обувных производств регионов ЮФО и СКФО с целью удовлетворения имеющегося спроса на обувь.

Экономическая эффективность от внедрения инновационных технологических процессов на предприятии по производству обуви составит 2068637,6 тыс. руб. в год.

Таким образом, у руководителей предприятий есть весомый аргумент для муниципальных и региональных ветвей власти о целесообразности формирования такого кластера в рамках регионов ЮФО и СКФО, чтобы внедряя разработки авторов, обеспечить их выход из кризиса, существенно улучшить их социально-экономическую ситуацию за счет создания новых рабочих мест, в том числе и за счёт создания новых производств по изготовлению отечественных комплектующих, наполняя муниципальные и региональные формирования бюджетными средствами, которые так необходимы, чтобы обеспечить жителям этих регионов достойные условия для жизни.

Основная часть

Товарный ассортимент организации должен соответствовать представлениям целевых покупателей. Все чаще ассортимент становится ключевым элементом конкурентной борьбы между схожими компаниями.

Для привлечения покупателей используется целый арсенал средств. Компании публикуют рекламные объявления, проводят специальные распродажи, выпускают купоны, позволяющие сэкономить средства. Все чаще применяются программы «постоянных покупателей», раздачи бесплатных образцов товаров, купоны на прилавках или у касс. Продавцов обучают манерам общения с покупателями, пониманию их потребностей, работе с жалобами. В магазинах, торгующих по сниженным ценам, товар располагается так, чтобы подчеркнуть идею

большой экономии. При этом удается сократить затраты за счет меньшего количества услуг и торгового персонала.

Одним из важнейших составляющих успеха большинства компаний выступает внутренняя атмосфера его торгового зала. Так, в каждом магазине есть своя планировка, облегчающая или, наоборот, затрудняющая передвижение по нему. Иными словами, в магазине должна присутствовать заранее спланированная атмосфера, которая наилучшим образом подходит для целевых потребителей и стимулирует их к совершению покупки.

Важным моментом изучения собственных возможностей фирмы является характеристика конкурентоспособности продвигаемого товара. Конкурентоспособность товара – комплексная характеристика его возможности и вероятности быть проданным на конкурентном рынке в определенные сроки, при наличии на рынке аналогичных товаров-конкурентов.

Факторы конкурентоспособности товара:

- качество товара и его соответствие спросу;
- экологическую чистоту;
- себестоимость и цену;
- дизайн и рекламные мероприятия;
- формы продвижения товара и обслуживания потребителей.

Обычно на рынке имеет место разнообразие товарных видов. Количество товаров одного и того же потребительского назначения, но с разными потребительскими параметрами, например, мощностью, производительностью, уровнем потребляемой энергии, внешним оформлением и т.д., образует параметрический ряд. Размах ряда (т.е. числа подобных товаров) обусловлен многими причинами, в том числе и конкуренцией. Место каждого такого товара в параметрическом ряду характеризуется параметрическим индексом, который представляет собой процентное отношение фактического потребительского параметра к эталонной величине, определяемой экспертным путем и опросами.

Строятся жесткие параметрические индексы – по объективным технико-экономическим показателям, сравнимым с нормативами и стандартами, и мягкие, базирующиеся на экспертных квалиметрических моделях.

Ассортиментная политика, хотя и очень важная, но, тем не менее, лишь составная часть хозяйственной и маркетинговой политики предприятия. В силу этого принцип «товар выбирает покупателя» в сочетании с созданием для покупателей широких возможностей выбора должен закладываться непосредственно в производстве.

Формирование ассортимента - проблема конкретных товаров, их отдельных серий,

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

определения соотношений между «старыми» и «новыми» товарами, товарами единичного и серийного производства, «наукоемкими» и «обычными» товарами, овестьственными товарами, или лицензиями и «ноу-хау». При формировании ассортимента возникают проблемы цен, качества, гарантий, сервиса, собирается ли производитель играть роль лидера в создании принципиально новых видов продуктов или вынужден следовать за другими изготовителями.

Считается общепринятым, что покупателю нужен широкий ассортимент. Этот самый широкий ассортимент часто обозначают даже как конкурентное преимущество. Но на деле получается, что для производителя широкий ассортимент – это сотни наименований продукции, а для потребителя – 7 наименований уже более чем достаточно. И таким образом потребителю нужен вовсе не широкий ассортимент, а необходимое для него разнообразие.

При этом, обувь детская подлежит обязательной сертификации, а мужская и женская - декларированию.

При разработке конкурентоспособного ассортимента мужской обуви производителям необходимо учитывать множество факторов, влияющих на потребительский спрос: соответствие основным тенденциям моды, экономические, социальные и климатические особенности регионов.

Мягкие природно-климатические условия в Южном - и Северо - Кавказских федеральных округах предполагают большую востребованность обуви весенне-осеннего и летнего периода носки (сандалии, туфли, полуботинки, осенние полусапожки и сапожки). Зимняя обувь востребована в меньшей мере.

Проведенный анализ подтвердил, что большая часть мужского населения не удовлетворена ассортиментом обуви по конструктивному, цветовому решению, а так же материалам верха обуви и методам крепления, которые используются для производства мужской обуви. Мужская обувная мода по-прежнему будет развиваться в трех стилистических направлениях: классическом, комфортном и спортивном.

В ассортименте обуви для активного отдыха актуальны умные «спортивные» материалы, сетки, дышащие климатические мембраны, перфорированная искусственная кожа.

Особенно актуальны модели с ремешком, обвивающим большой палец (другой удерживает ногу в подъеме), и босоножки с межпальцевой перемычкой, напоминающие вьетнамки из кожи. Заметно облегчены мужские полуботинки на шнурках для летнего сезона. Они выполнены из тонкой мягкой кожи, иногда без подкладки, а

также имеют тонкую подошву, в том числе кожаную с пластиковыми островками. Фавориты сезона – мокасины, которые подчеркивают спортивную элегантность. В коллекциях белоснежные сандалии и легкие ботинки на тонкой подошве, со шнуровкой и контрастным рантом.

А так же используются разнообразные материалы: натуральная кожа, гладкая, и со всевозможными спецэффектами. Не теряют популярности экзотические кожи: крокодила, змеи, страуса, кенгуру, рыбы, в том числе и тонированные и лакированные кожи. Также модны ворсовые материалы: замша, велюр и нубуки, однако применяются они чаще в комбинации с лаковой или гладкой кожей. Встречаются велюр с лазерным напылением и винтажные кожи, а также полированные мятая и жатая. Актуальны текстиль и войлок, которые используются для изготовления берцев, голенищ. Актуальны все виды носочных частей: округлые, заостренные, кареобразные, округло – трапециевидные, скругленное каре и другие.

Сохраняя сложившиеся традиции по выпуску обуви специального назначения с учетом специфики регионов ЮФО и СКФО спецобувь как для военнослужащих, так и для рабочей профессии, потребность которой будет сохраняться еще долгое время, для ее производства имеется сырьевая и комплектующая база вспомогательных материалов в рамках обувного предприятий формируется технологический процесс, которые позволяют изготовить обувь как на формованной подошве, так и с использованием подошвы в плоском виде.

В ассортименте женской обуви для весны и осени - полуботинки на низком и среднем каблуках, ботинки элегантного характера на среднем и высоком каблуках, таинственно-романтические ботильоны плотно облегающие щиколотку, сапоги. Мода для лета предоставляет более широкие и интересные возможности обновления. С одной стороны, предполагая комфортность и функциональность, с другой - девственность, изящество и зрительную легкость. Другая группа моделей базируется на конструкциях с открытыми пяточными и переименными частями.

Особые требования предъявляются к нарядной женской обуви. Актуальные конструктивные решения - туфли «лодочка», полуботинки. Моделирование композиций такого стиля сводится к разработке чисто конструктивной основы моделей, часто с отказом от излишней декоративности и возвращением к строгим и четким линиям. Фурнитура отличается сложностью форм и ювелирной отделкой с использованием полудрагоценных камней. Каблуки утоненные, высокие до 60 мм.

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Разработка нового ассортимента является важнейшим элементом товарной политики предприятия. Это комплексный процесс, включающий параллельное осуществление технологических, экономических и

маркетинговых мероприятий. Разработка товара начинается с поиска, оценки и отбора перспективных идей, их апробации.



Рисунок 1 – Ассортиментный ряд мужской обуви

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Ваш осенне-зимний гардероб не может считаться полностью укомплектованным, если Вы еще не подобрали к нему модную обувь. Помимо традиционных черного, серого и коричневого, в этом сезоне актуальна обувь темных оттенков красного, фиолетового и зеленого цвета. Модницам, желающим выделиться, стоит обратить внимание на форму каблука - она может быть разной: классическая шпилька, квадратные каблуки, каблуки в форме трапеции или конуса.

Высокую платформу и танкетку тоже никто не отменял, а большинство моделей обуви, показанной на подиумах, сочетали платформу с каблукком – гибрид высоты и устойчивости. Как вы увидите, подобное сочетание есть безусловный тренд модного сезона.

На рисунке 1 представлен ассортиментный ряд мужской обуви, разработанный для регионов ЮФО и СКФО, учитывающий их географическое положение и климатические условия.



Рисунок 2. – Ассортиментный ряд женской обуви, разработанный с учетом особенностей регионов ЮФО и СКФО

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Теперь перейдем к самым модным в сезоне осень-зима 2022 - 2023 моделям обуви. Прежде всего, это разнообразные ботфорты - сапоги с голенищем выше колен. Высокие сапоги выглядят очень красиво, зрительно удлиняют ногу и отлично смотрятся с популярными узкими джинсами или легинсами.

Прочно заняли одну из вершин обувного «олимпа» ботильоны. В моде также ботильоны со шнуровкой, но если вам нравятся простые, элегантные модели без лишних деталей, спокойно покупайте их - в этом году мода благосклонна к простоте и практичности.

Это же правило актуально и для осенних туфель: в моде туфли на платформе в сочетании с высоким каблуком. Если вы не желаете экспериментировать в этом направлении, покупайте туфли на устойчивом каблуке любой понравившейся вам формы, но только помните – каблук все-таки должен быть достаточно высоким. Ассортиментный ряд женской обуви представлен на рисунке 2.

На потребительском рынке ЮФО и СКФО товаров для детей отечественных производителей вытеснили зарубежные производители, которые поставляют дешевую обувь из низкокачественных материалов и с грубейшими нарушениями по соблюдению требований ГОСТ. Кроме того, данная обувь, в большинстве своем, не имеет сертификатов соответствия и гигиенических сертификатов, что провоцирует дискомфорт при ее носке и различные заболевания стоп. Но эту обувь продолжают покупать, так как покупательский спрос выступает в качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, что провоцируется дефицитом к неудовлетворенности населения в предлагаемой для покупки детской обуви по видам.

