

ТОВАРОЗНАВСТВО ТА ЕКСПЕРТИЗА НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

УДК 685.346+001.895+613

Байдакова Л. І.,

д.т.н., проф., завідувач кафедри товарознавства та експертизи в митній справі, Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Стефанік М. П.,

аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

Попович Н. І.,

к.т.н., доцент кафедри товарознавства непродовольчих товарів, Львівська комерційна академія, м. Львів

НОВІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АСОРТИМЕНТУ ТУРИСТИЧНОГО ВЗУТТЯ

***Анотація.** Розглянуто проблему вітчизняного виробництва туристичного взуття, оскільки частка його виробництва є незначною, і не завжди здатна конкурувати з передовими світовими виробниками туристичного взуття. За результатами аналізу навчальної та наукової товарознавчої літератури, обґрунтовано, що для побудови повної номенклатури видового асортименту спеціального спортивного одягу і взуття доцільно скористатися відповідним чинним переліком видів спорту за правилами “Єдиної спортивної класифікації України Міністерства України у справах молоді і спорту”. Встановлено напрямки розвитку вітчизняного асортименту туристичного взуття за рахунок покращення його споживних властивостей шляхом використання зарубіжного досвіду передових світових виробників означеного товару. Наведено приклади та здійснено товарознавчу характеристику нових технологій у сфері виробництва туристичного взуття, окреслено перспективи подальших товарознавчих досліджень.*

Ключові слова: взуття, асортимент, споживні властивості, товарознавство, технології.

Baidakova L. I.,

Doctor of Engineering, Professor, Head of the Department of Commodity Research and Expertise in Customs Business, Lutsk National Technical University, Lutsk

Stefanyk M. P.,

Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Popovych N. I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commodity Research of Non-food Products, Lviv Academy of Commerce, Lviv

NEW DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE RANGE OF HIKING BOOTS

***Abstract.** The problem of hiking boots domestic production has been studied, as far as its production is small, and not always is able to compete with the leading world producers. According to the results of educational and scientific commodity literature analysis, it has been proved, that for range forming of the special sports wear and shoes it is suggested to use the operating in Ukraine list of kinds of sports according to "The sporting classification of Ministry of Youth and Sports in Ukraine" Directions of domestic range development of hiking boots has been set due to the improvement of its consumer properties by the use of foreign leading world producers experience. Some examples are shown and commodity expert description of the new technologies has been carried out in the field of hiking boots production, and the prospects of further commodity expert researches has been outlined.*

Keywords: hiking boots, consumer properties, commodity science, technology.

Постановка проблеми. За даними консалтингової компанії UTG в Україні на роздрібному ринку одягу та взуття навесні 2015 р. з'явилися 9 міжнародних брендів, а до кінця цього року – з'являться ще 12, серед яких H&M (Швеція), Defacto (Туреччина), Cortefiel (Іспанія) і Converse (США) та ін. [1]. Як наслідок, на українському ринку створюються ще жорсткіші умови конкуренції для вітчизняних виробників і навіть витіснення з ринку товарів вітчизняного виробництва. Запорукою усунення такого явища є вдосконалення наявних та пошук принципово нових шляхів вдосконалення споживних властивостей взуття, що, в свою чергу, забезпечить розширення сучасного асортименту означеного товару. Особливо гостро постає проблема вітчизняного виробництва спортивного взуття, оскільки частка його виробництва є незначною, вироби ще не завжди здатні конкурувати з продукцією провідних світових виробників спортивного взуття.

