

Т а б л. 1. Распределение факторов по степени важности

Фактор	Сумма рангов	Значимость фактора	Нормированный коэффициент весомости
X_7	51,5	0,184	0,18
X_3	87	0,158	0,16
X_1	92	0,154	0,15
X_6	143	0,116	0,13
X_2	152	0,109	0,11
X_{10}	164	0,101	0,09
X_8	204,5	0,071	0,07
X_4	218,5	0,060	0,05
X_5	240	0,044	0,04
X_9	295	0,004	0,02

Литература

1. Л и о к у м о в и ч В.Н. Структурный анализ качества обуви. — М., 1980.
2. Ч е н ц о в а К.А. Стопа и рациональная обувь. — М., 1974.
3. Основы рационального конструирования колодок и обуви: Пер. с польск. / Э.Холева, З.Кашуба, Б.Козловский, Р.Луба. — М., 1981.
4. В и н о г р а д о в Ю.С. Математическая статистика и ее применение в текстильной и легкой промышленности. — М., 1970.

УДК 685.312

К.Д. ДЕМИДЕНКО, канд. техн. наук
(БГИНХ.)

О ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКЕ АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА КОЖАНОЙ ОБУВИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Одним из основных направлений развития производства обуви в БССР в современных условиях является дифференциация ее по назначению с учетом требований конкретных групп потребителей.

Для последних лет характерно приоритетное развитие производства обуви для детей, молодежи и лиц старшего возраста (табл. 1). Однако если положение с детской обувью за этот период заметно улучшилось, то обеспеченность обувью молодежи и особенно лиц старшего возраста остается невысокой. Так, если в 1989 г. производство кожаной обуви на душу населения составило в республике 94,9 % к норме рационального потребления, а по обуви для детей — 103,8 % к норме для данной возрастной группы,

то для молодежной обуви этот показатель равен 77,1 %, а по обуви для лиц старшего возраста — 68,3 %.

Помимо количественных характеристик, не менее важное значение для удовлетворения потребностей населения в обуви имеет структура ассортимента и уровень качества выпускаемой продукции. Несмотря на значительное превышение спроса на обувь над предложением определенная часть ее не реализуется или становится предметом вынужденной покупки. По результатам проведенных в Минске анкетных опросов более 50 % покупателей, со-

Т а б л. 1. Динамика производства кожаной обуви в БССР

Группа обуви	Годы					1989 г. % к 1985 г.
	1985	1986	1987	1988	1989	
Общий объем производства обуви, млн пар:	44,2	44,8	45,3	46,9	45,4	102,7
обувь для детей, млн пар	17,2	17,7	18,3	19,4	19,9	115,7
доля в объеме производства, %	38,9	39,5	40,3	41,4	43,8	
обувь для молодежи, млн пар	3,2	4,8	4,7	6,0	6,1	190,6
доля в объеме производства, %	7,2	10,7	10,4	12,8	13,4	
обувь для лиц старшего возраста, млн пар	—	—	—	—	4,6	
доля в объеме производства, %	—	—	—	—	10,1	

вершивших покупку, недовольны или не совсем довольны ею. Выпускаемая обувными предприятиями продукция не в полной мере ориентирована на конкретные группы потребителей. Состояние гардероба обуви у различных групп потребителей и приоритетные требования их к качеству обуви полностью не изучены.

Проведенные нами анкетные опросы потребителей (352 чел.) в торговой сети Минска позволили в определенной степени выявить состояние этого вопроса. По результатам опроса размер гардероба обуви у лиц старшего возраста на 15...30 % меньше, чем у молодежи, для которой характерны более короткие сроки службы обуви. Средний размер гардероба мужской обуви составил. у молодежи — 7,6 пар, у лиц среднего возраста — 8,1, у лиц старше-

го возраста — 6,6 пар; женской обуви соответственно 10,9 9,7 и 8,4 пары.