Результаты проведенных исследований по анализу состояния обувного рынка в регионах ЮФО и СКФО показывают, что производителям обуви для выпуска конкурентоспособной продукции необходимо учитывать не только региональные особенности климата, но и

социальный уровень населения. Ассортимент детской обуви должен ориентироваться на покупателей с разным уровнем дохода, для этого при производстве обуви можно использовать кожу разного качества: дорогостоящую, такую как шевро или более дешёвую – свиную кожу, обувь из которой можно носить на «выход», а, придя, домой снимать для того, чтобы ножки ребёнка отдохнули.

В период, когда ребенок начинает самопроизвольно вставать, стопа должна обязательно иметь возможность свободно развиваться. Это также относится и к дальнейшим ступеням развития и у детей более старшего возраста. Обувь с гигиенической точки зрения должна обеспечивать защиту организма от охлаждения и перегревания, предохранять стопу от механических повреждений, помогать мышцам и связкам, удерживать свод стопы в нормальном положении, обеспечивать благоприятный микроклимат вокруг стопы, способствовать поддержанию необходимого температурно-влажностного режима при любых микроклиматических условиях внешней среды.

Для детской обуви допускается ничтожные и комбинированные методы крепления, обеспечивающие легкость, гибкость и красивый внешний вид. Возможно, использование литьевого метода крепления, обеспечивающих водонепроницаемость обуви, что необходимо в осенне-весенний и зимний периоды.

Подросткам не рекомендуется ходить в узкой обуви. Ношение её часто приводит к искривлению пальцев, вращению ногтей, образованию мозолей и способствует развитию плоскостопия. Плоскостопие наблюдается и при длительной ходьбе в обуви без всяких каблуков, например, в тапочках. Повседневное ношение обуви на высоком (выше 4 см) каблуке девочкам – подросткам вредно, т.к. затрудняет ходьбу, смещая центр тяжести вперёд. Упор переносится на пальцы.

Ассортиментный ряд детской обуви всех возрастных групп представлен на рисунке 3.

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Рисунок 3. – Ассортиментный ряд детской обуви

Зимой обувь обязательно должна быть тёплой. С этой целью используют мех, фетр, сукно, войлок. В холодные зимние дни не ниже –10 градусов по Цельсию школьники могут носить ботинки и сапожки на пористой резине, утеплённые синтетическим мехом (лавсан с хлопком), или на шерстяной или войлочной подкладке. В летние месяцы наиболее гигиенична лёгкая открытая обувь с широким вырезом – сандалеты, босоножки, туфли кожаные, или туфли на кожаной подошве с верхом из текстиля и других материалов с пористой структурой (рогожка, джинсовая ткань и др.). Такая обувь способствует хорошему проветриванию и быстрому испарению пота за счет циркуляции воздуха вокруг стопы (благодаря подбору материала, но чаще ажурному узору верха обуви).

Для завоевания популярности у детей производитель должен быть гибким и предугадывать тенденции рынка, поэтому изучение потребностей данной аудитории не может быть прекращено никогда. При этом, дети с благодарностью выделяют товары, которые, как они чувствуют, сделаны специально для них, и проявляют потрясающую лояльность.

Следовательно, ассортиментная политика по обеспечению устойчивого положения предприятия выполнит свою миссию лишь в том случае, если все службы, обеспечивающие эту самую политику будут заинтересованы, чтобы они хотели иметь стабильное финансовое состояние – это и будет гарантией в получении стабильных ТЭП и

возможности чувствовать себя уверенно на отечественных рынках нестабильного спроса.

У Южного и Северо-Кавказского федеральных округов довольно мягкий климат, чаще всего рынок насыщен видами обуви одного и того же назначения. Руководителю предприятия надо точно знать, что на рынке будет востребовано и как это должно, быть, реализовано, чтобы разработанный ассортимент обуви был выбран покупателем, выдерживая жесточайшую конкуренцию, порождая новые предложения.

Для всего этого важно так построить ассортиментную политику, чтобы на рынок, если и поступает обувь одного и того же вида, она должна существенно отличаться по цене, но соответствовать требованиям стандарта.

Успех предприятия на рынке зависит не только от нахождения своего сегмента, но и от нахождения не занятого места на рынке, рыночной ниши. Для предприятия найти свою рыночную нишу – это значит отыскать «свой дом», т.е. ниша – это такая часть рынка, где предприятие обеспечило себе господствующее положение. Считается, что предприятие, действующее в нишах, настолько знает и умеет удовлетворять нужды и потребности покупателей своей ниши, что последние охотно готовы платить за товары (услуги) этого предприятия даже более высокую цену. Занятие своей ниши есть шанс выдержать конкуренцию, сосредоточив свои ресурсы на обслуживании более узких рыночных ниш, которые не вызывают интереса или на которые не

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

обращают внимание более крупные компании – конкуренты.

Поэтому при разработке востребованного и конкурентоспособного ассортимента обуви производителю необходимо ориентироваться на рынок сбыта продукции, изучить продукцию предприятий конкурентов, учитывать все факторы, влияющие на потребительский спрос: соответствие основным тенденциям моды, экономические, социальные и климатические особенности двух округов.

Мягкие природно-климатические условия регионов ЮФО и СКФО предполагают востребованность обуви весенне-осеннего и летнего периода носки (сандалии, туфли, полуботинки, осенние полусапожки и сапожки). Зимняя обувь менее востребована.

Мужская обувь – это элемент одежды, призванный обеспечить удобство, подчеркнуть красоту, наличие собственного вкуса, умения отлично сформировать свой внешний вид. Довольно трудно найти отличия в мужской обувной моде отдельных сезонов – разница едва заметна.

Модные тенденции мужской обуви сезона 2023 года весьма разнообразны. Это классические мокасины и башмаки, туфли и сандалии, мокасины и спортивная обувь, слиперы и лоуферы. Стили, формы, цвета и отделка весьма разнообразны.

Новый ассортимент мужской обуви должен формироваться в соответствии с изменениями, которые будут установлены в процессе антропометрического мониторинга, и выходить на рынок к моменту значительной потери конкурентоспособности прежнего ассортимента.

Учитывая, что мужская обувь более консервативна в выборе материалов, цвета и фасона, по сравнению с женской обувью, можно использовать технологические процессы, которые будут оправданы. В этом случае появляется возможность выпуска обуви в широком ассортименте не только по видам, но и по методам крепления, с учетом национальных особенностей, живущих в ЮФО и СКФО.

Летняя обувь представлена в разнообразных вариантах сандалий, имеющих округлые носы, плоские подошвы и верх из натуральной кожи.

Дышащая мужская обувь удобна и практична, и даже самые ярые поклонники классического стиля не откажут себе в удовольствии иметь пару обуви, с одной стороны практичную, а с другой – содержащую в себе легкий, не кричащий шик и стиль. Мужские сандалии все больше входят в моду, их носят повсеместно.

Ассортимент применяемых материалов в будущем сезоне также заметно расширится. Но безусловным фаворитом останется натуральная кожа, как гладкая, так и со всевозможными спецэффектами. В этом сезоне металлический блеск — главный тренд сезона весна - лето 2023 года, поэтому многие дизайнеры включили обувь с металлизированным покрытием в свои коллекции. Среди всего прочего создали мужские туфли, ковбойские сапоги и сандалии с металлической отделкой. Это способ, чтобы сохранить модную тенденцию без покрытия металлическим слоем обуви.

Не теряют популярности экзотические кожи: крокодила, змеи, страуса, кенгуру, рыбы, в том числе и тонированные, и лакированные кожи. Снова входят в моду ворсовые материалы: замша, велюр и нубуки, однако применяются они чаще в комбинации с лаковой или гладкой кожей. Встречаются велюр с лазерным напылением и винтажные кожи, а также полированные мятая и жатая. Мужская зимняя обувь может быть на шерстянке, реализована на изысканной элегантной колодке, из кожи или замши. Среди классических моделей – элегантные зимние ботинки на натуральном меху. Они могут обладать изящным классическим силуэтом.

Ассортимент мужской обуви представлен на рисунках 4 - 7.

В настоящее время полуботинки стали неотъемлемым атрибутом в гардеробе практически каждого мужчины. Современные мужские полуботинки удивляют разнообразием конструктивных особенностей и разнообразием материалов.

На основе рассмотренного ассортимента обуви была выбрана базовая модель: полуботинки мужские, модельные с настрочной союзкой, отрезным носком, задинкой на формованной подошве для осеннего периода носки (модель Г).

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Модель Г



Рисунок 4. - Ассортимент осенней обуви (мужская)

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



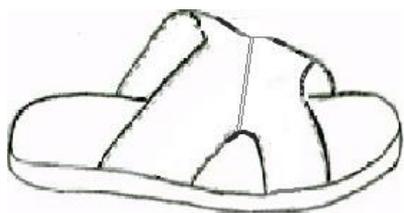
Рисунок 5. - Ассортимент весенней обуви (мужская)

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Модель В



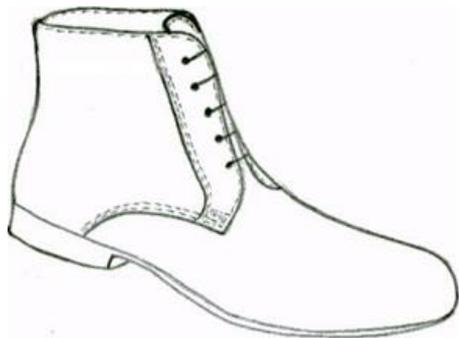
Рисунок 6. - Ассортимент летней обуви (мужская)

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Модель А



Рисунок 7. - Ассортимент зимней обуви (мужская)

Техническое описание базовых моделей обуви:

Модель А.

– род, вид обуви – мужские ботинки;

- целевое назначение – повседневные;
- конструкция заготовки верха обуви (ЗВО)
- ботинки с настрочными берцами;

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

– способ обработки видимых краёв наружных деталей верха обуви – в загибку и в обрезку;

– метод крепления низа обуви – клеевой;
– материал наружных деталей верха: выросток хромого дубления ГОСТ 939-88;

– фасон колодки 91221, что означает:
9 – для мужской обуви;
1 – закрытой обуви;
2 – с высотой приподнятости пяточной части 20 мм;
2 – средняя форма носочной части;
1 – порядковый номер колодки в серии при её регистрации;

– подошва, формованная из термоэластопласта.

Модель Б.

– род, вид обуви – мужские полуботинки;
– целевое назначение – повседневные;
– конструкция заготовки верха обуви (ЗВО) – с настрочной союзкой, отрезным носком и задинкой;

– способ обработки видимых краёв наружных деталей верха обуви – в загибку и в обрезку;

– метод крепления низа обуви – клеевой;
– материал наружных деталей верха: выросток хромого дубления ГОСТ 939-88;

– фасон колодки 91222, что означает:
9 – для мужской обуви;
1 – закрытой обуви;
2 – с высотой приподнятости пяточной части 20 мм;
2 – средняя форма носочной части;
2 – порядковый номер колодки в серии при её регистрации;

– подошва : ПУ.