Відомо, що за умов пересиченості ринку товарами механізм конкуренції змінюється, виявляється тенденція зміщення від цінової конкуренції до технологічної, а саме: на перший план висувається утвердження на ринку переважно через якість товарів при відносно незначній динаміці цін, тобто: прибуток забезпечується не за рахунок цін, а постачання товарів високого рівня якості, що постійно оновлюються [2, с. 226].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати аналізу товарознавчої літератури показують, що для побудови повної номенклатури видового асортименту спеціального спортивного взуття доцільно скористатися відповідним чинним переліком видів спорту за правилами “Єдиної спортивної класифікації України Міністерства України у справах сім'ї, молоді і спорту”. Згідно з цим документом в Україні офіційно налічується 125 видів спорту, з яких: 34 види відносять до літніх олімпійських; 13 – до зимових олімпійських; 20 – до неолімпійських, а решта 9 – до нетрадиційних. З іншого боку, з цієї сукупності 33 види відносять до військово-технічних та військово-прикладних видів спорту, а ще 6 – до професійно-прикладних. У документі також подається перелік видів спорту для осіб із вадами слуху та мови (16 видів), вадами опорно-рухового апарату (10 видів), вадами зору (11 видів) та ін.

Аналіз спеціальної спортивної й товарознавчої літератури вказує на те, що у кожному із зазначених у переліку видів спорту необхідно використовувати спеціальне спортивне взуття з чітко визначеними (відповідно до функціонального призначення) властивостями [3, с. 51].

Постановка завдання. Пошук нових напрямів покращання споживних властивостей взуття є актуальною сферою діяльності всіх учасників ринку цього товару – товаро- і матеріалознавців, дизайнерів, технологів та ін., оскільки потреби споживачів постійно зростають і змінюються. Особливо багатогранний цей процес у формуванні асор-

тименту і властивостей спортивного взуття, зокрема туристичного. Для об'єктивного вивчення вимог спортсменів (туристів) до взуття, починаючи з 1970-х років, вчені розробляють спеціальні тести, прилади, методики тощо для оцінки якості цього взуття. Наслідком даних робіт є постійно зростаючий комплекс інновацій, впровадження яких дозволяє суттєво поліпшити споживні властивості означеного взуття за рахунок досягнення оптимального балансу в системі “вартість-ергономічність-довговічність” та аналізувати на цій основі структуру їх асортименту [4, с. 101].

Дана стаття спрямована на розкриття однієї зі сторін означеної комплексної проблеми, над якою працюють на кафедрі товарознавства непродовольчих товарів Львівської комерційної академії у межах співпраці з Українським науково-дослідним інститутом шкіряно-взуттєвої промисловості (Укр НДІШП). Ця проблема стосується вдосконалення споживних властивостей туристичного взуття, яке за чинною класифікацією належить до спортивного взуття [5, с. 114].

Відомо, що вимоги до взуття поділяються на два класи (біологічні та соціальні), в межах яких відповідно встановлені рівні. Слід відзначити, що різке збільшення темпів розвитку суспільства та наукових досягнень у всіх сферах діяльності є передумовою підвищення вимог до ужиткових товарів, у тому числі й до туристичного взуття. Тому ми акцентуємо увагу на тих новітніх технологіях формування споживних властивостей взуття, що належать найвідомішим виробникам і займають найбільшу частку на ринку, тобто найбільш популярні у споживачів. Орієнтоване на потреби споживачів використання даних новітніх технологій забезпечує розширення сучасного асортименту туристичного взуття, в тому числі появу нових видів означеного взуття з покращеними споживними властивостями, які задовольнятимуть вимоги до туристичного взуття в системі: “взуття-стопа-навколишнє середовище”.

Вклад основного матеріалу дослідження. Аналіз зарубіжного досвіду формування властивостей туристичного взуття показує, що для забезпечення бажаного рівня показників його споживних властивостей використовують вдосконалені або принципово нові матеріали і технології виробництва даного взуття. Також доцільно підкреслити, що у практиці передових світових виробників туристичного взуття популярне використання товарного маркування як елемента ідентифікації окремих спеціальних властивостей, наданих означеному взуттю, шляхом використання у ньому інновацій [6, с. 179].

