Зуева Ольга Николаевна. Исследование логистической системы товарного рынка кожаной обуви : 08.00.06 Зуева, Ольга Николаевна Исследование логистической системы товарного рынка кожаной обуви : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.06 Екатеринбург, 1996 200 с. РГБ ОД, 61:97-8/120-9

**Содержание к диссертации**

Введение

**1. Методологические аспекты исследования товарного рынка в системе логистики и маркетинга 8**

1.1. Понятие товарного рынка, показатели и методы его исследования 8

1.2. Обувь как средство в обеспечении процесса жизнедеятельности человека и проблемы ее реализации 18

1.3. Социально-экономические проблемы мирового и отечественного производства обуви 27

1.4. Основные направления совершенствования методики анализа товарного рынка 37

**2. Анализ состояния логистической системы товарного рынка кожаной обуви в Свердловской области 46**

2.1. Состав, размещение, размеры и специализация

предприятий по производству кожаной обуви 46

2.1.1. Характеристика крупных обувных предприятий 47

2.1.2. Особенности развития малого бизнеса в обувной промышленности 5 7

2.2. Логистические каналы товародвижения кожаной обуви 65

2.3. Потребительская оценка ассортимента и качества кожаной обуви 82

2.4. Регулирование товарного рынка кожаной обуви 96

**3. Основные направления повышения эффективности логистической системы товарного рынка кожаной обуви 111**

3.1. Рекомендации по производству обуви 111

3.2. Совершенствование торговли кожаной обувью 123

3.3. Предложения по регулированию товарного рынка кожаной обуви 133

Заключение 143

Литература

* [Обувь как средство в обеспечении процесса жизнедеятельности человека и проблемы ее реализации](http://www.dslib.net/logistika/issledovanie-logisticheskoj-sistemy-tovarnogo-rynka-kozhanoj-obuvi.html#1864411)
* [Социально-экономические проблемы мирового и отечественного производства обуви](http://www.dslib.net/logistika/issledovanie-logisticheskoj-sistemy-tovarnogo-rynka-kozhanoj-obuvi.html#1864412)
* [Характеристика крупных обувных предприятий](http://www.dslib.net/logistika/issledovanie-logisticheskoj-sistemy-tovarnogo-rynka-kozhanoj-obuvi.html#1864413)
* [Совершенствование торговли кожаной обувью](http://www.dslib.net/logistika/issledovanie-logisticheskoj-sistemy-tovarnogo-rynka-kozhanoj-obuvi.html#1864414)

**Введение к работе**

Актуальность темы исследования. Вопросы становления отечественного рынка товаров народного потребления при переходе к рыночным отношениям выдвинулись в ряд важных проблем экономической теории и практики, что связано с наиболее быстрым оборотом и приращением капитала в этой сфере, удовлетворением платежеспособного спроса населения. Особую значимость данная проблема приобрела в связи с использованием концепций логистики и маркетинга, выражающих подлинную экономическую заинтересованность всех участников оборота и взаимовыгодное сочетание их интересов.

Концепция логистики позволяет рассматривать товарные рынки как целостный механизм во всей логистической цепи товародвижения, в которой каждый из элементов должен оцениваться в свете его влияния на все остальные, при этом эффективная стратегия обеспечения конкурентного преимущества исходит не из абстрактной ориентации на рынок, а из направления на потребителя. С учетом того, что наибольший эффект использования принципов логистики достигается благодаря приоритету территории, особую актуальность и значимость приобретает региональный аспект исследования товарных рынков.

К настоящему времени достаточно четко определены теоретические основы концепции логистики, доказана экономическая целесообразность ее применения. Большой вклад в развитие теории и методологии логистики внесли российские ученые: Н.А. Афанасьева, А.И. Баскин, А.М. Гаджинский, Б.Л. Геронимус, М.П. Гордон, М.Е. Доветов, М.Е. Залманова, А.В. Зырянов, Л.А. Ибрагимов, Д.Д. Костоглодов, В.А. Лазарев, Н.А. Нагапетьянц, Д.Т. Новиков, О.А. Новиков, Б.К. Плоткин, О.Д. Проценко, А.Н. Родников, А.И. Семененко, А.А. Смехов, А.А. Тимонов, С.А. Уваров, Н.Д. Фа-соляк и др. Проблемам комплексного развития Урала и его регионов посвящены исследования Е.Г. Анимицы, Н.М. Ратнер, М.Д. Ша-рыгина, Я.Я. Яндыганова и др.