Модель В.

– род, вид обуви – мужские ремешково - сандальные;

– целевое назначение – повседневные;
– способ обработки видимых краёв наружных деталей верха обуви – в обрезку;

– метод крепления низа обуви – клеевой;
– материал наружных деталей верха: выросток хромого дубления ГОСТ 939-88;

– фасон колодки 93123, что означает:
9 – для мужской обуви;
3 – летняя открытая обувь;
1 – с высотой приподнятости пяточной части 5 мм;
2 – с средней формой носочной части;
3 – порядковый номер колодки в серии при её регистрации;

– подошва ПУ.

Модель Г.

– род, вид обуви – мужские полуботинки;

– целевое назначение – повседневные;
– конструкция заготовки верха обуви (ЗВО) – с настрочной союзкой и отрезной задинкой;

– способ обработки видимых краёв наружных деталей верха обуви – в загибку;

– метод крепления низа обуви – клеевой;
– материал наружных деталей верха: выросток хромого дубления ГОСТ 939-88;

– фасон колодки 91324, что означает:
9 – для мужской обуви;
1 – закрытой обуви;
2 – с высотой приподнятости пяточной части 20 мм;
2 – средняя форма носочной части;
4 – порядковый номер колодки в серии при её регистрации;

– подошва: ПУ.

Так как производство мужской и детской обуви осуществляется в две операции - значит можно на основе техпроцесса для мужской обуви использовать техпроцесс для детской обуви, но помня, что для детской обуви предъявляются более серьезные требования к качеству.

В соответствии с ГОСТ 26165–2003 «Обувь детская. Технические условия», применение текстильных и искусственных материалов наряду с натуральными и в сочетании с ними является для такой обуви наиболее актуальным, позволяет наиболее полно удовлетворить потребительский спрос для семей с разным уровнем дохода.

На обувном рынке идет сокращение крупных оптовиков, а розничные федеральные сети дешевой детской обуви увеличивают свою рыночную долю, тесня нецеливуализованную торговлю и одиночные магазины напрямую закупая детскую обувь у производителя большими партиями. Самые крупные и поставщики и розничные сети оперировали годовыми объемами от 1 до 3 млн.

Гигиенические требования к обуви для детей и подростков складываются из требований к конструкции обуви, обусловленной особенностями строения стопы в период роста, и к материалам, из которых изготавливается обувь. Детская обувь не должна препятствовать естественно развитию стопы, должна быть легкой, удобной, не стеснять движений, соответствовать форме и размеру стопы. В противном случае обувь может стать причиной большого количества деформаций и заболеваний стоп.

Обувь ребенка, который начал ходить, должна помогать ему в этом. Чтобы свод стопы не изменился, и она правильно становилась на пол, желательно носить твердую обувь: туфельки с крепкими задниками и небольшими каблучками или ботиночки. Матерчатые, вязаные и мягкие кожаные пинетки — обувь скорее символическая,

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

чем функциональная, и годна она для пребывания в манеже или постели, но не для улицы.

Для зимы подходит обувь из фетра, сукна, можно использовать утепленные ботинки или сапожки. Валенки желательно надевать только при большом морозе и ни в коем случае не оставаться в них в помещении, так как по своей форме они не отвечают многим требованиям, предъявляемым к детской обуви. Это же относится и к резиновым сапожкам. Их можно использовать только в дождливую погоду или для прогулки по мокрой траве. Внутри резиновых сапожек нужно положить сукодную стельку и надевать их поверх шерстяного носка, хорошо впитывающего влагу.

В качестве летней обуви для детей — целесообразно приобретать туфли, сандалии, босоножки, изготавливаемые из кожаных или текстильных материалов. Чтобы ноги ребенка не перегревались, верх летних туфель должен быть ажурным, это обеспечит циркуляцию воздуха и предохранит стопу от перегревания.

Нужно отметить, что сейчас резко выросли требования родителей к гигиеническим свойствам детской обуви, а именно к натуральности материала верха, ведь многие производители из

недорогого сегмента рынка, стремясь снизить цену, делают из натуральной кожи только вкладную стельку и подкладку. Чтобы детская стопа оставалась здоровой должно быть всё продумано, вплоть до деталей.

Обувь, отвечающая гигиеническим требованиям, помогает избежать неприятных, подчас болезненных явлений. Таким образом, обувь не должна сжимать стопу, нарушать крово и лимфо обращение, препятствовать естественному развитию ноги. Перед большим пальцем должно оставаться пространство 0,5–1 см.

Для детской обуви допускаются ниточные и комбинированные методы крепления, обеспечивающие большую гибкость в пучковой области, лёгкость при применении пористой резины, полиуретана и других материалов, возможно использование клеевого и литьевого методов крепления, обеспечивающих водонепроницаемость обуви, что необходимо в осенне-весенний и зимний периоды. Детская обувь должна иметь надёжное и удобное закрепление на ноге, не препятствующее движениям. Для этого используются различные виды крепления: шнуровка, «липучка», ремни, застёжка на молнию и другие.

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Рисунок 8. - Ассортимент детской обуви

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Рисунок 9 - Ассортимент детской обуви

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Рисунок 10. - Ассортимент подростковой детской обуви для девочек



Рисунок 11. -Ассортимент подростковой детской обуви для мальчиков

Ассортимент детской обуви (рисунок 8. – 9.), на рисунке 10. представлена подростковая обувь для девочек, а на рисунке 11. для мальчиков.должен ориентироваться на

покупателей с разным уровнем дохода, для этого при производстве обуви можно использовать кожу разного качества: дорогостоящую, такую как шевро или более дешёвую – свиную кожу.

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Также при разработке ассортимента надо учитывать и то, что девочек в регионах ЮФО и СКФО рождается больше чем мальчиков, так что обувь для девочек должна выпускаться в большем объёме, чем обувь для мальчиков.

Если производители обуви для детей будут руководствоваться всем вышеперечисленным, то покупатели получат возможность в зависимости от своего материального положения отдать предпочтение продукции той или иной ценовой категории, изготовленной с учётом климатических особенностей ЮФО и СКФО, и родовых характеристик его населения.

Женская обувь выпускается в соответствии с межгосударственным стандартом ГОСТ 19116–2005 «Обувь модельная. Технические условия».

При выборе обуви покупатель учитывает такие факторы как сезонность обуви, климатические характеристики региона, возрастные особенности, экономическое и социальное положение, соответствие направлению моды, национальные особенности своего региона, цвет, материалы верха и низа обуви. Именно юг России обладает всеми возможностями для применения разнообразных по крою, цветовой гамме, применяемым материалам изделий.

При составлении нового ассортимента руководству предприятия следует помнить, что в товаре для удовлетворения потребительского спроса сочетаются осязаемые и неосязаемые параметры. Новый продукт подразумевает модификацию существующего продукта или нововведения, которое потребитель считает значимым. Чтобы новый продукт преуспел, он должен обладать желательными для потребителей параметрами, быть уникальным. Такими параметрами для модельной обуви являются следующие признаки: красивый вид (а именно: скорма (силуэт), материал, цвет, украшения, конструкция (исполнение), внутренняя отделка), изящество, элегантность, соответствие направлению моды; пластичность, лёгкость, гибкость; удобство обуви в носке, что обуславливается соответствием формы и размеров обуви форме и размерам стопы; способность изготовленной обуви сохранить внешнюю и внутреннюю форму и размеры в течение всего срока эксплуатации.

Критерием конкурентоспособности обуви на рынке является ее стоимость с соответствующим качеством, а также покупательная способность населения данного округа. По уровню доходов состав населения округа можно дифференцировать на три основные группы: с низким доходом; со средним доходом; с высоким доходом.

Исходя из того, чтобы обеспечить конкурентоспособность на внутреннем рынке по

стоимости, необходимо выпускать для первой группы - недорогую обувь и соответствующего цене качества, для второй группы - по средней цене за пару и соответствующего цене качества, для третьей группы - «элитную» обувь по высокой цене, конкурирующую с импортной обувью.

Особое значение в женской обуви для покупателя имеет соответствие предложенных моделей направлению моды, которая сейчас призывает к умеренности и сдержанности, восстановлению связей с природой. Обувь отличается от предшествующих сезонов в основном изменениями в фасоне и объёме, в ней используется меньшее количество аксессуаров по сравнению с предыдущими периодами. Форма носочной части колодок — широкая, в форме полукруга, или овальная — с небольшим закруглением на самом кончике, а высокий каблук всё больше стремится к устойчивости. В моде классическая шпилька, треугольные и прямоугольные устойчивые каблуки. Много каблуков со вставками из зеркальных материалов разных размеров. Всё ещё модны металлические каблуки или наполовину из металла.

Среди материалов лидируют ворсовые виды кож: замша, велюр, спилок, нубук, даблфейс (дубленая овчина, в обуви использующаяся мехом внутрь). Не имеет значения, натуральные материалы или искусственные — главное, чтобы обувь смотрелась эффектно. Необычайно популярная в обувной моде сегодняшнего дня лаковая кожа. Также в новых моделях часто комбинируются разно фактурные материалы либо высококачественные натуральные с искусственными, применяется сатин, бархат, велюр, шелк, кружево.

В цветовую палитру возвращается чёрный цвет с добавлением красного, белого, серебряного, бронзового декора или неожиданным взрывом червонного золота. Цветовая гамма выдержана в спокойных тонах. Особенно актуальны цвета опадающей листвы и холодного зимнего пейзажа: песочный, горчичный, хаки, фисташковый, кирпично-красный, рыжий, шоколадный, темно-синий, приглушенно-фиолетовый. Часто палитра состоит из приглушённых тонов с вкраплением ярких лилового и алого.

В ассортименте обуви для зимы актуальны классические сапоги на невысоком каблуке с декорированными разноцветными деталями или свободно драпирующимся голенищем, а также ботинки с различными конструктивными вариантами. Также в моде ботфорты на высоком устойчивом каблуке или без него.

В качестве декора приветствуются шнурки, ремешки, пряжки, кнопки, разнообразная металлическая фурнитура.

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

В ассортименте женской обуви для весны и осени безусловным фаворитом являются ботильоны. Они могут быть самыми разнообразными: с меховой отделкой, текстильными вставками, V-образным вырезом, всевозможными ремешками, пряжками, декоративными пуговицами и кнопками Высотой,

как правило, до щиколотки, и довольно свободные, с узким или кареобразным носом. Возможны варианты в ретро стиле со слегка закруглённой и приподнятой носочной частью. На рисунке 12 представлен ассортимент обуви осеннего периода носки, а на рисунке 13 – ассортимент обуви весеннего периода носки.