Враховуючи вищевикладене, як приклад подасмо товарознавчу характеристику нових технологій провідної італійської компанії-виробника туристичного взуття Zamberlan, яка розпочала свою діяльність у 1929 році. Експортна частка бізнесу цієї компанії становить понад 90 % та представлена у понад 40 країнах світу, в тому числі і Україні [7]. Кожна пара взуття Zamberlan ретельно перевіряється

ся на всіх етапах виробництва, а також тестується членами родини Zamberlan. У процесі виробництва Zamberlan бере до уваги умови використання взуття, особливості анатомії стопи, відповідно: розробляючи різні форми колодок; забезпечуючи необхідну еластичність матеріалів для максимального відтворення природного руху ноги; формуючи міцну і комфортну форму підйому стопи та шиколотки для підтримання ноги під час траверсування чи підйому. Окремі інновації, які використовує дана фірма для формування нових споживних властивостей взуття у виробництві взуття, представлені у табл. 1 [8].

Зображені у табл. 1 інновації сприяють формуванню специфічних споживних властивостей

взуття. Зокрема, норвезький шов створює дві лінії прошивки, з яких перший шов фіксує кріплення конструкції до підошви, а другий – фіксує конструкцію так, щоб устілка була прикріплена до підошви. Така особливість конструкції забезпечує високий рівень показників функціональних та ергономічних властивостей, зокрема захист стопи за рахунок надійної фіксації взуття на стопі та високий рівень гігієнічності за рахунок відсутності клеїв для прикріплення устілки.

Інновація HYDROBLOC® передбачає використання високоякісної шкіри, дубленої за спеціальною технологією, яка забезпечує покращання показників властивостей у системі “ергономічність-

Таблиця 1

Назва і позначення інновацій у туристичному взутті

Графічне позначення інновації	Назва інновації	Графічне позначення інновації	Назва інновації
	Норвезький шов		HYDROBLOC®
	RRS – Rubber Reinforcement System		F.W.S – Foot Wrapping System
	Z.A.S. – Zamberlan Air System		ZLF – Zamberlan Ladies System
	Z.A.T. – Zamberlan Anti-Torsion System		ZAMBERLAN DUAL GRIP
	ZAMBERLAN PENTA GRIP		EVOLUTION
	3D		AMS
	L.H.O.7.		EASY STEP IN
	ZCS		3-ACTION FOOTBED
	Z-FLEX SYSTEM		CORDURA®
	MICROTEX		

надійність”, а саме: водонепроникність, зносостійкість, міцність, довговічність.

З використанням інновації RRS (Rubber Reinforcement System) виробляють спеціальне захисне гумове підсилення у пакеті матеріалів верху взуття з метою забезпечення належного рівня показників функціональних властивостей та надійності, а саме: захист стопи, водовідштовхування, зносостійкість, формостійкість.

Інновація F.W.S (Foot Wrapping System) використовується для надання потрібної форми верхній частині взуття за допомогою спеціально запатентованих матриць. Це забезпечує повне охоплення стопи у взутті і зберігає максимальний комфорт; суцільний крій шкіряної верхньої частини взуття забезпечує водонепроникність і міцність. Загалом ця інновація спрямована на підвищення рівня показників функціональних, ергономічних властивостей та властивостей надійності, а саме: фіксація стопи у взутті, зручність, водовідштовхування, зносостійкість, формостійкість.

Інновація Z.A.S. (Zamberlan Air System) забезпечує повітропроникність конструкції взуття за рахунок спеціальних компонентів. Загалом таке взуття відзначається легкістю і зручністю, конструкція взуття забезпечує високий рівень показників ергономічних властивостей – гігієнічність, вологообмін, повітропроникність, біостійкість.

Інновація ZLF (Zamberlan Ladies System) передбачає використання спеціально розробленого на основі морфологічних досліджень жіночих стоп пилса для жіночого туристичного взуття і забезпечує високий рівень антропометричної відповідності.

Інновація Z.A.T. (Zamberlan Anti-Torsion System) забезпечує оптимальне поєднання гнучкості й жорсткості у точці згину стопи за допомогою спеціально розробленого стабілізатора і спрямована на покращання функціональних властивостей взуття, зокрема збереження та підсилення ресорної функції стопи.

Інновація ZAMBERLAN DUAL GRIP за допомогою використання гумової підошви спеціальної конструкції забезпечує поглинання ударів взуттям під час руху та хороше зчеплення з поверхнею, що, в свою чергу, підвищує рівень показників ергономічних властивостей, зокрема антиковзких.

