

COLECȚIA DE ÎNCĂLȚĂMINTE PENTRU FAMILIE – O NOUĂ DIRECȚIE DE DEZVOLTARE A ÎNTREPRINDERILOR

MALCOCI Marina¹, BULGARU Valentina¹, GHERMEC Cristina¹

¹Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: *The structure of the family footwear range includes: Spring-Autumn Shoes, Sandals, Boots. Of these, the shoes occupy a share of about 55%, which is argued for a long time in our region. The collection of footwear for the family in the Republic of Moldova is a novelty, and it is recommended to be implemented in footwear enterprises. Because, the desire to implement new, exciting and experimental ideas allows any brand to always stay on track.*

Key words: *collection, enterprise, family, benefits, evolution.*

1. INTRODUCERE

Încălțăminte se întâlnește din cele mai timpurii trepte de dezvoltare a societății omenești, fiind legată de viața socio-economică, de nivelul de cultură și civilizație a societății la un moment dat.

Produsele de încălțăminte reprezintă produse de consum care alături de funcțiile estetice îndeplinesc în primul rând, funcții de apărare a corpului uman și fac parte din categoria produselor indispensabile [1]. Pornind de la acest adevăr, întâlnim un spectru larg de produse diversificate prin design, materiale, tehnologii și desigur preț, care satisfac cerințele tuturor segmentelor de consumatori. Consumatorii se deosebesc din punct de vedere al cantităților de produse pe care le achiziționează, al veniturilor, al mediului social și al preferințelor de stil.

2. ANALIZA ÎNTREPRINDERILOR DE ÎNCĂLȚĂMINTE

Dacă analizăm evoluția Industriei Ușoare (domeniul încălțăminte) în R. Moldova în perioada 2005-2015 se observă că numărul întreprinderilor de încălțăminte scade în ultimii trei ani (tabelul 1) [2].

Tabelul 1: Evoluția Industriei Ușoare în perioada 2005-2015 [2]

Denumirea indicatorului	2005	2006	2007	2008	2009
1	2	3	4	5	6
Numărul de întreprinderi	44	48	57	55	59
Valoarea producției industriale fabricate, mil. lei	204,3	248,1	260,6	300,1	234,1

2010	2011	2012	2013	2014	2015
7	8	9	10	11	12
64	57	63	71	70	61
333,1	346,7	331,4	378,9	399,5	397,6

În componența celor 61 de întreprinderi fac parte „Cristina MRS” S.R.L., „Zorile” S.A., „Oldcom” S.A., „Rotan” S.A., „Tabita.com” S.R.L., „TIRAS” S.R.L., „Hîncu.com” S.R.L. etc., având unele caracteristici comune. În tabelul 2 se prezintă caracteristica la zece întreprinderi de încălțăminte.

Tabelul 2: Caracteristica întreprinderilor de încălțăminte

Nr. crt.	Denumirea întreprinderii	Denumirea sortimentelor confecționate	Destinația produselor	Anul înființării
1	„Rotan” S.A. [3]	Pantofi, saboți, sandale, cizme, ghete, papuci, bocani etc.	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; de protecție; de lucru; odihnă; pentru militari. 	1996
2	„Floare” S.A.D. [4]	Pantofi, saboți, sandale, cizme, ghete, papuci, bocani etc.	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; copii; de lucru; tip sport; odihnă; pentru casă; de uz curent. 	1974
3	„Oldcom” S.A. [5]	Cizme, galoși, espadrile, șoșoni, pâsle, ghete, șlapi, papuci, teniși etc.	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; copii. de uz curent; odihnă. 	1994
4	„Tighina” S.A.T.Î. [6]	Pantofi, saboți, sandale, cizme, ghete, papuci, bocani etc.	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; copii de uz curent; odihnă. 	1989
5	„Zorile” S.A. [7]	Pantofi, sandale, cizme, ghete, bocani etc.	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; copii; de uz curent. 	1945
6	ÎSC „Cristina Mold-Rom Simpex” S.R.L. [8]	Pantofi, sandale, cizme, ghete, bocani etc.	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; copii de uz curent. de gală. 	1996
7	„Hîncu.Com” S.R.L. [9]	Pantofi, sandale, cizme, ghete, bocani	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; copii; de uz curent; de gală. 	1996
8	„TIRAS” S.R.L. [10]	Pantofi, sandale, cizme, ghete, bocani etc.	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; copii; de uz curent, odihnă, tip sport. 	1991
9	„Batistrada” S.R.L. [11]	Pantofi, sandale, cizme, ghete, bocani	<ul style="list-style-type: none"> femei; de uz curent. 	2004
10	„Tabita.com” S.R.L. [12]	Pantofi, sandale, cizme, ghete, bocani	<ul style="list-style-type: none"> femei; bărbați; copii; de uz curent; pentru casă. 	2004

De regulă, la întreprinderile de încălțăminte, propunerea și stabilirea temei colecției se face prin "imitarea" unor modele prezentate fie în reviste de modă, fie în cadrul târgurilor și expozițiilor de către firmele concurente [13]. Nu puține sunt cazurile în care dezvoltarea unei colecții presupune preluarea unui produs care a avut succes pe piață în sezonul trecut. Dorința de profit imediat, fără asumarea riscului pe care îl presupune elaborarea și promovarea unei colecții noi, precum și accesul limitat la informațiile de specialitate sunt elemente care concură la o slabă motivare a firmelor pentru promovarea propriilor colecții.