Рисунок 12 – Ассортимент женской обуви осеннего периода носки

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Рисунок 13. – Ассортимент женской обуви весеннего периода носки

Мода для лета предоставляет более широкие и интересные возможности обновления. Модели базируются на конструкциях с открытыми пяточными и переименными частями. Широко используются сочетания ремешков, различных по толщине, а также перекрещивающихся и Т-образных. Обувь представлена в достаточно разнообразной цветовой гамме. Это желтый, оранжевый, зеленый, красный, различные оттенки синего и другие. Актуальна обувь и в классических цветовых решениях. Это черная, белая, коричневая, бежевая и белая обувь. На рисунке 14. представлен ассортимент обуви

летнего периода носки, а на рисунке 15. представлен ассортимент обуви зимнего периода носки.

Особые требования предъявляются к нарядной женской обуви. Актуальные конструктивные решения – туфли «лодочка», полуботинки. Моделирование композиций такого стиля сводится к разработке чисто конструктивной основы модели, часто с отказом от излишней декоративности и возвращением к строгим и четким линиям. Фурнитура отличается сложностью форм и ювелирной отделкой с использованием драгоценных камней.

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

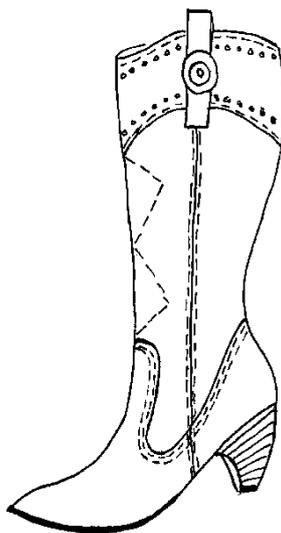
ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350



Рисунок 14 – Ассортимент женской обуви летнего периода носки

Impact Factor:

ISRA (India)	= 6.317	SIS (USA)	= 0.912	ICV (Poland)	= 6.630
ISI (Dubai, UAE)	= 1.582	ПИИЦ (Russia)	= 3.939	PIF (India)	= 1.940
GIF (Australia)	= 0.564	ESJI (KZ)	= 9.035	IBI (India)	= 4.260
JIF	= 1.500	SJIF (Morocco)	= 7.184	OAJI (USA)	= 0.350



Модель Д



Рисунок 15 – Ассортимент женской обуви зимнего периода носки

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Техническое описание базовых моделей обуви:

Модель Д:

- род, вид обуви: женские сапоги
- назначение: для зимнего периода носки
- конструкция заготовки верха обуви: с настрочной союзкой, задинкой
- категория сложности: вторая
- характер обработки видимых краев наружных деталей верха: в загибку
- материал наружных деталей верха обуви - натуральная кожа, яловка

хромового дубления, по ГОСТ 939-88;

- материал подошвы – ТЭП, ТУ 17-21-492-84;

- способ закрепления на стопе: с помощью застежки-молнии

ГОСТ 19116-2005 «Обувь модельная. Общие технические условия»

Фасон колодки 845238,

где 8 – для женской обуви

4 – для утепленной обуви

5 – высота приподнятости пяточной части (50 мм)

2 – форма носочной части средняя

38 – порядковый номер при регистрации

Модель Е:

- род, вид обуви: ботинки женские
- назначение: для осеннего периода носки
- конструкция заготовки верха обуви: с боковыми резинками, с задним наружным ремнем

- категория сложности: первая

- характер обработки видимых краев наружных деталей верха: в загибку

- материал наружных деталей верха обуви

- натуральная кожа, выросток

хромового дубления, по ГОСТ 939-88;

- материал подошвы – кожволон, ОСТ 17-92–71;

- способ закрепления на стопе: с помощью боковых резинок

ГОСТ 19116-2005 «Обувь модельная. Общие технические условия»

Фасон колодки 816265,

где 8 – для женской обуви

1 – для закрытой обуви

7 – высота приподнятости пяточной части (70 мм)

2 – форма носочной части средняя

65 – порядковый номер при регистрации

Модель Ж:

- род, вид обуви: туфли женские

- назначение: для весеннего периода носки

- конструкция заготовки верха обуви: с отрезными носком и задинкой

- категория сложности: первая

- характер обработки видимых краев наружных деталей верха: в загибку

- материал наружных деталей верха обуви - натуральная кожа, велюр по

ГОСТ 939-88 и лаковая кожа по ГОСТ 15091-80;

- материал подошвы – кожволон, ОСТ 17-92–71;

- способ закрепления на стопе: за счет натяжения верхнего канта

ГОСТ 19116-2005 «Обувь модельная. Общие технические условия»

Фасон колодки 818227,

где 8 – для женской обуви

5 – для особо изящной обуви

8 – высота приподнятости пяточной части (80 мм)

2 – форма носочной части средняя

27 – порядковый номер при регистрации

Модель З:

- род, вид обуви: туфли женские

- назначение: для летнего периода носки

- конструкция заготовки верха обуви: с чересподъемными ремешками, отрезной задинкой

- категория сложности: первая

- характер обработки видимых краев наружных деталей верха: в загибку

- материал наружных деталей верха обуви - натуральная кожа, велюр по ГОСТ 939-88;

- материал подошвы – кожволон, ОСТ 17-92–71;

- способ закрепления на стопе: с помощью чересподъемного ремешка с

пряжкой ГОСТ 19116-2005 «Обувь модельная. Общие технические условия»

Фасон колодки 837272,

где 8 – для женской обуви

3 – для летней открытой обуви

7 – высота приподнятости пяточной части (70 мм)

2 – форма носочной части средняя

72 – порядковый номер при регистрации

Из представленного ассортимента выбрана базовая модель Д: сапоги модельные для зимнего сезона носки, так как она является наиболее трудоёмкой и материалоемкой.

Ассортимент обуви с указанием времени выпуска в течение года представлен в таблице 1. - 3.

Impact Factor:	ISRA (India) = 6.317	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
	ISI (Dubai, UAE) = 1.582	РИНЦ (Russia) = 3.939	PIF (India) = 1.940
	GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 9.035	IBI (India) = 4.260
	JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 7.184	OAJI (USA) = 0.350

Таблица 1 – Ассортимент мужской обуви с указанием времени выпуска

Род, вид, назначение обуви	Условное обозначение модели обуви	Время выпуска моделей обуви в течение года (по месяцам, кварталам)
Мужские зимние ботинки	А	июль – сентябрь
Мужские весенние полуботинки	Б	октябрь – декабрь
Мужские летние ремешково-сандальные	В	январь – март
Мужские осенние полуботинки	Г	апрель – июнь

Таблица 2 – Ассортимент женской обуви с указанием времени выпуска

Род, вид, назначение обуви	Условное обозначение модели обуви	Время выпуска моделей обуви в течение года (по месяцам, кварталам)
Женские зимние сапоги	Д	октябрь – декабрь
Женские осенние ботинки	Е	июль – сентябрь
Женские весенние туфли	Ж	январь – март
Женские летние туфли	З	апрель – июнь

Таблица 3 – Ассортимент детской обуви с указанием времени выпуска

Род, вид, назначение обуви	Условное обозначение модели обуви	Время выпуска моделей обуви в течение года (по месяцам, кварталам)
Школьные зимние ботинки	И	июль – сентябрь
Школьные туфли для девочек	К	октябрь – декабрь
Школьные летние туфели для девочек	Л	январь – март
Школьные осенние ботинки	М	апрель – июнь

Если предложенные региональными и муниципальными органами власти двух округов ЮФО и СКФО - производственные площади по нормативным показателям не позволят реализовать рассчитанные объемы производства, то в этом случае выбирается тот вариант оптимальной мощности, который приемлем, например, объем выпуска 556 пар, что соответствует нормативным показателям для предложенных производственных площадей и характеризуется наилучшими значениями обозначенных критериев, формирующие

себестоимость всего ассортиментного ряда обуви. Авторами были разработаны сводные технологические процессы на сборку заготовки верха обуви и на сборку обуви соответственно на 12 моделей мужской и на 12 моделей женской обуви (рисунки 16 и 17). В таблицах 4. - 7. приводятся примеры исходного технологического процесса сборки заготовки верха и обуви на примере мужского зимнего ботинка. Обобщенные объемы основных затрат приведены в таблице 8.

Impact Factor:

ISRA (India) = **6.317**
ISI (Dubai, UAE) = **1.582**
GIF (Australia) = **0.564**
JIF = **1.500**

SIS (USA) = **0.912**
ПИИЦ (Russia) = **3.939**
ESJI (KZ) = **9.035**
SJIF (Morocco) = **7.184**

ICV (Poland) = **6.630**
PIF (India) = **1.940**
IBI (India) = **4.260**
OAJI (USA) = **0.350**