Інновація ZAMBERLAN PENTA GRIP передбачає використання зносостійкої гумової підошви, яка забезпечує хороше зчеплення з поверхнею, та м'якої комфортної устілки, яка добре поглинає удари під час руху. Цим у взутті забезпечуються високі фрикційні та амортизаційні властивості, а також підвищення зносостійкості деталей низу.

Інновація EVOLUTION передбачає використання ексклюзивної підошви, яка завдяки спеціальній формі має хороше зчеплення, є легкою і міцною, забезпечує високий рівень поглинання ударів під час руху, що загалом гарантує дотримання вимог до фрикційних та амортизаційних властивостей у взутті.

Інновація 3D (“Триповерхова”) – це підошва, яка забезпечує стабілізуючий ефект. Детальний опис даної інновації подано на рис. 1.

Інновація AMS – це ексклюзивна підошва зі зносостійкої гуми, з “кулачками”, направлені в різні сторони, які забезпечують хороше зчеплення з будь-якою поверхнею, що загалом забезпечує високий рівень фрикційних властивостей і надійності.

Інновація L.H.O.7. – це підошва зі зносостійкої гуми, яка забезпечує відмінне зчеплення з поверхнею, містить значну кількість високотехнологічних деталей, які надають легкість, пом'якшують удари, формуючи зручність під час експлуатації та високі показники експлуатаційних, у тому числі і фрикційних, властивостей.

Інновація EASY STEP IN – це підошва зі спеціальним рантом, в якій зовнішні деталі виготовлені зі спеціального матеріалу Vibram®, а внутрішні деталі представлені мікропористою устілкою DuPont Hytrell, яка забезпечує стабілізуючий ефект. Дана інновація гарантує дотримання вимог до амортизаційних властивостей у взутті.

Інновація ZCS передбачає використання різних типів матеріалів, які пом'якшують та поглинають удари під час руху, що забезпечує стабілізуючий ефект і, як наслідок, – підвищення рівня амортизаційних властивостей.

3-ACTION FOOTBED – інноваційний супінатор, який дозволяє врахувати відповідні особливості будови стопи, зменшує навантаження на п'ятку, повністю відтворює рухи стопи під час ходи, зменшує м'язову втому та забезпечує зручність. Його використання забезпечує високий рівень амортизаційних властивостей та підсилення ресорної функції стопи.

Інновація Z-FLEX SYSTEM – це унікальна система підтримки кісточки стопи, яка одночасно забезпечує хорошу фіксацію, зручність та вільний рух стопи. Її використання гарантує високий рівень амортизаційних властивостей взуття та підсилення ресорної функції стопи.

Інновація CORDURA® – це високотехнологічний повітропроникний матеріал із високою зносостійкістю і стійкістю до розривів та проколів, що забезпечує зменшення типової маси взуття і покращує ергономічні властивості та надійність.

Інновація MICROTTEX – це поліестровий матеріал із спеціальною петелеподібною структурою, який сприяє забезпеченню вентиляції навколо стопи і відіграє роль своєрідної подушки між стопою і підошвою. Дана тканина зносостійка, не звойлочується, не зминається впродовж тривалого використання. Означена інновація покращує зручність у використанні та гігієнічні властивості.

Таким чином, означені у таблиці інновації у туристичному взутті ми пропонуємо класифікувати за певними ознаками:

- об'єкт інновації (технологія пошиття, використаний матеріал тощо);
- місце використання інновації у взутті (пакет матеріалів верху, деталі низу тощо);
- функції взуття, на які спрямована інновація (захисна, естетична тощо);
- властивості взуття, на які спрямована інновація (функціональні, ергономічні тощо);

- комплексність інновації (одночасне спрямування на функції, властивості тощо).