В экономической литературе наиболее широко и подробно освещаются вопросы применения логистических методов к формированию рынка средств производства. В то же время использование логистических подходов к исследованию рынков потребительских товаров недостаточно и мало изучено. В действительности они требуют пристального внимания, так как потребительский рынок находится в стадии переформирования, активизации на нем экономических отношений. Концентрация внимания государства в социальной сфере на интересы потребителя, о чем свидетельствует принятие и ввод в действие ряда законов РФ ("О защите прав потребителей", "О стандартизации", "О сертификации товаров и услуг", "О метрологии", "О рекламе"), конверсия оборонного комплекса, развитие сети совместных предприятий, создание большого числа предприятий малого и среднего бизнеса существенно изменяют ситуацию на рынке непродовольственных товаров, в том числе и на рынке кожаной обуви.

Широкое предложение изделий, разнообразных по качественным и ценовым характеристикам, усиление их дифференциации для различных групп потребителей, определение потенциальных возможностей рынка, необходимость информации обо всех участниках логистической системы товародвижения, изучение товарной номенклатуры и выявление потребительских мотиваций требует комплексного изучения товарных рынков в определенных географических границах. Это послужило основанием выбора темы диссертационного исследования и предопределило цель и основные задачи.

Цель исследования: уточнение теоретико-методологического подхода к исследованию товарного рынка как единой логистической системы, его апробация на примере товарного рынка кожаной обуви Свердловской области и разработка практических рекомендаций по повышению эффективности данной системы.

Поставленная цель обусловливает решение следующих взаимосвязанных задач:

- выявить социально-экономические особенности товарного рынка с учетом логистического подхода и на этой основе уточнить понятие "товарный рынок", обосновать его классификационные признаки;

- рассмотреть логистические каналы товародвижения обуви и дополнить методику анализа товарного рынка кожаной обуви;

- провести анализ состояния товарного рынка кожаной обуви Свердловской области и дать оценку динамики и особенностям отраслевого развития предприятий по производству и реализации обуви;

- выявить особенности развития малого бизнеса, провести систематизацию предприятий по степени хозяйственной активности для обоснования приоритетных направлений развития и государственной поддержки;

- рассчитать емкость рынка кожаной обуви, а также определить потребности населения по ассортиментным и качественным характеристикам на основании данных опроса населения, мнения экспертов производства и торговли; - определить роль органов государственного и местного управления в регулировании товарного рынка;

- разработать практические рекомендации по повышению эффективности логистической системы товарного рынка кожаной обуви.

Предметом исследования выступают экономические отношения, складывающие в логистической системе товарного рынка кожаной обуви.

Объектом исследования являются производственные и торговые предприятия, потребители, органы регулирования, а также процессы, протекающие на товарном рынке кожаной обуви.

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых по логистике, маркетингу, региональному рынковедению, товароведению, а также нормативные документы, регулирующие деятельность на товарных рынках в Российской Федерации. Работа проводилась на междисциплинарном научном уровне.

Информационную базу диссертации составили материалы Свердловского областного комитета государственной статистики, Комитета по развитию товарного рынка города Екатеринбурга, Свердловского областного центра государственного санэпиднадзора, Государственной инспекции по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей, Уральского центра стандартизации, метрологии и сертификации, а также первичная информация, собранная автором в результате опроса потребителей г.Екатеринбурга по специально разработанной анкете, экспертного опроса руководителей малых предприятий по производству, пошиву и ремонту обуви, интервьюирования ведущих специалистов обувной промышленности, оптовой и розничной торговли обувью, а также экспертов, осуществляющих регулирование данного товарного рынка. Полученные материалы были тщательно проработаны, систематизированы, стандартизированы. В ходе исследования применялись общенаучные методы, в частности, системный, структурный анализ, комплексный подход, а также аналитико-прогностические методы: экономико-статистические, теория вероятностей, методы экстраполяции, методы экспертных оценок, анкетирование.