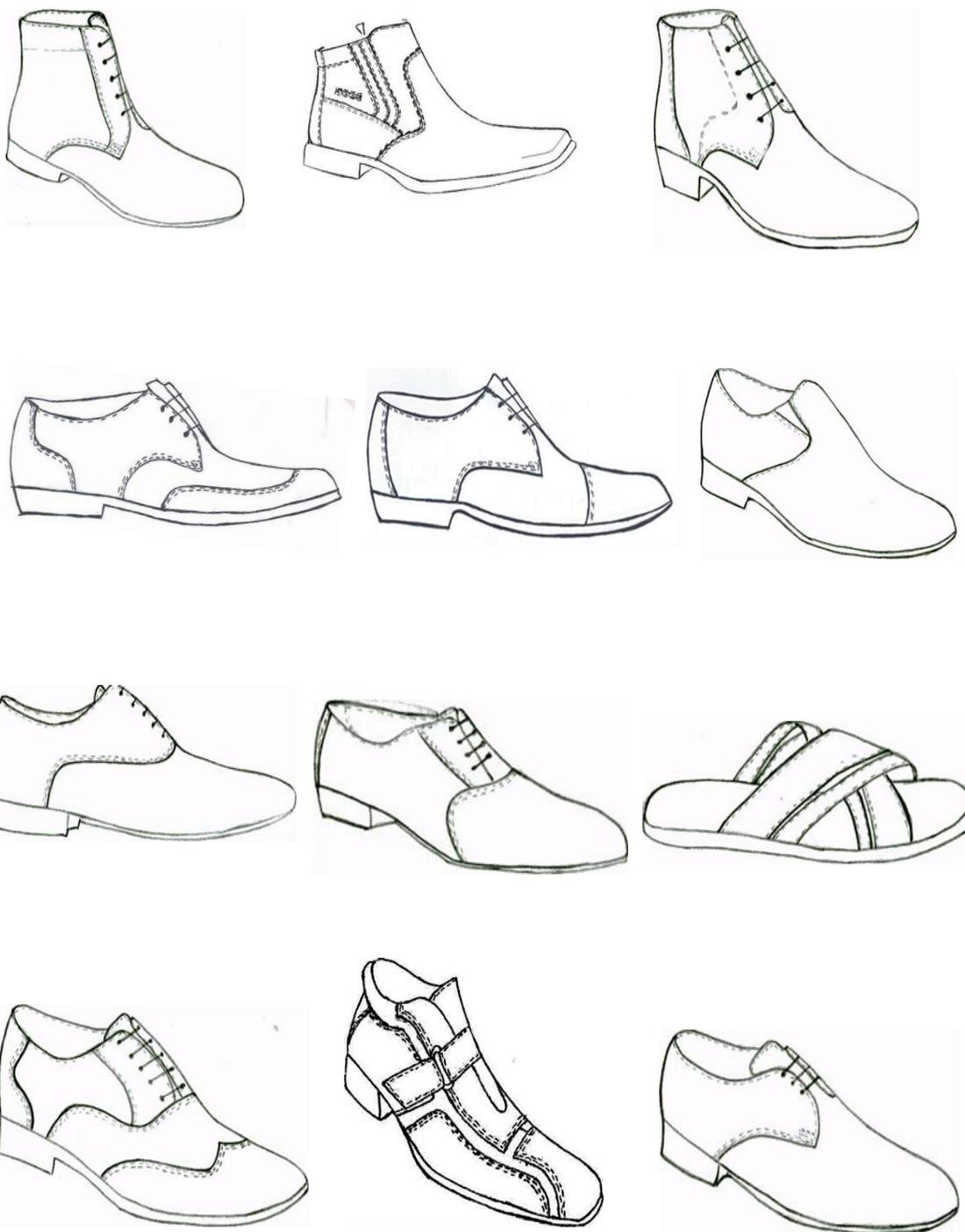


Рисунок 16 – Ассортимент мужской обуви

Impact Factor:

ISRA (India) = **6.317**
ISI (Dubai, UAE) = **1.582**
GIF (Australia) = **0.564**
JIF = **1.500**

SIS (USA) = **0.912**
РИИЦ (Russia) = **3.939**
ESJI (KZ) = **9.035**
SJIF (Morocco) = **7.184**

ICV (Poland) = **6.630**
PIF (India) = **1.940**
IBI (India) = **4.260**
OAJI (USA) = **0.350**



Модель А₁



Модель Б₂



Модель В₃



Модель Г₄



Модель Д₅



Модель Е₆



Модель Ж₇



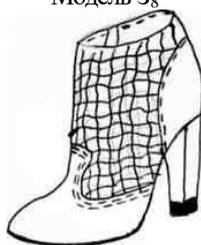
Модель З₈



Модель И₉



Модель К₁₀



Модель Л₁₁



Модель М₁₂

Рисунок 17 – Ассортимент женской обуви

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Таблица 4 – Характеристика оборудования для сборки заготовки осенних женских ботинок (модель Е)

Наименование операции	1 набор оборудования для инновационного технологического процесса							2 набор оборудования для инновационного технологического процесса							3 набор оборудования для инновационного технологического процесса							
	артикул	масса	производитель	габариты	мощность	производитель	цена	артикул	масса	производитель	габариты	мощность	производитель	цена	артикул	масса	производитель	габариты	мощность	производитель	цена	
Получение и проверка кроя	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
Запуск кроя в производство	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
Спускание краёв надет верха и подкладки	SS 20	135 кг	Com els	1050*550*1030	1,2 кВт	75 пар в час	21740 руб	3SE-RZ	140 кг	Фортуна (Германия)	1050*540*1160	0,5 кВт	77 пар /ч	156000 руб	01146/P5	130 кг	Свент (Чехия)	1050*540*1190	0,7 кВт	63 пары в час	178000 руб	СТ-Б
Дублирование деталей верха с межподкладкой	A 2000	180 кг	Saba 1 (Италия)	1430*780*950	2,1 кВт	150 пар в час	185640 руб	C 1100B	180 кг	Шён (Германия)	1800*130*950	0,8 кВт	150 пар в час	123150 руб	PR 86A	180 кг	NEV E (Италия)	1250*900*1350	3,1 кВт	150 пар в час	123500 руб	СТ-Б
Загибка с одновременным нанесением клея расплава, наложением криволинейных участков и наклеивание тесьмы	RP 67TE	180кг г	Sagitta (Италия)	1100*550*1270	0,75 кВт	60 пар в час	402090 руб	C 1031C	170 кг	Шён (Германия)	1050*550*1200	1,0 кВт	60 пар в час	234500 руб	01280/P1	186 кг	Свент (Чехия)	900*600*1280	0,5 кВт	65 пар в час	320700 руб	СТ-Б
Настраивание детали берца 1 на деталь берца 2	GR AM AC	130 кг	Gransucci (Италия)	520*180	1,76 кВт	-	211596 руб	4180-511E5 BM000 02	130 кг	Durko pp Adler	900*500*850	0,27 кВт	-	132090 руб	Pfaf f 591	130 кг	Pfaf (Германия)	900*500*850	0,27 кВт	-	79400 руб	СТ-Б

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 1.582	ПИИЦ (Russia) = 3.939	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 9.035	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 7.184	OAJI (USA) = 0.350

Окончание таблицы 4

Разглаживание заднего шва коноплялки	DE 150 LT кг А СВ	Sage 1200 (Италия) *1740	800* 1200 *1740	1,7	-	310 руб	01276/ P12	135 кг	«Свиг» Чехия	900* 510* 1380	0,17 5 кВт	500 пар /час	180 руб	012 76/ P12	135 кг	«Свиг» Чехия	900 *510*1380	0,17 5 кВт	500 пар/час	180 руб
Вклеивание термопластичного подносок между верхом и подкладкой	A 180 200 кг 0	Saba 1 (Италия) *780 *950	1430 *780 *950	2,1 кВт	150 пар в час	185 руб	C 1100B	180 кг	Шён (Германия)	1800 *130 *950	0,8 кВт	150 пар в час	123 руб	PR 86 A	180 кг	NEV E(Италия) *1350	125 0*900 *1350	3,1 кВт	150 пар в час	123 руб
Намазка клеем и склеивание узлов наружных и внутренних деталей верха по линии канта	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.
Строчка канта берцев с одновременной обрезкой краев коноплялки и пристрачиванием резинки второй строчкой	GP 120 кг	Collin (Италия) *900 *500 *850	900* 500* 850	0,27 кВт	-	190000 руб	GP 2	120 кг	Collin (Италия)	900* 500* 850	0,27 кВт	-	190000 руб	GP 2	120 кг	Collin (Италия)	900 *500 *850	0,27 кВт	-	190000 руб
Чистка ЗВО	G1 100 кг 2/1	GEL mini	760* 855* 1480	1,9 кВт	120 пар/час	54000 руб	КАРО 1	80 кг	Leibro sk (Германия)	520* 1100 *1370	2,2 кВт	150 пар в час	54000 руб	SP7 5A R	70 кг	«NE VE» Италия	1100 *900 *1400	1,0 кВт	120 пар в час	54000 руб
Учет выработки и возврата по исполнителям	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б
Комплектование ЗВО в рост. ассортимент, связывание пачек, учет	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б	СТ-Б Б
Сумма затрат на оборудование	1972560 руб.																			
Сумма затрат на оборудование	1035156 руб.																			
Сумма затрат на оборудование	1163312 руб.																			

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Таблица 5 - Характеристика оборудования для сборки обуви осенних женских ботинок (модель Е)

Наименование операции	1 набор оборудования для инновационного технологического процесса							2 набор оборудования для инновационного технологического процесса							3 набор оборудования для инновационного технологического процесса							
	артикулы	масса	производитель	габариты	мощность	производительность	цена	артикулы	масса	производитель	габариты	мощность	производительность	цена	артикулы	масса	производитель	габариты	мощность	производительность	цена	
Получение заготовок	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
Подбор и чистка колодок	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
Увлажнение ЗВО	УТ 12	100 кг	Stem а(Италия)	620* 550* 1230	12 кВт	120 в	231000 руб	URP/ 2	110 кг	«ISM» (Германия)	645* 2485 *170 0*26	12 кВт	135 пар в час	150000 руб	U17 BFV	100 кг	Stem а(Италия)	620 *55 0*1 230	12 кВт	120 пар в час	170000 руб	СТ-Б
Предварительное крепление стелек к колодке металлическим и скобами	10/1 1/С	630 кг	«BES SER» Италия	800* 900* 1800	0,5 кВт	250 пар/ч	250000 руб	10/11 /С	630 кг	«BES SER» Италия	800* 900* 1800	0,5 кВт	250 пар /ч	250000 руб	0405 4P1	650 кг	«Сви т» Чехия	800 *90 0*1 800	0,2 7	250 пар/ч	280000 руб	СТ-Б

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Продолжение таблицы 5

Намазка колодок тальком	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	210000 руб	250000 руб	1586800 руб			
Вставка задников из термопластичных материалов, предварительно сформованые пяточной части заготовок	74	EE/S	670	Сегпш (Италия)	950* 600* 1500	2,5 кВт	150 пар в час	531720 руб	СТ-Б	690 кг	«SE LMA К» Италия	810*70*0*1720	1,8 кВт т	150 пар в час	210000 руб										
Надевание заготовки верха обуви на колодку и установка пяточной части	020	15/Р5	120 кг	Свит (Чехия)	600* 745* 1700	0,24 кВт	150 пар в час	250000 руб	СТ-Б	120 кг	Свит (Чехия)	600*74*5*1700	0,4 кВт т	150 пар в час	250000 руб										
Обязка и заглажка носочно-пучковой части ЗВО на клей-расплав с предварительным увлажнением носочно-пучковой части, вставки и активной подноски	К 73S ТПК	135 0кг	135	Сегпш (Италия)	173* 114* 184	5,46 кВт	350 пар в час	1758120 руб	СТ-Б	120 кг	Leibro sk (Германия)	1700*120*0*17*50	4,0 кВт	160 пар в час	1577800 руб										

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 1.582	ПИИЦ (Russia) = 3.939	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 9.035	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 7.184	OAJI (USA) = 0.350