Зокрема, в означеному аналізі за місцем використання інновації у взутті, наведені у табл. 1 інновації стосуються матеріалів низу (RRS – Rubber Reinforcement System; Z.A.T. – Zamberlan Anti-Torsion System; ZAMBERLAN DUAL GRIP; ZAMBERLAN PENTA GRIP; 3D та ін.). Тому через обмежений обсяг статті та значну кількість інновацій у туристичному взутті, які використовує фірма Zamberlan, у якості прикладу ми подаємо детальний опис і зображення однієї з означених інновацій – підшва Vibram® Zamberlan® 3D – зносостійка високопрофільна підшва з глибоким протектором для надійного зчеплення на різному рельєфі при будь-яких погодних умовах (рис. 1).

Основною характеристикою туристичного взуття, в якому використана ця інновація, є: високі функціональні властивості – захист стопи під час експлуатації даного взуття; підвищення рівня амортизаційних властивостей, що, в свою чергу, підсилює ресорну функцію стопи; покращені показники фізико-механічних властивостей, зокрема міцність.

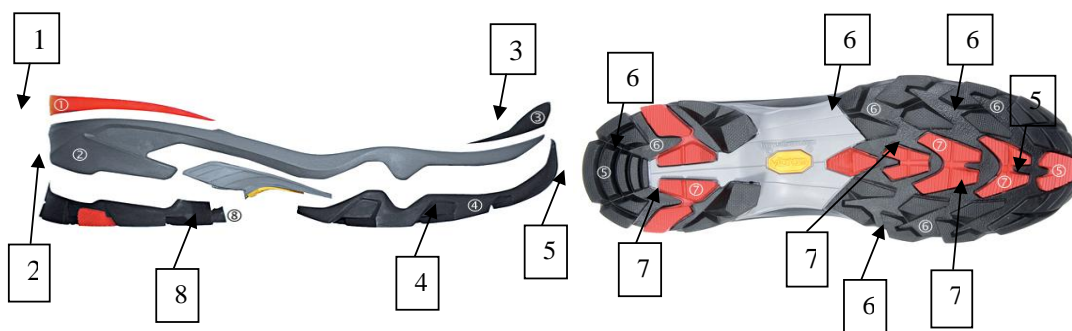


Рис. 1. Інновація 3D фірми Zamberlan® у туристичному взутті

1 – вставка термопластичного поліуретану, який забезпечує стабільність стопи, зокрема фіксацію п'яtkової частини стопи;

2 – шар поліуретану низької щільності в проміжній підшві, поглинає удари, що, в свою чергу, гарантує зручність під час ходіння;

3 – підсилена носкова частина (носок), що забезпечує захист пальців;

4 – чітко виражений округлений профіль підшви, що гарантує відтворення природних рухів стопи під час ходіння, а також високий рівень фрикційних властивостей (зчеплення з ґрунтом);

5 – підсилені та розширені області контакту в носковій та п'яtkовій частинах для забезпечення високого рівня фрикційних властивостей та зносостійкості взуття;

6 – широкі пази між рифленим протектором, які гарантують самоочищення від бруду;

7 – зубці протектора, які спрямовані в різні сторони для забезпечення високого рівня фрикційних властивостей під час ходіння;

8 – спеціальні виступи у формі "гачка" у п'яtkовій частині для безпечного гальмування під час ковзання.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.

Викладений матеріал підтверджує перспективи подальших теоретичних і експериментальних досліджень туристичного взуття, які не лише дозволять налагодити його вітчизняне виробництво, але й забезпечать бажаний рівень комплексу вимог споживачів до його споживних властивостей, що є першочерговою умовою досягнення належного рівня конкурентоспроможності товарів легкої промисловості на вітчизняному та світовому ринках.

Оскільки вищевикладений товарознавчий аналіз охоплює лише частку інновацій у туристичному взутті, то доцільним є розширення товарознавчих досліджень в системі "інновації–взуття–споживач" та викладення їх результатів у окремих статтях.

Подальшого розвитку потребують теоретичні складові дослідження туристичного взуття, наприклад формування номенклатури показників споживних властивостей на основі розробленої у даній статті класифікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. У 2015-му на український ринок вийде понад 20 міжнародних брендів – ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/business/companies/3471794-u-2015-mu-na-ukrainskyi-rynok-vyide-ponad-20-mizhnarodnykh-brendiv-zmi>.