Особенность работы состоит в том, что при изучении товарного рынка кожаной обуви проблемный подход был одновременно применен в четырех взаимосвязанных направлениях логистической системы: производство, каналы реализации, потребительская оценка и регулирование, что дало возможность использовать более широкий набор методических приемов и глубже познать происходящие процессы. Научная новизна результатов исследования:

- развиты теоретические основы исследования товарного рынка обуви с позиции логистического подхода, что позволило уточнить определение "товарный рынок", систематизировать и обосновать его классификационные признаки;

- существующие каналы товародвижения объединены в логистическую систему и на этой основе уточнена методика анализа товарного рынка кожаной обуви, учитывающая ранее не рассматриваемые аспекты, связанные с формированием многоукладной экономики, развитием малого бизнеса, ростом товарооборота вещевых рынков, регулированием вместо централизованного планирования, повышением роли потребителя;

- предложенный теоретико-методологический подход и методический инструментарий апробирован на товарном рынке кожаной обуви Свердловской области, который впервые за годы становления рыночной экономики рассматривался как единая логистическая система, что позволило: выявить ряд новых тенденций, количественных и качественных изменений, структурных преобразований; определить особенности и приоритетные направления развития малого бизнеса в обувной промышленности; обосновать необходимость усиления роли государства и местных органов власти и управления в регулировании данного товарного рынка с целью обеспечения его социальной направленности;

- разработаны практические рекомендации по повышению эффективности логистической системы товарного рынка кожаной обуви, которые учитывают интересы производителей, торговых посредников, потребности населения.

Практическая значимость исследования. Основные положения и результаты работы направлены на повышение эффективности логистической системы товарного рынка обуви, преодоление кризисной ситуации в обувной промышленности, совершенствование торгового обслуживания с учетом выявленных территориальных особенностей и разработку управленческих стратегий развития в новых условиях хозяйствования.

Теоретико-методологический подход, предложенный в работе, и проведенный на его основе анализ может служить алгоритмом исследования состояния товарного рынка любого уровня и использоваться региональными и муниципальными органами управления, в частности, Комитетами по экономике, Комитетами по развитию товарного рынка, а также коммерческими службами, осуществляющими маркетинговые исследования на рынке обуви. Результаты исследования были использованы в разделе "Обоснование приоритетных направлений развития малого бизнеса в обувной промышленности Свердловской области и его ассортиментной политики" госбюджетной работы по теме "Развитие малого и среднего бизнеса (вопросы теории и практики)" (1995-96 гг.); в аналитических записках Свердловского областного комитета государственной статистики, в учебном процессе. Практическая значимость подтверждается также получением гранта в Уральском государственном экономическом университете по теме "Исследование товарного рынка кожаной обуви и обоснование приоритетных направлений развития малого бизнеса в обувной промышленности Свердловской области", грант УГ-3 (1996 г.).

Апробация результатов исследования. Основные результаты и выводы исследования прошли апробацию на Всероссийских научно-практических конференциях в Липецке (1994 г.), в Екатеринбурге (1995-96 гг.), изложены в трех научных статьях (1994-95гг.), вошли в учебное пособие "Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке" (1996 г.), а также в методические указания к написанию контрольных работ (1992 г.) и выполнению лабораторных работ (1993 г.) по товароведению непродовольственных товаров.

Публикации. Результаты исследования опубликованы в 11 работах общим объемом 4,1 п.л.

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, приложений. Содержание работы раскрывается на 159 страницах машинописного текста, включает 3 рисунка, 34 таблицы, 40 приложений. Список литературы содержит 153 наименования.

## Обувь как средство в обеспечении процесса жизнедеятельности человека и проблемы ее реализации

Под влиянием изменения потребностей населения и его быта, развития научно-технического прогресса ассортимент кожаной обуви постоянно обновляется и объединяет более 15 тыс. видов, разновидностей и моделей обуви.

Единой классификации кожаной обуви нет. Это объясняется тем, что обувь - сложная товарная группа, товароведная классификация которой насчитывает до двух десятков различных признаков. Попытки создать единую классификацию неоднократно применялись в специальной литературе, но из-за громоздкости они не получили широкого применения, поэтому мы ограничимся систематизацией существующих классификаций в различных классификаторах. В "Общероссийском классификаторе промышленной и сельскохозяйственной продукции" (ОКП) в десятизначном коде кожаная обувь отнесена к 88-му классу. При этом использованы пять основных признаков деления обуви на подклассы, группы, подгруппы, виды, подвиды и разновидности: вид материалов верха, половозрастное назначение, вид обуви, материал низа, сезон носки.