Продолжение таблицы 5

Заглатка гелевой части ЗВО скобами	K20 1T	900 кг	Sepi ш (Италия)	1000 *123 0*20 55	5,46 кВт	200 пар в час	1200000 руб	640 ТТ	860 кг	Шен (Германия)	1200 *800 *200 0	3,25 кВт	250 пар в час	1400000 руб	0221 2/P1	850 кг	Свит (Чехия)	640 *71 5*1 700	0,4 2 пар в час	180 пар в час	1200000 руб
Заглатка пяточной части заготовок	PIC K24 SZ	110 кг	«CE RIM» Италия	1600 *230 *210 0	5,5 кВт	200 пар/ч	1851000 руб	640 ТМ	900 кг	Шен (Германия)	1200 *800 *160 0	3,25 кВт	250 пар/ч	1750000 руб	PIC K24 SZ	110 кг	«CE RIM» Италия	160 *2 30* 210 0	5,5 кВт	200 пар/ч	1851000 руб
Влажно-тепловая обработка обуви	MV 570 0	125 кг	PRO N FOX Италия	3050 *100 0*14 50	27,9 кВт	300 пар за 8 часов	142840 руб	333E	120 кг	Шен (Германия)	1400 *210 0*95 0	13,0 кВт	250 пар в час	122840 руб	1800 42/P 2	113 кг	Свит (Чехия)	966 *30 70* 146 5	15, 0 кВт	180 пар в час	142840 руб
Разглаживание складок на обуви горячим воздухом	RT0 7	80 кг	PRO N FOX Италия	450* 330* 1100	2,0 кВт	100 пар в час	63000 руб	F1	80кг г	Leibro sk (Германия)	450* 330* 1100	6,0 кВт	600 пар	154740 руб	SR1 006	90 кг	ELV I (Италия)	580 *60 8*1 450	0,1 8 пар/ч ас	65- 113 пар/ч ас	153000 руб
Удаление заглажных скоб и тексов из стелек	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б	CT-Б
Обрезка излишков заглажной кромок, взьерошивание заглажной кромок, удаление пыли	CF7 8N	228 кг	Cosm orol Италия	1480 *110 0*75 0	2,0 кВт	100 пар в час	428400 руб	RW2 -G	150 кг	Leibro sk (Германия)	700* 700* 1030	3,5 кВт	150 пар в час	54000 руб	P 254	190 кг	Свит (Чехия)	990 *15 10* 151 0	5,2 5 кВт	180 пар в час	273000 руб

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Продолжение таблицы 5

Обработка неходовой поверхности подошвы	A20 0/D	100 кг	GEL mini	760* 855* 1480	1,9 кВт	120 пар/ч ас	100000р/б	D510	120 кг	Stema (Итал ия).	820* 360* 1215	1,1 кВт	150 пар в час	120000 р/б	A20 0/D	100 кг	GEL mini	760 *85 5*1 480	1,9 кВ т	120 пар/ч ас	100000р/б
Первая намазка клеем заглазной кромки и неходовой поверхности подошвы, сушка	020 68/ P4	250 кг	Свнт (Чех ия)	650* 500* 1250	2,5 кВт	150 пар в час	127900р/б	0206 8/P4	250 кг	Свнт (Чех ия)	650* 500* 1250	2,5 кВт	150 пар в час	127900р/б	0206 8/P4	250 кг	Свнт (Чех ия)	650 *50 0*1 250	2,5 кВ т	150 пар в час	127900р/б
Вторая намазка клеем заглазной кромки и неходовой поверхности подошвы, сушка	020 68/ P4	250 кг	Свнт (Чех ия)	650* 500* 1250	2,5 кВт	150 пар в час	127900р/б	0206 8/P4	250 кг	Свнт (Чех ия)	650* 500* 1250	2,5 кВт	150 пар в час	127900р/б	0206 8/P4	250 кг	Свнт (Чех ия)	650 *50 0*1 250	2,5 кВ т	150 пар в час	127900р/б
Активация клеевых пленок и приклеивание подошвы	FR2 7/2 M	300 кг	GRA NUC CI (Ита лия)	700* 700* 1030	1,5к Вт	250 пар в час	900480 р/б	133	350 кг	Итали я	600* 650* 1380	2,0 кВт	250 пар в час	130000р/б	133	350 кг	Итал ия	600 *65 0*1 380	2,0 кВ т	250 пар в час	130000р/б
Приклеивание подошвы	755 PC	450 кг	Sigma a (Ита лия)	760* 855* 1480	1,5 кВт	150 пар в час	12700000 р/б	755 PC	450 кг	Sigma (Итал ия)	760* 855* 1480	1,5 кВт	150 пар в час	1270000 р/б	755 PC	450 кг	Sigma a (Ита лия)	760 *85 5*1 480	1,5 кВ т	150 пар в час	1270000 р/б
Охлаждение обуви после прессования	TR1 9	300 кг	Stema a (Ита лия).	1500 *100 0*17 60	2,0 кВт	600 - 800 пар/ч	504000 р/б	FR32 00	400 кг	IRON FOX(Итали я)	1500 *150 0*17 60	1,9 кВт	900 - 100 0 пар /ч	198000 р/б	TR 22	500 кг	Stema a (Ита лия).	110 0x2 800 x17 60	2,0 кВ т	от 1000 до 2000п ар/ч	583800 р/б

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Продолжение таблицы 5

Чистка верха и низа обуви	G12 /1	100 кг	GEL mini	760* 855* 1480	1,9 кВт	120 пар/час	54000 руб	КАР О1	80 кг	Leibro sk (Германия)	520* 1100 *1370	2,2 кВт	150 пар/час	84790 руб	SP75 AR	70 кг	«NE VE» Итал	110 0*9 00* 1400	1,0 кВт	120 пар/час	54000 руб	
Снятие обуви с колодок	LO 2	205 кг	Omsa (Италия)	1130 *800 *500	1,5 кВт	300 пар/час	359520 руб	ASL-1	80 кг	Leibro sk (Германия)	420* 330* 1100	1,3 кВт	250 пар/час	186000 руб	LP1	120 кг	Stema (Италия)	820 *36 0*1 215	1,1 кВт	250 пар/час	352800 руб	
Прикрепление каблучков изнутри	UV S80	140 кг	GRA NUC CI (Италия)	700* 600* 1900	0,1 кВт	100 пар/час	238740 руб	123L HE	180 кг	Шён(Германия)	800* 850* 2100	0,6 кВт	125 пар/час	190200 руб	0422 2/P1	135 кг	Свят(Чехия)	550 *80 0*1 475	0,4 кВт	150 пар/час	185600 руб	
Проверка и чистка гвоздей внутри обуви																						
Вклеивание подпяточников и вкладных стелек																						
Ретуширование верха обуви	G12 /1	100 кг	GEL mini	760* 855* 1480	1,9 кВт	120 пар/час	54000 руб	КАР О1	80 кг	Leibro sk (Германия)	520* 1100 *1370	2,2 кВт	150 пар/час	84790 руб	SP75 AR	70 кг	«NE VE» Итал	110 0*9 00* 1400	1,0 кВт	120 пар/час	54000 руб	
Аппретирование верха обуви	TL 75	155 кг	GRA NUC CI (Италия)	1850 *950 *1000	2,0 кВт	150 пар/час	98240 руб	TL 75	155 кг	GRA NUC CI (Италия)	1850 *950 *1000	2,0 кВт	150 пар/час	98240 руб	TL 75	155 кг	GRA NUC CI (Италия)	185 0*9 50* 1000	2,0 кВт	150 пар/час	98240 руб	

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 PИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Окончание таблицы 5

Маркировка обуви	341/ BF	115	IRO N FOX(Италия)	750* 600* 1800	0,25	1500 пар/8 час	40320 руб.	341/ BF	115	IRON FOX(Италия)	750* 600* 1800	0,25	1500 пар/8 час	40320 руб.	0505 4/P6	110 кг	Свнп (Чехия)	70* 800 *1800	0,25	1200 пар/8 час	35950 руб.
Контроль качества	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
Упаковка обуви	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
Сдача обуви на склад, оформление документов	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
Сумма затрат на оборудование	10453280 руб.														9110930 руб.						

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Таблица 6 – Характеристика оборудования для сборки заготовки модели Г (мужские ботинки)

Наименование операции	1 набор оборудования для инновационного технологического процесса							2 набор оборудования для инновационного технологического процесса							3 набор оборудования для инновационного технологического процесса						
	артикул	Масса	производитель	габариты	Мощность	производитель	Цена	артикул	Масса	производитель	габариты	Мощность	производитель	Цена	артикул	Масса	производитель	габариты	Мощность	производитель	Цена
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Получение и проверка кроя	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б
Запуск кроя в производство	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б
Спускание краёв нар.дет.верха и подкладки	SS 20	135 кг	Comp els	105 0*5 50* 103 0	1,2 кВт	75 пар в час	1390 руб	3SE-RZ	140 кг	Форг уна (Германия)	105 0*5 40* 116 0	0,5 кВт	77 пар в час	1360 руб	011 46/P 5	130 кг	Сви т (Чехия)	1050 *540 *119 0	0,7 кВт	63 пары в час	1780 руб
	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б
Загибка с односторонним нанесением клея, расглаив, наклеиваем хриповидных участков и наклеивание тесьмы	RP67 TE	180 кг	Sagi ta (Италия)	110 0*5 50* 127 0	0,75 кВт	60 пар в час	402090 руб	C103 1C	170 кг	Шён (Германия)	105 0*5 50* 120 0	1,0 кВт	60 пар в час	234500 руб	012 80/P 1	186 кг	Сви т (Чехия)	900 *60 0*1 280	0,5 кВт	65 пар в час	320700 руб
	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Дублирование деталей верха с межподкладкой	M107 P	180 кг	Saba 1 (Италия)	143 0*7 80* 950	2,1 кВт	150 пар в час	18560 руб	C 1100 В	180 кг (Германия)	180 0*1 30* 950	0,8 кВт	150 пар в час	123150 руб	PR 86 А	180 кг	NEV E(Италия)	1250 *900 *135 0	3,1 кВт	150 пар в час	123500 руб		
Намазка клеем и наклеивание межподложников	СТ-Б с выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.	СТ-Б выт.
Награивание носка на союзу	Турис al GC24 680	130 кг	Турі cal (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,27 кВт	-	58212 руб	Турі cal GC2 4026	130 кг (Кита й)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 руб	Pfaf f 574-900 кл	130 кг	«PF AFF» Гер м	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 руб		
Намазка клеем и настраивание союзы на язычок	Турис al GC24 680	130 кг	Турі cal (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,27 кВт	-	58212 руб	Турі cal GC2 4026	130 кг (Кита й)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 руб	Pfaf f 574-900 кл	130 кг	«PF AFF» Гер ман ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 руб		

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Сострачивание вытачки на залинке	Туріс al GC24 680	130 кг	Турі sal (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,27 кВт	-	58212 руб	Турі sal GC2 4026	130 кг	Туріс al (Кит й)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 руб	Pfaf f 574- 900 кп	130 кг	«PF AFF »Гер ман ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 руб
Намазка клеом и настрачивание залинки на бершы	Туріс al GC24 680	130 кг	Турі sal (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,27 кВт	-	58212 руб	Турі sal GC2 4026	130 кг	Туріс al (Кит й)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 руб	Pfaf f 574- 900 кп	130 кг	«PF AFF »Гер ман ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 руб
Настрачивание наблочников на бершы	Туріс al GC24 680	130 кг	Турі sal (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,27 кВт	-	58212 руб	Турі sal GC2 4026	130 кг	Туріс al (Кит й)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 руб	Pfaf f 574- 900 кп	130 кг	«PF AFF »Гер ман ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 руб
Намазка клеом и наклеивание сокозки на бершы	СТ-Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ-Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.	СТ- Б с выт.