Различается и структура гардероба (табл. 2). У молодежи значительно выше, чем у других возрастных групп, доля обуви для спорта и активного отдыха, у лиц старшего возраста выше доля обуви облегченных конструкций, домашней обуви с верхом из текстильных материалов. Доля импортной в общем гардеробе обуви составляет: у молодежи — 49,9...51,6 %, у лиц среднего возраста — 34,4...42,8 %, у лиц старшего возраста — 10,5...12,4%.

Имеются различия и в источниках формирования гардероба обуви. Потребители старшего возраста покупают, как правило, обувь в государственных магазинах и лишь в редких случаях пользуются услугами комиссионных магазинов или частных лиц. Лица среднего возраста более широко (35,7 % опрошенных) пользуются иногда услугами частных лиц. Из опрошенной молодежи 35,1 % покупают иногда обувь в кооперативных магазинах или секциях, 33,1 % — у частных лиц, 3,4 % — в комиссионных магазинах.

Обращает на себя внимание значительное снижение в последние

Т а б л. 2. Структура гардероба обуви у населения

Вид обуви	Доля в составе гардероба, %					
	мужская			женская		
	для молодежи	для лиц среднего возраста	для лиц старшего возраста	для молодежи	для лиц среднего возраста	для лиц старшего возраста
Сапожки, п/сапожки, ботинки	28,7	29,0	28,5	29,8	30,2	30,6
Полуботинки, туфли	21,0	23,5	23,8	22,9	22,5	23,1
Сандалеты, туфли летние открытые	12,2	14,5	16,4	14,3	17,0	16,9
Обувь для спорта и активного отдыха	20,8	15,9	6,5	15,8	10,9	5,2
Обувь домашняя	15,1	14,0	17,7	16,1	17,3	18,8
Прочая (в том числе "легкая")	2,2	3,1	7,1	1,1	2,1	5,4

годы пассивного гардероба обуви у населения (вызванное дефицитом ее на рынке). По данным опросов он составляет у молодежи 1,51 — 1,83 пары, у лиц среднего возраста 1,05—1,32. У лиц старшего возраста 0,39—0,48.

Т а б л. 3. Причины, по которым чаще всего не совершаются покупки обуви

Причина	Распределение мнений потребителей, %					
	мужская			женская		
	для молодежи	для лиц среднего возраста	для лиц пожилого возраста	для молодежи	для лиц среднего возраста	для лиц пожилого возраста
Отсутствие в продаже:						
необходимого вида, разновидности	19,1	17,1	13,7	19,0	17,0	16,5
необходимого размера, полноты	13,2	10,6	10,4	9,1	12,4	10,3
Не устраивает:						
материал верха	6,2	4,8	5,5	8,5	7,2	3,5
материал подошвы	4,3	2,2	2,8	5,3	4,2	2,7
качество изготовления	13,2	12,0	11,2	13,3	10,2	10,3
цвет	4,6	3,8	2,7	4,7	6,1	2,8
цена	4,7	3,8	5,6	5,2	5,3	7,0
обувь не соответствует направлению моды	13,5	6,7	1,9	14,2	6,9	2,5
ненадежна в эксплуатации	4,6	7,6	9,6	2,3	3,5	9,1
неудобна	6,5	10,5	13,4	6,7	9,3	14,1
тяжелая	4,5	8,6	9,8	5,7	7,6	8,2
жесткая	5,6	12,3	13,4	6,0	10,3	13,0

Выявление основных причин, из-за которых потребители чаще всего не могут приобрести обувь, показало, что значительное место среди них (24,0...32,3 %) занимает отсутствие в продаже необходимого вида, разновидности или размера (полноты) обуви (табл. 3). Потребители всех групп обращают внимание на недостаточно высокое качество изготовления обуви (10,2...13,3 %). Из других причин у молодежи значительное место (13,5...14,2 %) занимает несоответствие обуви направлению моды, у лиц среднего и особенно старшего возраста — недостаточное удобство обуви и жесткость. Потребителей старшего возраста в большей степени, чем потребителей других групп не устраивает цена обуви и недостаточная надежность ее в эксплуатации.