В соответствии с Гармонизированной системой описания и кодирования товаров, предназначенной для использования таможенными и статистическими органами, обувь, как товар потребительского комплекса "Предметы гардероба", отнесена к XII разделу (группы № 64-67).

В российском антимонопольном классификаторе товарных рынков (КТР) кожаная обувь также выделена в отдельную группу товаров по критериям сходности потребительских свойств, взаимозаменяемости, а также по особенностям технологического процесса производства.

В стандартной классификации (ГОСТ 232151-83 "Обувь, Термины и определения") деление обуви осуществляется по следующим признакам: назначению, материалу верха и подошвы, методу крепления низа, высоте и конструкции заготовки, половозрастным группам. Группировка предметов потребления в соответствии с выполняемыми ими функциями в бытовых процессах отличается от классификации продуктов труда, в основу которых положен производственно-технологический принцип членения, а также от товароведных классификаций, ориентированных на нужды торговли.

В основу группировки предметов потребления по назначению положен принцип их участия в соответствующих бытовых процессах, выделения главенствующей функции, проявляющейся при их использовании потребителем. Так обувь, согласно ГОСТа 24886-81, как предмет и средство личного комфорта и гигиены, относится к обеспечению процесса жизнедеятельности человека (шифр группы А.1).

Обувь - изделие для предохранения ног от внешних воздействий и несущее утилитарную и эстетическую функции.

По виду используемых материалов различают обувь кожаную, резиновую и валяную. При этом, на долю кожаной обуви приходится до 85%, резиновой - 12%, валяной - только 3%.

Кожаной называется обувь, при изготовлении которой для наружных деталей верха используют натуральную кожу, искусственные, синтетические и текстильные материалы, меха, а также комбинированная.

Обувь появилась на очень ранней стадии развития человеческого общества и состояла из куска шкуры животного, которым обертывалась стопа. Постепенно конструкция обуви совершенствовалась, и к концу XIX века кожаная обувь мало отличалась от современной.

Кожаная обувь является товаром сложного ассортимента и предназначена для носки во все времена года.

В комплекс основных потребительских свойств кожаной обуви входят эргономические, эстетические свойства и надежность.

Эргономические свойства характеризуют способность обуви обеспечивать человеку комфорт при ее эксплуатации в системе "человек-обувь-среда", оптимальные условия функционирования стопы в обуви, устойчивое положение человека стоя, защиту стопы от воздействий внешней среды и универсальность использования.

Гигиенические свойства состоят в способности обуви поглощать выделяемую стопой влагу и выводить ее наружу. По данным многих авторов, стопа человека за 8 часов нахождения в обуви выделяет до 95гр. влаги, при этом 50% ее поглощается деталями из натуральных материалов, 40% - удаляется за счет циркуляции воздуха и 10% проходит через детали верха. Если поглощение влаги ограничено, то внутри обуви создается среда повышенной влажности и появляется дискомфорт.

Эстетические свойства состоят в способности обуви удовлетворить потребности человека в красивой, гармонично вписывающейся в общий ансамбль костюма обуви,

Надежность обуви характеризуется ее долговечностью, сохраняемостью и ремонтопригодностью. Различают долговечность носки обуви до первого ремонта и до полного физического или нормального износа. Сохраняемость обуви в носке выражается способностью конструкции сохранять не только первоначальную форму, но и цвет, блеск, рисунок мереи, ворс. Ремонтопригодность обеспечивается заменяемостью деталей и восстановлением повреждений.

Совокупность свойств, обусловливающих пригодность товара удовлетворять определенные потребности населения в соответствии с его назначением, характеризует качество (ГОСТ 15467-79).

В последние годы приоритетное место в рыночной стратегии производителя занимают вопросы обеспечения конкурентоспособности обуви. К факторам, формирующим потребительские свойства и ассортимент кожаной обуви относятся качество используемых материалов, качество проектирования {моделей и конструкций изделий) и изготовления (раскроя, соединения деталей, формования обуви и ее отделки).