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Настрачивание соездки на берды с одноременным пристрачиванием язычка	Туріс al GC24 680	130 кг	Турі sal (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,27 кВт	-	58212 руб	Турі sal GC2 4026	130 кг	Туріс al (Кита й)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 руб	Pfaf f 574- 900 кл	130 кг	«PF AFF » Гер ман ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79400 руб
Пробивание отверстий под шнуровку	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б
Настрачивание кожармана на кожподкладку под берды	491 GRA MAC	130 кг	Гра посс i(Иг алия)	520 *18 0	1,76 кВт	-	211596 руб	4180i -511 E5 BM0 0002	130 кг	Durko pp Adler	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	132090 руб	Pfaf f 591- 900 кл	130 кг	Pfaff (Гер ман ия)	900 *50 0*8 50	0,27	-	79400 руб
Настрачивание кожподкладки под берды на текстильную подкладку под соезку;	491 GRA MAC	130 кг	Гра посс i(Иг алия)	520 *18 0	1,76 кВт	-	211596 руб	4180i -511 E5 BM0 0002	130 кг	Durko pp Adler	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	132090 руб	Pfaf f 591- 900 кл	130 кг	Pfaff (Гер ман ия)	900 *50 0*8 50	0,27	-	79400 руб

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Таблица 7 – Характеристика оборудования для сборки обуви модели Г (мужские ботинки)

Наименование операции	1 вид оборудования							2 вид оборудования							3 вид оборудования														
	артикул	масса	производитель	табуреты	мощность	производитель	цена	артикул	масса	производитель	табуреты	мощность	производитель	цена	артикул	масса	производитель	табуреты	мощность	производитель	цена	артикул	масса	производитель	табуреты	мощность	производитель	цена	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22								
Получение и проверка кроя	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	
	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	
Запуск кроя в производство	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	СТ-Б	
	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	Б	
Спускание краёв наряд.дет.верха и подкладки	SS 20	135 кг	Comp els	1050 *550 *103 0	1,2 кВт	75 пар в час	15900 руб	3SE-RZ	140 кг	Форт уна (Германия)	105 0*5 40* 116 0	0,5 кВт	77 пар /ч	15600 руб	011 46Р 5	130 кг	Сви т (Чехия)	1050 *540 *119 0	0,7 кВт	63 пары в час	17800 руб								
Загибка с одновременным нанесением клея расплава,	RP67 TE	180кг г	Sagitta	1100 *550 *127 0	0,75 кВт	60 пар в час	402090 руб	C103 1C	170 кг	Шён(Германия)	105 0*5 50* 120 0	1,0 кВт	60 пар в час	234500 руб	012 80Р 1	186 кг	Сви т (Чехия)	900 *60 0*1 280	0,5 кВт	65 пар в час	320700 руб								
Дублирование деталей верха с межподкладкой	M107 P	180 кг	Saba	1430 *780 *950	2,1 кВт	150 пар в час	185640руб	C 1100 В	180 кг	Шён(Германия)	180 0*1 30* 950	0,8 кВт	150 пар в час	123150 руб	PR 86 А	180 кг	NEV E(Италия)	1250 *900 *135 0	3,1 кВт	150 пар в час	123500руб								

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
 ISI (Dubai, UAE) = 1.582
 GIF (Australia) = 0.564
 JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
 ПИИЦ (Russia) = 3.939
 ESJI (KZ) = 9.035
 SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
 PIF (India) = 1.940
 IBI (India) = 4.260
 OAJI (USA) = 0.350

Продолжение таблицы 7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Намазка клеем и наклеивание межлоблочников	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.	СТ-Б с выг.
Настрачивание носка на союзу	Турис al GC24 680	130 кг	Турис sal (Кит ай)	900* 500* 850	0,27 кВт	-	58212 pyo	Турис sal GC2 4026	130 кг	Турис al (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 pyo	Pfaf f 574-900 кл	130 кг	«PF AFF» Гер м	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 pyo
Намазка клеем и настрачивание союзы на язычок	Турис al GC24 680	130 кг	Турис sal (Кит ай)	900* 500* 850	0,27 кВт	-	58212 pyo	Турис sal GC2 4026	130 кг	Турис al (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 pyo	Pfaf f 574-900 кл	130 кг	«PF AFF» Гер ма н ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 pyo
Сострачивание выкладки на заднике	Турис al GC24 680	130 кг	Турис sal (Кит ай)	900* 500* 850	0,27 кВт	-	58212 pyo	Турис sal GC2 4026	130 кг	Турис al (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 pyo	Pfaf f 574-900 кл	130 кг	«PF AFF» Гер ма н ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 pyo
Намазка клеем и настрачивание задники на бершы	Турис al GC24 680	130 кг	Турис sal (Кит ай)	900* 500* 850	0,27 кВт	-	58212 pyo	Турис sal GC2 4026	130 кг	Турис al (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 pyo	Pfaf f 574-900 кл	130 кг	«PF AFF» Гер ма н ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 pyo
Настрачивание надблочников на бершы	Турис al GC24 680	130 кг	Турис sal (Кит ай)	900* 500* 850	0,27 кВт	-	58212 pyo	Турис sal GC2 4026	130 кг	Турис al (Кит ай)	900 *50 0*8 50	0,2 7 кВт	-	58212 pyo	Pfaf f 574-900 кл	130 кг	«PF AFF» Гер ма н ия	520 *18 0	0,27 кВт	-	79600 pyo

Impact Factor:

SISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Для оценки эффективности производственной деятельности обувного предприятия необходимо проанализировать годовые результаты работы предприятия по производству мужского и женского ассортимента обуви.

Данные расчёты свидетельствуют о том, что при 100 % реализации мужской и женской обуви в указанный период времени покрываются не только затраты на производство и реализацию продукции, но и остаётся прибыль в размере 3697,4 тыс. руб. Это свидетельствует об эффективной деятельности предприятия, а также о правильной маркетинговой и ассортиментной политике. Рентабельность продукции составляет 14,9 %.

В таблице 8 представлены годовые результаты работы обувного предприятия по производству мужского и женского ассортимента обуви.

Чаще всего предприятие осуществляет сбыт обуви через магазины с оплатой после реализации, заключая договоры с торговлей с указанием сроков поступления средств на счета производителя.

В этом случае, если обувь пользуется спросом и реализуется полностью, то предприятие получает вовремя деньги, которые необходимы также на выплату зарплаты, приобретение оборотных средств и другие расходы для обеспечения развития производства.

В течение года предприятие выпускает 327903 пары обуви. При 100 % реализации данной продукции предприятие получит выручку в размере 392202,1 тыс. руб. Однако такая ситуация складывается не всегда.

Например, при реализации осенних полуботинок в размере 80 % от объёма производства прибыль сокращается на 43,15 % и составляет всего 1178 тыс. руб., реализация же обуви менее 47,4 % от объёма производства приносит предприятию убытки. В связи с нехваткой денежных средств приходится снижать объём производства, задерживать выплату зарплаты рабочим, за что в настоящее время руководители предприятия могут привлекаться к ответственности, даже к уголовной. При возникновении такой ситуации необходимо привлечение заёмных средств на покрытие затрат и организацию последующего выпуска продукции, что в данный момент связано с определёнными трудностями: значительно увеличены проценты за кредит (до 18 %), сокращены сроки возврата кредита и др., приводящими к ещё большему увеличению издержек производства.

Обувные предприятия должны ориентироваться как на внешние (предприятия потребителей, конкуренция, рыночная конъюнктура

и др.), так и на внутренние факторы, такие как объём сбыта, рентабельность, покрытие основных затрат и др. Однако невозможно учесть и предусмотреть все ситуации, которые могут возникать при реализации обуви, т.е. некоторые модели обуви на определённом этапе уже не пользуются спросом. В этом случае должна проявиться другая, обычно не афишируемая сторона маркетинга: если обувь, пусть даже без учёта требований рынка, уже произведена, то её обязательно нужно реализовать. Для этой цели, чтобы реагировать на более низкие цены конкурентов, необходимо сократить слишком большие запасы, освободиться от повреждённой, дефектной обуви, ликвидировать остатки, привлечь большое количество потребителей, стимулировать потребление обуви, используя для этого скидки. Насчитывается порядка двадцати разновидностей скидок, но для обуви наиболее распространёнными являются такие виды скидок, которые используются на различных уровнях предприятия, сбытовых организаций, торговли. Помимо использования скидок предприятие может идти на инициативное снижение цены при недогрузке производственных мощностей, сокращении доли рынка под натиском конкуренции со стороны предприятий-конкурентов и т.д. В этом случае предприятие заботится о своих издержках, разрабатывая мероприятия по их снижению за счёт совершенствования техники и технологии, внедрения в производство новых видов материалов, постоянного повышения качества производимой продукции. А всё это требует от предприятий больших финансовых затрат, но, тем не менее, способствует повышению конкурентоспособности отдельных видов изделий из кожи и предприятия в целом. Кроме того, чем больше количество выпускаемой обувной продукции, тем в большей степени снижаются издержки производства, что приводит к снижению цен, а главное – создаёт такие условия функционирования рынка, которые бы не допускали бы на него других предприятий-конкурентов и вызывали бы положительную реакцию потребителей.

Разработанное программное обеспечение позволяет руководителю предприятия не только ежедневно отслеживать поступление денежных средств, но что особенно важно, прогнозировать замену одной модели, спрос на которую снизился до критического объёма, когда не обеспечивается получение средств на покрытие производственных затрат, связанные с этой моделью, и переход на производство новой модели, спрос на которую на основе анализа маркетинговой службы как бы гарантирует ей жизне- способность и востребованность в объёме, достаточного не только для покрытия затрат на ее

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

производство, но и получения необходимой прибыли, чтобы обеспечить само производство, не провоцируя банкротство.

Конечно, хорошо, когда уже имеется необходимое обеспечение этого самого спроса на новую модель, а именно:

— договора с потребителями о поставке с предоплатой;

— гарантия фирменных магазинов, что при пробной продаже модели вызвали спрос и имеется их востребованность в пределах тех объемов, при которых будут обеспечены возврат средств, затраченные на их запуск, и будет обеспечено получение прибыли, что обеспечит предприятию получение высоких ТЭП и стабильность в формировании и обеспечении потребителя конкурентоспособной и востребованной продукции.

Таким образом, с учетом программного обеспечения по отслеживанию за движением денежного потока и наличием хорошо отлаженной маркетинговой службы, которая способна обеспечивать сам процесс регулирования спроса на продукцию предприятия - всегда есть возможность принять правильное решение по замене одной модели на другую, создавая при этом основу для получения высоких ТЭП и предупреждая трудовой коллектив от банкротства.