Т а б л. 4. Потребительская оценка значимости показателей качества обуви

Показатель	Значимость показателей качества обуви, %					
	мужская			женская		
	для мо- лодежи	для лиц среднего возраста	для лиц старше- го воз- раста	для мо- лодежи	для лиц среднего возраста	для лиц старше- го воз- раста
Соответствие кон- струкции обуви нап- равлению моды и наз- начению	12,4	9,4	4,8	13,9	13,4	5,0
Соответствие цве- тового оформления направлению моды и назначению	5,7	4,7	3,8	8,3	8,2	5,2
Качество материа- ла верха	11,0	12,4	11,9	11,5	12,3	11,5
Качество материа- ла и оформление низа обуви	9,0	5,6	6,5	7,6	4,0	3,9
Оригинальность и привлекательность отделки и фурнитуры	5,3	3,6	1,5	6,2	4,4	2,2
Качество изготов- ления	12,0	11,5	10,3	12,6	11,9	10,0
Износостойкость	9,0	9,1	9,4	5,1	6,1	9,9
Удобство (форма колонки, высота и форма каблука)	10,8	13,8	15,7	12,3	14,4	15,3
Масса	4,3	7,6	9,3	5,1	7,3	7,9
Гибкость	4,3	7,3	8,1	4,4	4,9	6,3
Амортизационные свойства	3,5	2,0	2,6	2,7	1,9	3,1
Фрикционные свой- ства	2,5	1,3	3,5	2,7	1,1	4,2
Влагопроводные свойства	2,8	2,4	2,6	1,1	1,9	2,8
Влагозащитные свойства	2,4	2,7	2,9	1,7	2,4	4,7
Теплозащитные свойства (для зим- ней обуви)	5,0	6,6	7,1	4,8	5,8	8,0

Сопоставление потребительских предпочтений при выборе обуви дано в табл. 4. Анализ их показывает, что к характери-
стам, которые высоко оцениваются всеми группами потребите-
лей, относятся удобство (10,8...15,7 %), качество изготовления
(10,0... 12,6 %) , качество материала верха (11,0...12,4 %).

Значение других характеристик в большой мере определяется полом и возрастом потребителей. Требования к эстетическому уровню обуви (соответствие направлению моды, оригинальность отделки и др.) у женщин выше, чем у мужчин, у молодежи выше, чем у потребителей других групп. У лиц старшего возраста выше оцениваются масса, гибкость, теплозащитные свойства обуви. При сравнительно низкой оценке всеми потребителями значимости фрикционных и влагозащитных свойств требования к ним со стороны лиц старшего возраста выше, чем других групп потребителей.

Выявление потребительских предпочтений и учет их при проектировании и формировании ассортимента обуви для конкретных групп потребителей являются одним из условий более полного удовлетворения потребностей населения в ней.

УДК 380.1

А.Я.КОНОНЧУК, канд. экон. наук (БГИНХ.)
Н.И.ГРИШКО (Республиканский ИПК
работников народного образования)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КАЧЕСТВА ОБУВИ

Перед современным производством стоит задача улучшения качества продукции. При этом для планирования контроля и стимулирования эффективности производства необходима количественная оценка уровня качества товаров по совокупности характеризующих их свойств.

На практике основой определения качества изделий легкой промышленности, в том числе и обуви, является оценка их художественно-эстетического уровня. Другие же показатели при этом либо вообще не учитываются, либо должны соответствовать требованиям нормативно-технической документации. Однако нормируемые показатели разных изделий неодинаковы. Например, две произвольно взятые модели обуви одинакового назначения могут отличаться по прочности крепления подошвы в пять раз, по гибкости и массе полупары — в восемь и два раза соответственно [1]. К этому следует добавить, что при оценке уровня качества практически не учитываются специфические свойства обуви, необходимый уровень которых и предопределяет возможность удовлетворения ею конкретных потребностей в определенных условиях эксплуатации. Так, для обуви, предназначенной для повседневной носки в зимний период, важнейшими свойствами, обуславливающими optimum функционирования системы человек — обувь — климатическая среда, являются теплозащитные [2]. Но о них при практической оценке уровня качества соответствующих изделий даже не упоминается. При таком положении оценка носит если не формальный, то случайный характер. Следовательно, необходим поиск