## Социально-экономические проблемы мирового и отечественного производства обуви

На фоне стремительного спада производства крупных и средних предприятий, малый бизнес в обувной промышленности демонстрирует пусть и незначительные, но темпы роста. Доля малого предпринимательства в общем объеме производства обуви невелика (2,1% или 18тыс.пар в 1995 г.). Основной ассортимент представлен обувью мужской и женской с верхом из натуральной кожи хромового дубления на подошве из заменителей кожи. Детская обувь малыми предприятиями выпускалась только в 1990 и 1994гг. (табл.8).

В 1994 г. в Свердловской области действовало 60 малых предприятий по производству, пошиву и ремонту обуви, это на 3,4% больше, чем в 1993г. В 1995г.общая численность предприятий малого бизнеса сократилась до 38, что в условиях роста объемов производства как в натуральном, так и в денежном выражении связано в первую очередь с ликвидацией убыточных предприятий, которых в 1994г. было более 40%. К малым предприятиям были отнесены предприятия со среднесписочной численностью рабочих до 200 человек, а с 1994 г. ценз был снижен в 4 раза.

Специфика малого бизнеса такова, что сфера его деятельности в основном ориентирована на потребности региона по месту его расположения и поэтому необходим глубокий анализ этого вида деятельности. И здесь встает вопрос о достоверности статистической информации, так как незначительные размеры, территориальная подвижность, высокие налоги, криминогенная обстановка не способствуют этому. Однако, если абсолютный уровень тех или иных показателей может подвергаться сомнению, например, прибыль, по которой определяют основную налогооблагаемую базу, то относительные показатели (удельные веса, темпы роста и т.д.) обладают большей достоверностью.

Одним из важнейших показателей является объем произведенной продукции, он составил по всему кругу малых предпри ятий 3765млн.руб., что в 1,8 раза больше, чем в 1994 г. (Табл.9). Необходимо отметить, что доля продукции основного вида деятельности довольно высока и увеличивается с каждым годом, если в 1992г. она составляла 56%, то в 1994г. - 77,1, а в 1995г. - 100%. Подобный высокий уровень специализации свидетельствует об относительно незначительном отраслевом отклонении производства и должен способствовать повышению производительности труда, соответственно, снижению издержек и повышению конкурентоспособности, что, конечно, очень важно для выживания, но одновременно делает положение предприятий менее устойчивым при изменении конъюнктуры.

В расчете на одно малое предприятие объем произведенной продукции за 1995 г. составил 99,1млн.руб. и возрос по сравнению с 1994 г. почти в 2,8 раза. Высокие темпы роста этого относительного показателя подчеркивают, что изменения произошли за счет интенсивных факторов.

На уровень и динамику объема производства продукции воздействовали оба фактора производства: труд и капитал.

Индикаторы занятости показывают, что использование трудовых ресурсов в малом бизнесе сокращается. В целом число занятых в этой сфере оценивается в 442 человека в 1995г., что составляет 58,5% к уровню 1994 г.

В расчете на одно предприятие количество занятых сократилось за 1993-95гг. на 33% и составило в среднем около 12 человек. Объем произведенной продукции, приходящийся на одного работающего в малых предприятиях, вырос в 1994г. в 2,6 раза, а в 1995г. - в 3 раза по сравнению с предыдущим годом, и равнялся 8,5млн.руб. В сущности - это аналог показателя производительности труда.

Общий объем средств, направленных на оплату труда, достиг 873,4млн.руб. и превысил уровень 1994г. на 6%. В расчете на одного работающего он составил около 2млн.руб. и возросл в 1,8 раза. Для занятых на постоянной основе оплата труда равнялась 871,8млн.руб. или 99,8% от общей суммы средств, направленных на оплату труда. В расчете на одного среднесписочного работника она составила 1,97млн.руб.

В целом, оценивая влияние трудового фактора на рост объемов производства следует отметить, прежде всего существенное увеличение от него в виде повышения производительности труда.