3. COLECȚIA DE ÎNCĂLȚĂMINTE PENTRU FAMILIE

Structura sortimentului de încălțăminte pentru familie include: pantofi pentru sezonul primăvara-toamnă, sandale, ghete și cizme. Dintre acestea pantofii ocupă o pondere de circa 55%, ceea ce este argumentat de perioada îndelungată de purtare în regiunea noastră. Întreprinderile autohtone de încălțăminte practic nu propun colecții de modele pentru familie, ceea ce ne-a determinat să abordăm tema dată cu scopul atenționării asupra unei direcții de perspectivă. Dorința de a pune în aplicare idei noi, interesante și de a experimenta îi permite oricărui brand să se mențină mereu în trend. Colecția propusă de încălțăminte pentru familie include două modele de pantofi decolțați pentru femei; două modele de pantofi cu curelușă peste rist pentru adolescente și două modele de pantofi cu elastic pentru bărbați (fig. 1).



Pantofi pentru femei



Pantofi pentru adolescente



Pantofi pentru femei



Pantofi pentru bărbați

Figura 1: Colecție de încălțăminte pentru familie
Toate modelele din colecție se caracterizează prin elemente unificate: confi-

gurația vârfului; decor al conturului superior al vârfului prin perforație; aceeași culoare – maro în diverse nuanțe și aceleași sortimente de piei finite utilizate pentru fețe (vârful și ștaiful sunt din box de bovine, iar căputa din velur).

Implementarea colecției de încălțăminte pentru familie poate aduce următoarele beneficii potențiale[14]: atragerea de noi consumatori; realizarea de achiziții mai consistente, deoarece se vor procura până la trei perechi de pantofi simultan; consumatori mulțumiți, deoarece se reduce timpul pentru căutarea produselor pentru membrii familiei; utilizarea rațională a materiei prime; loializarea consumatorilor.

4. CONCLUZII

- Cunoașterea factorilor externi de influență (segmentul de piață și preferințele acestuia, bugetul familiei și prețul prognozat, sezonul și destinația produsului) sunt necesari pentru a lua decizii privind lansarea produselor în fabricație.
- Numărul întreprinderilor de încălțăminte pentru Republica Moldova este mare, multe dintre ele au o tradiție și o experiență bogată de la 13 până la 72 de ani. Descreșterea numărului de întreprinderi de încălțăminte se datorește faptului că are loc o atrofiere a verigilor creație, marketing și aprovizionare, care pune într-o lumină nefavorabilă rolul producătorilor.
- În urma analizei sortimentelor de încălțăminte se recomandă întreprinderilor producătoare de a pune în aplicare idei noi, interesante și de a experimenta colecții noi, dacă doresc să se mențină mereu în trend, să fie recunoscuți și apreciați de către consumatori.

5. BIBLIOGRAFIE

- [1] Mălureanu, G, Mihai, A. *Bazele proiectării încălțăminteii*. Ed. "Performantica" Iași, 2003, ISBN 973-8075-88-2, pag. 25-34.
- [2] <http://www.statistica.md/pageview.php?l=ro&id=2193&idc=263> (accesat la data 20.11.2016).
- [3] <http://www.rotan.md/index.php?route=product/category&path=57> (accesat la data 20.11.2016).
- [4] <http://www.floare.com/Catalog> (accesat la data 18.11.2016).
- [5] <http://oldcom.md/ro/despre-oldcom/> (accesat la data 20.11.2016).
- [6] <http://www.tigina-shoes.com/index.php/ru/o-nas/istoriya> (accesat la data 18.11.2016).
- [7] www.zorile.md(accesat la data 01.10.2017).
- [8] www.cristina.md(accesat la data 01.10.2017).
- [9] www.hincu.md(accesat la data 01.10.2017).
- [10] www.tiras.eu(accesat la data 01.10.2017).
- [11] www.batistrada.md(accesat la data 01.10.2017).
- [12] <http://tabitacom.narod.ru/service.html>(accesat la data 01.10.2017).
- [13] Mihai, A., Curteza, A. *Design. Designul produselor din piele*. Ed. "Performantica" Iași, 2005, ISBN 973-730-061-0.
- [14] Militaru Gh. *Managementul serviciilor*. Ed. C. H. Beck, București, 2010. ISBN 978-973-115-822-8.