

ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА КОМФОРТНОСТІ ВЗУТТЯ ТА ВЗУТТЄВИХ МАТЕРІАЛІВ

Фордзюн Ю.І.¹, Андреева О.А.²

¹Мукачівський державний університет, Україна

²Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
yurijford@gmail.com

У сучасній індустрії взуття існує поняття комфортності, яке розширює наше уявлення про експлуатаційні властивості виробу. Проте, виробник не завжди в повному обсязі може гарантувати ці властивості, за винятком антропометричних. З іншого боку, практичний досвід кожного споживача, пов'язаний з оцінюванням властивостей взуття під час експлуатації, дозволяє розглядати комфортність як важливу споживчу властивість конкретного виробу, яка повинна бути представлена двома критеріями: якісним (визначає, характеризує ознаку) та кількісним (оцінює величину ознаки). Тому необхідна нова концепція оцінки комфортності взуття з позиції відношення споживача до виробу – потреби у ньому (*need*) та його корисності (*utility*). Створення відповідної методології визначення комфортності та інформаційної бази маркування створить передумови формування такої моделі поведінки споживача, у якій комфортність розглядатиметься з урахуванням споживчих уподобань (*consumer preferences*). Останнє сприятиме регулюванню інтересів виробника та споживача на основі мотивації раціонального вибору, відповідатиме базовим принципам вільної торгівлі та консюмеризму – підтримки кінцевого споживача і захисту його прав на придбання товару високої якості. З урахуванням викладеного авторами запропоновано психофізіологічну концепцію оцінки комфортності взуття в системі «взуття – споживач - середовище», за якою своє уявлення (споживче очікування, мотивацію) щодо властивостей взуття споживач набуває під час чуттєвого (відчуття і сприйняття) та абстрактного або логічного (сприйняття і уявлення) пізнання, при цьому домінуючими в оцінці комфортності взуття є *психічні відчуття споживача*. Така модель відповідає базовим засадам теорії поведінки споживача, головними елементами якої вважаються сприйняття (відчуття), накопичений досвід та цільові настанови (стимул).

З метою нормативного регулювання комфортності, як показника якості в системі «взуття – споживач – середовище», де споживач взуття виступає і як дослідник, і як об'єкт дослідження, визначено об'єктивні та суб'єктивні чинники системи. Пропонуються два методи оцінки комфортності: *а) суб'єктивний*, за

яким визначають комфортність самого взуття на основі аналізу відчуттів респондентів; інтенсивність відчуттів споживача пропонується оцінювати в балах прямим шкалюванням: комфорт → несуттєві незручності → помітні незручності → стерпні незручності → больові відчуття (нестерпні незручності); б) *об'єктивний*, за яким оцінюють гігієнічні властивості матеріалів, з яких виготовлено виріб, наприклад, натуральної шкіри для підкладки взуття (рис. 1,а). У цьому випадку передбачається використання низки показників (гігроскопічності, вологовіддачі, паропроникності, капілярності та намокання), що визначаються за стандартними методиками і відображають динаміку збільшення вмісту води у досліджуваному матеріалі в умовах паро-крапельного потовиділення. В основу методу покладено графічно-числовий спосіб визначення співвідношення площ досліджуваного матеріалу та еталону як найкращого за призначенням матеріалу. Наприклад, співвідношення площ досліджуваного зразка (шкіра підкладкова зі шкур ВРХ) та еталону (шкіра підкладкова свиняча) становить 46,8 % (рис.1,б) [1]. Це уможливило інформування споживача про комфортність взуття (на рівні сприйняття) шляхом маркування (рис.1,в).

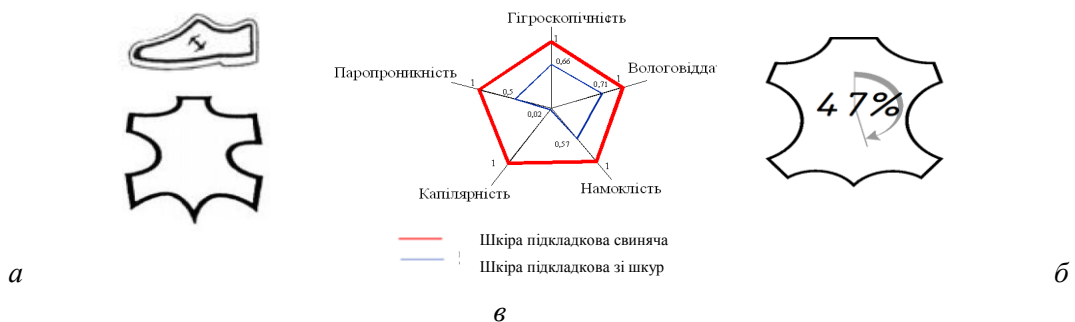


Рис. 1 – Інформаційне забезпечення та маркування взуттєвих матеріалів:
 а - традиційне (Директива ЄС № 94/11/ЄС від 23.03.94); б - згідно[1]; в - рекомендоване

Одержані результати дозволять розвивати модель поведінки споживача та засоби комунікативності щодо комфортності взуття як споживчого вподобання, оскільки на основі об'єктивної інформації про комфортність виробу покупець зможе реалізувати своє право на усвідомлений, правильний вибір якісного взуття в умовах добросовісної вільної конкуренції між товаровиробниками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Yu. Fordzyun. Level of Comfort: Artificial and Natural Shoe Materials. A Comprehensive Assessment / Fordzyun Yuriy, Andreyeva Olga, Maistrenko Lesia // Key Engineering Materials (journal) Vol. 559 (2013) pp 25-30 Online available since 2013/Jun/27 at www.scientific.net (2013) Trans Tech Publications, Switzerland, doi: 10.4028/www.scientific.net/KEM.559.25