Помимо того, что на высвобождение занятых, в том числе фиктивно занятых, повлияло смягчение требований к средней оплате труда (увеличилась нормируемая величина расходов на оплату труда исходя из 6-кратного размера, вместо ранее практиковавшегося 4-кратного, исчез прогрессивный налог на повышение фонда оплаты труда сверх среднего) можно высказать предположение, что в сокращении работающих в малом бизнесе появилась закономерная в целом тенденция к экономии на этом факторе производства.

## Характеристика крупных обувных предприятий

Данные о производстве обуви местными фабриками мы дополнили согласно нашему методическому подходу информацией о движении товаров, их поставке на местный рынок и за его пределы, поступлении из других регионов.

Свердловская область до 1992 г. являлась вывозящей обувь, основной объем вывоза приходился на другие края, области Российской Федерации. Положительное сальдо торгового баланса составляло в 1992 г. 447 тыспар. Начиная с 1993 г. в области наблюдается обратный процесс, т.е. увеличивается доля ввоза обуви в формировании товарных ресурсов. Отрицательное сальдо в 1993 г. было 811 тыспар, а в 1995 г. - 938 тыспар. Анализ структуры ввоза показал, что значительное количество обуви ввозится из других областей РФ и из стран дальнего зарубежья. Все бывшие союзные республики поставляли обувь в Свердловскую область, но с 1993 г. их число уменьшилось. В настоящее время основными поставщиками являются Молдова (59,5%), Беларусь (16,5%), Украина (16,5%) и Армения (7,5%). Из республик, краев и областей РФ наибольший удельный вес в ввозе занимает Челябинская область (38,7%), Кировская (10,7%), Рязанская (5,0%) и Ростовская (4,5%) области. Вывозят кожаную обувь из Свердловской области главным образом в соседние области; Тюменскую (12,3%),Пермскую (8,1%), Курганскую (6,4%), Алтайский край (5,7%), Удмуртскую Республику (4,5%) и др (Приложение 10).

Формирование товарных ресурсов за счет собственного производства и поставок оптовыми предприятиями Свердловской области, дает основание утверждать, что роль этих источников неуклонно снижается, что связано, в первую очередь, с падением объемов производства и сокращением закупок оптовыми предприятиями. Так, в 1994 г. общий объем ресурсов из данных источников составил только 55% от объема 1993 г., а в 1995 г. еще снизился на 23% (Приложение 11).

Расчет коэффициента самообеспеченности за счет местного производства и поставок оптовыми предприятиями по формуле (1) за ряд лет подтвердил положение о том, что область меньше чем наполовину обеспечена собственными ресурсами, хотя даже в первые годы перестройки этот коэффициент не поднимался выше 0,6 (Приложение 12):

Товарные запасы являются частью товарного предложения. В Свердловской области большая часть товарных запасов кожаной обуви сосредоточена в розничной сети, на складах и базах торгующих предприятий (76%) (Табл.10). Для оптовых предприятий хранение товара от одного сезона до другого невыгодно, так как инфляция лишает прибыли, а главное, в следующем сезоне этот товар может стать морально устаревшим. Поэтому наблюдается сокращение товарных запасов в оптовой торговле, что конечно же снижает маневренность товарного предложения на местном товарном рынке и не позволяет быстро отреагировать на изменение спроса в любом городе и районе области.

Предложению на рынке противостоит спрос. Одним из показателей, характеризующих развитие спроса, является оптовый товарооборот. Как показывают данные, в 1995г. снизилась оптовая реализация кожаной обуви по сравнению с предыдущим годом как в натуральном, так и в денежном выражении (Табл.11).

По данным переписи на 01.05.95г. на территории Свердловской области действует 49 предприятий оптовой продажи обуви, в том числе 26 предприятий в г.Екатеринбурге, что составляет 53%. Наибольшее количество предприятий было создано в 1994г. (32,7% от общего числа) и в 1993г. (30,6%). Из общего количества предприятий образовано путем приватизации только 14%, в том числе 10% в области и 4% в г.Екатеринбурге (табл.12).

По формам собственности наибольший удельный вес приходится на предприятия с частной формой собственности (81,6%), на втором месте смешанная, а также государственная и муниципальная (8,2%), на третьем - совместные предприятия с иностранным участием (2%).