2. Кушнір М. К. Товарознавство непродовольчих товарів. Ч. III. Товарознавство взуттєвих товарів : підручник / М. К. Кушнір, Н. П. Тихонова. – К. : НМЦ "Укоопосвіта", 2001. – 266 с.

3. Половніков І. І. Теоретичні та експериментальні дослідження спортивного взуття для скейт-бордингу : монографія / І. І. Половніков, Н. І. Попович, М. С. Беднарчук. – Львів : Вид-во ЛКА, 2012. – 404 с.

4. Попович Н. І. Нові напрямки вдосконалення споживних властивостей спортивного взуття / Н. І. Попович // Вісник Хмельницького національного університету. – № 4. – 2011. – С. 101-106. – (Серія "Технічні науки").

5. Попович Н. І. Проблеми антропометричної відповідності туристичного взуття / Н. І. Попович // Формування і оцінювання асортименту, властивостей та якості непродовольчих товарів : матеріали І міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 22 листопада 2013 року) : тези доповідей: у 3 ч. Ч. II / [відп. ред. П. О. Куцик]. – Львів : Вид-во ЛКА, 2013. – С. 114-117.

6. Попович Н. І. Товарне маркування як елемент ідентифікації брендового взуття / Н. І. Попович, О. В. Шумський // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів / [ред. кол.: Куцик П. О., Семак Б. Б., Башнянин Г. І. та ін.] – Львів : Вид-во ЛКА, 2015. – С. 179-180.

7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.gorgany.com/brand=Zamberlan>

8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://radialka.net/page/Materialy-i-tehnologii/Easy-Step-In/>.

REFERENCES

1. U 2015-mu na ukrains'kyj rynek vyjde ponad 20 mizhnarodnykh brendiv – ZMI [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://ua.korrespondent.net/business/companies/3471794-u-2015-mu-na-ukrainskyi-rynok-vyide-ponad-20-mizhnarodnykh-brendiv-zmi>

2. Kushnir M. K. Tovaroznavstvo neprodovol'chykh tovariv. Ch. III. Tovaroznavstvo vzuttievnykh

tovariv : pidruchnyk / M. K. Kushnir, N. P. Tykhonova. – K. : NMTs “Ukooposvita”, 2001. – 266 s.

3. Polovnikov I. I. Teoretychni ta eksperymental'ni doslidzhennia sportyvnoho vzuttia dlia skejtbordynhu : monohrafiia / I. I. Polovnikov, N. I. Popovych, M. S. Bednarchuk. – L'viv : Vyd-vo LKA, 2012. – 404 s.

4. Popovych N. I. Novi napriamky vdoskonalennia spozhyvnykh vlastyvostej sportyvnoho vzuttia / N. I. Popovych // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. – № 4. – 2011. – S. 101-106. – (Seriiia “Tekhnichni nauky”).

5. Popovych N. I. Problemy antropometrychnoi vidpovidnosti turystychnoho vzuttia / N. I. Popovych // Formuvannia i otsiniuvannia asortymentu, vlastyvostej ta iakosti neprodovol'chykh tovariv : materialy I mizhnar. nauk.-prakt. konf. (L'viv, 22 lystopada 2013 roku) : tezy dopovidej: u 3 ch. Ch. II / [vidp. red. P. O. Kutsyk]. – L'viv : Vyd-vo LKA, 2013. – S. 114-117.

6. Popovych N. I. Tovarne markuvannia iak element identyfikatsii brendovoho vzuttia / N. I. Popovych, O. V. Shums'kyj // Aktual'ni problemy ekonomiky i torhivli v suchasnykh umovakh ievrointehratsii : materialy naukovoi konferentsii profesors'ko-vykladats'koho skladu i aspirantiv / [red. kol.: Kutsyk P. O., Semak B. B., Bashnianyn H. I. ta in.] – L'viv : Vyd-vo LKA, 2015. – S. 179-180.

7. [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://ru.gorgany.com/brand=Zamberlan>

8. [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://radialka.net/page/Materialy-i-tehnologii/Easy-Step-In/>