Конечно, все это лишь желание, в реальности же такая работа должна осуществляться ежедневно. Для этого необходимо пересмотреть наше отношение к так называемой точке безубыточности, которая как бы формирует условия для реализации всех наших умозаключений по формированию конкурентоспособных производств, обеспечивая трудовым коллективам получение высоких ТЭП и создающие основу для предупреждения их банкротства.

Традиционный вариант построения точки безубыточности обеспечивает понимание того, что объем выпуска данной модели не может быть меньше определенного количества пар данной модели.

Но при многоассортиментном производстве количество изготавливаемых пар формируется ее спросом и если спрос не обеспечивает её реализацию в том объеме, который обеспечивает предприятию возврат всех затраченных средств на эту модель, в этом случае руководитель должен принять решение о целесообразности ее запуска в производство. Поэтому считаем оправданным при построении точки безубыточности указывать не только объем производства данной модели, которая гарантировала бы возврат всех затрат на эту модель, но и в течение какого времени необходимо ее заменить на новую, чтобы возврат этих средств был обеспечен в полном объеме и с получением прибыли.

Т а б л и ц а 8 . - Годовые результаты работы обувного предприятия по производству мужской и женской обуви

Показатели	Янв.	Фев.	Март	Апр	Май	Июнь	Июль	Авг	Сен	Окт	Нояб	Дек.
Объём продаж, пар	26114	26114	29661	29661	29661	28168	28168	28168	25358	25358	25358	26114
Выручка от реализации, тыс. руб.	45032,84	45032,84	31026,82	31026,82	31026,82	24033,9	24033,9	24033,9	30640,47	30640,47	30640,47	45032,84
Себестоимость единицы продукции, руб.	1435,54	1435,54	890,2	890,2	890,2	726,7	726,7	726,7	1024,58	1024,58	1024,58	1435,54
Полная себестоимость, тыс. руб.	37487,78	37487,78	26405,04	26405,04	26405,04	20373,34	20373,34	20373,34	25747,78	25747,78	25747,78	37487,78

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 3.939
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Прибыль от продаж, тыс. руб.	7545,06	7545,06	4621,78	4621,78	4621,78	3660,56	3660,56	3660,56	4892,69	4892,69	4892,69	7545,06
Налог на прибыль, тыс. руб.	1509	1509	924,36	924,36	924,36	732,112	732,112	732,112	978,5	978,5	978,5	1509
Чистая прибыль, тыс. руб.	6036	6036	3697,4	3697,4	3697,4	2928,448	2928,448	2928,448	3914,19	3914,19	3914,19	6036
Рентабельность продукции, %	16,8	16,8	14,9	14,9	14,9	15,2	15,2	15,2	15,9	15,9	15,9	16,8

Заключение

1. Разработана ассортиментная политика по формированию конкурентоспособной мужской, женской и детской обуви с учётом факторов, влияющих на потребительский спрос: соответствие основным тенденциям моды, экономических, социальных и климатических особенностей регионов ЮФО и СКФО, производство которого с использованием современных инновационных техпроцессов, а также для удовлетворения спроса элитного потребителя, с использованием ручного труда создают основу для удовлетворения спроса на обувь для покупателе этих регионов.

2. Разработаны инновационные технологические процессы для производства мужской, женской и детской обуви с использованием современного технологического оборудования с передовыми нанотехнологиями, формирующие основу для снижения затрат на обувь и обеспечивающие ей повышение конкурентоспособность с продукцией ведущих зарубежных фирм, с возможностью широкоассортиментного выпуска обуви не только по видам, но и по методам крепления, что гарантирует ей востребованность в полном объёме.

3. Предложены компоновки технологического оборудования, на базе которых возможно формировать технологический процесс как для производства мужской и детской, так и женской обуви с оптимальной мощностью от производственной площади и формы организации производства.

4. Разработано программное обеспечение для расчёта поступления денежных средств от операционной деятельности обувных

предприятий на основе оценки степени выполнения и динамики производства и реализации продукции, определении влияния факторов на изменение величины этих показателей, выявлении внутривозможных резервов и разработке мероприятий по их освоению, которые направлены на ускорение оборачиваемости продукции и уменьшение потерь, что гарантирует предприятиям получения стабильных ТЭП и предупреждает их от банкротства.

5. Разработано программное обеспечение для формирования технологического процесса сборки обуви и определения стоимости производства ассортимента обуви. Реализована компьютерная имитационная модель, описывающая динамику протекания процесса сборки обуви. Предложенная методика и реализованное на этой основе программное обеспечение позволяют уменьшить продолжительность технологической подготовки производства и увеличить, благодаря рационализации технологического процесса, удельный потребительский эффект обуви.

6. Рассчитаны комплексные показатели эффективности инновационных технологических процессов изготовления обуви. С учетом производственной программы сформированы перспективные варианты технологии и оборудования, выбран наиболее эффективный; выявлены возможности рационализации потока, позволяющие исключить «узкие» места, минимизировать простои оборудования, что является одним из условий проектирования инновационных технологических процессов. Достоверность проведенных расчетов по оценке эффективности технологических процессов методами целевого программирования при различных технологических и организационных

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

решениях подтверждена расчетами показателей экономической эффективности: себестоимости, прибыли и рентабельности и др.

7. Предложенная методика позволяет сократить продолжительность технологической подготовки производства и уменьшить сроки экспертных работ при сохранении требуемой глубины и обоснованности инженерных заключений. Экономический эффект проведенных исследований выражается в интеллектуализации труда технолога с сокращением временных затрат на разработку ассортимента выпускаемой обуви и оценку эффективности технологических процессов в сравнении с типовым экономическим расчетом полной себестоимости изготовления обуви.

8. Проведен анализ влияния форм организации производства и технологии изготовления на себестоимость обуви на примере технологического процесса изготовления детской, женской и мужской обуви с учетом сменной программы. Получены теоретические зависимости для оценки влияния фактора «организация производства» на отдельные статьи калькуляции в целом и другие технико-экономические показатели, чтобы предупредить предприятия от банкротства.

9. Разработано эффективное решение по управлению конкурентоспособностью

предприятий обувной промышленности, сформированных в кластер, за счет использования инновационного технологического процесса для всего ассортиментного ряда обувного кластера, оснащенного универсальным, высокоэффективным и многофункциональным оборудованием.

10. Разработаны рекомендации по обеспечению нормативно-правовой документации по формированию качества и подтверждению соответствия обуви в рамках Таможенного союза, что позволит подготовить сертификаты соответствия и декларации о соответствии Таможенного союза на весь ассортиментный ряд обувного кластера.

11. Обоснованы предложения по созданию испытательной лаборатории в рамках кластера, в которой предполагается проводить испытания обуви для проверки её соответствия установленным в нормативных документах показателям качества и безопасности.

12. Сформулированы роль и основные задачи метрологической службы, разработана ее организационная структура.

13. Разработаны мероприятия по проведению испытаний и оценке качества и безопасности обуви.

References:

1. (2009). *Recommendations to shoe enterprises of the Southern Federal District on their way out of the economic crisis*: monograph / V. T. Prokhorov [et al.]; under the general editorship of prof. V. T. Prokhorov. (p.658). Shakhty: GOU VPO "YURGUES".
2. (2009). *How to ensure a stable demand for domestic products of the fashion industry*: monograph / V. T. Prokhorov [et al.]; under the general editorship of prof. V. T. Prokhorov; GOU VPO "South-Russian University of Economics and Service". (p.494). Shakhty: Publishing house of the State Educational Institution "YURGUES".
3. (2006). *GOST 26167-2005. Casual shoes. General technical conditions. Introduction. 07.07.06*. (p.15). Moscow: Publishing House of Standards.
4. (2007). *GOST 19116-2005. Model shoes. General technical conditions. Introduction. 01.01.07*. (p.11). Moscow: Publishing House of Standards.
5. Morozova, L. P., Poluektova, V. D., Mikheeva, E. Ya., et al. (1988). *Shoemaker's Handbook. Designing shoes, materials*. (p.432). Moscow: Legprombytizdat.
6. Fukin, V. A., & Kalita, A. N. (1988). *Technology of leather products: A textbook for universities*. In 2h.. Part 1. (p.272). Moscow: Legprombytizdat.
7. Mishin, Yu. D., Postnikov, P. M., & Volkova, G. Yu. (2014). *Methodological foundations of quality management of materials, products and services. Technical regulation: the basic basis of the quality of materials, goods and services: international collection of scientific works*. (pp.4-11). Mines: ISOiP (branch) of DSTU.
8. (n.d.). *Technical regulations "On the safety of light industry products"* [electronic resource] Retrieved 07.10.2014 from <http://www.tsouz.ru.html>

Impact Factor:

ISRA (India) = 6.317
ISI (Dubai, UAE) = 1.582
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 9.035
SJIF (Morocco) = 7.184

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

9. (n.d.). *Technical regulation "On safety of products intended for children and adolescents"* [electronic resource] Retrieved 07.10.2014 from <http://www.tsouz.ru.html>
10. Prokhorov, V. T. (2005). *the Ideology of quality – the perspective of development*. T. V. Prokhorov, Y. Mishin, D., B. F. Stepanov // *Technical regulation – the basic component of quality management services and products service: international collection of scientific papers/ argues*. (p.23). Shakhty: Publishing house of YURGUES.
11. (2014). *The revolution of quality: through advertising quality or through real quality: a monograph* by V. T. Prokhorov [et al.]; under the general editorship of Doctor of Technical Sciences, prof. V. T. Prokhorov; ISOiP (branch) of DSTU. (p.384). Novocherkassk: YURSPU (NPI).
12. (2021). *Methodological and socio-cultural aspects of the formation of an effective economic policy for the production of high-quality and affordable products on the domestic and international market: monograph* / O. A. Golubeva [et al.]; with the participation and under the general ed. of kan. Philosopher of Sciences, prof. Mishina Yu. D., Doctor of Technical Sciences, prof. V. T. Prokhorov; Institute of Service and Entrepreneurship (branch) Don State Technical University. - Novocherkassk: Lik.
13. (2015). *Advertising as a tool for promoting the philosophy of quality of production of competitive products*. E. V. Companchenko, [et al.]; under the general editorship of Doctor of Technical Sciences, prof. V. T. Prokhorov; Institute of Service and Entrepreneurship (branch) Don State Technical University of Shakhty: ISO and P (branch) of DSTU, p. 623.
14. (2018). *The competitiveness of the enterprise and the competitiveness of products-the key to successful import substitution of goods in demand by consumers of the regions of the Southern Federal District and the North Caucasus Federal District: a collective monograph* / Prokhorov V. T.[et al.]; under the general editorship of Doctor of Technical Sciences, prof. V. T. Prokhorov; Institute of Service and Entrepreneurship (branch) Don State Technical University. (p.337). Novocherkassk: Lik.