Самая распространенная организационно-правовая форма -товарищество с ограниченной ответственностью (ТОО) - 57,1%, при этом 64% предприятий данной формы сосредоточено в областном центре; затем идут индивидуально-частные предприятия (ИЧП) - 12,3%, расположенные преимущественно на территории области (83%), а также акционерные общества закрытого и открытого типа - 10,2% и 6,1% соответственно.

## Совершенствование торговли кожаной обувью

Комплексное изучение ТР позволило нам выявить ряд новых тенденций, количественных и качественных изменений, структурных преобразований в период становления рыночных отношений. Согласно нашему методическому подходу следующим элементом логистической системы ТР является исследование потребителей. Требование дифференцированного подхода к изучению потребителей предполагает переход от "среднестатистического потребителя" к глубокому исследованию процессов развития и удовлетворения спроса различных групп потребителей. Б качестве объектов выступают индивидуальные потребители. Предметом исследования является мотивация потребительского поведения на рынке и определяющие ее факторы (доходы, социальное положение, половозрастная структура, образование). Цель такого исследования - сегментация потребителей, прогноз ожидаемого спроса.

Развитие спроса определяется системой различных факторов, среди которых в настоящее время основными выступают экономические: денежные доходы и их распределение по группам населения, степень достигнутой обеспеченности населения товарами и др.

Сложившаяся динамика денежных доходов населения обусловила снижение физического объема спроса и покупательской активности населения, и, как следствие, замедление реализации потребительских товаров, при этом в объеме розничного товарооборота уменьшилась доля непродовольственных товаров (Приложение 21).

Реальные располагаемые денежные доходы, т.е. доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на индекс потребительских цен в 1995 г. были ниже, чем в 1994 г. на 13%. (Приложение 22).

Из общего объема денежных доходов в 1995 г. население израсходовало на покупку товаров и оплату услуг 70,6%. Вместе с тем, как видно из таблицы 18 расходы на непродовольственные товары, особенно на ткани, одежду, обувь, которые являются необходимыми средствами существования, относительно стабильны.

Картина бедности непосредственно связана с отраслевой спецификой территорий. Более благополучная ситуация в регионах, где предприятия (в основном добывающих отраслей) имеют ярко выраженную экспортную направленность.

В Свердловской области социальная ситуация в 1995 г. оставалась сложной. Динамика потребительских цен опережала темпы роста денежных доходов, результатом этого явилось снижение реальных доходов населения по отношению к прошлому году, что оказало негативное влияние на покупательный спрос населения и на его инвестиционные возможности. (Приложение 23).

По данным бюджетного обследования 1300 семей, проживающих в области, в структуре потребительских расходов увеличились доли затрат на питание и оплату услуг, на покупку непродовольственных товаров приходится 34,5% потребительских расходов (в 1994 г. - 39,5%).

Доля населения области в 1995 г. с доходами ниже среднедушевого (450,2 тыс.руб в месяц) составила 65,5% (3088,7 тыс.чел.).

Продолжает увеличиваться дифференциация в доходах населения. Среднедушевые денежные доходы 10% - группы населения с наибольшими доходами составили в январе-декабре 1995 г. 1443,1 тыс.руб. в месяц, тогда как для 10% наименее обеспеченных они не превысили 77,9 тыс.руб. Если в январе-декабре 1994 г. доходы 10% наиболее обеспеченного населения в области в 17,7 раза (коэффициент фондов) превышали доходы такой же доли наименее обеспеченных, то в 1995 г. этот показатель составил 18,5 раза. Перераспределение общего объема денежных доходов по различным группам населения складывалось в пользу высокодоходных групп. Индекс Джини увеличился и составил в 1995 г. 0,436 против 0,429 в 1994 г. На долю 10% наиболее обеспеченного населения области приходилось 32Д% денежных доходов, а на долю 10% менее обеспеченного - 1,7%, в 1994г. соответственно 31,8% и 1,8% [35].

С ликвидацией системы распределения товарных ресурсов утрачен контроль над каналами товародвижения. Основная масса ресурсов поступает в областной центр, откуда развозится по районам, соответственно с увеличением стоимости товара. Поэтому население близлежащих городов и поселков приобретает обувь в областном центре. В городах области поставки товара неритмичны, ассортимент узок, что лишает потребителей возможности выбора.