

УДК 620.1

*Попович Н. І.,
к.т.н., доц., доцент кафедри товарознавства та технологій непродовольчих товарів, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Беднарчук М. С.,
к.т.н., доц., професор кафедри товарознавства та технологій непродовольчих товарів, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Шумський О. В.,
к.т.н., доцент кафедри товарознавства та технологій непродовольчих товарів, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Товт С. В.,
магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

АНАЛІЗ РИНКОВОГО АСОРТИМЕНТУ ВЗУТТЯ ДЛЯ АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ У ГІДРОСЕРЕДОВИЩІ

***Анотація.** Узагальнено ринковий асортимент нової групи полімерного і гумового взуття – для активного відпочинку (купання, плавання, серфінгу, яхтингу тощо) у гідросередовищі (у річках, озерах і ставках; в басейнах, саунах і т. д.). Проведено аналіз цього взуття за основними ознаками класифікації: статеві-віковим і цільовим призначенням; торговельними марками (брендами); видами, різновидами й особливостями конструкції виробів; видом і кольором матеріалів верху; цінами. У ході досліджень встановлено, що класифікація торговельного асортименту взуття в Інтернет-магазинах потребує вдосконалення. Зокрема, під час класифікації за призначенням необхідно дотримуватись єдиного підходу (єдиної основи класифікації; наприклад, місце і умови використання – пляж, сауна, басейн, серфінг, плавання).*

Ключові слова: полімерне і гумове взуття, активний відпочинок, гідросередовище, асортимент, класифікація.

*Popovych N. I.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commodity Research and Technologies of Non-food Products, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Bednarchuk M. S.,
Ph.D., Associate Professor, Professor of the Department of Commodity Research and Technologies of Non-food Products, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Shumsky O. V.,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Commodity Research and Technologies of Non-food Products, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Tovt S. V.,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

ANALYSIS OF A MARKET RANGE OF FOOTWEAR FOR ACTIVE RECREATION IN HYDROENVIRONMENT

***Abstract.** Market range of a new group of polymeric and rubber footwear – for recreation (bathing, swimming, surfing, yachting, etc.) in hydroenvironment (rivers, lakes, ponds, swimming pools, saunas, etc.) is generalized. The analysis of the mentioned footwear is implemented by the main features of classification: sex; age; purpose; trademarks (brands); kinds; product design features; types; color of the top; prices. The studies found that the classification of the trading range of footwear in the e-stores needs to be improved. In particular, the classification for the purpose must*

comply with a unified approach such as common base of classification, for example, places and terms of use – beach, sauna, pool, surfing, swimming.

Keywords: polymeric and rubber footwear, active recreation, hydroenvironment, range, classification.

Постановка проблеми. Активний відпочинок людей стає все більш вагомим складовим життя сучасної людини у розвинених країнах [1]. На шляху до євроінтеграції у значній кількості областей і регіонів нашої держави створюються належні умови для активного дозвілля людей різних віку, статі, вродобань, вимог до відпочинку тощо [2, 3]. Зокрема, на Заході України протягом останніх років все більших масштабів набуває уже давно популярний у країнах Європи відпочинок у гідросередовищі – біля природних і штучних водойм (морів, річок, озер, ставків, водосховищ, басейнів тощо. До інноваційних напрямів такого відпочинку належать оздоровчорекреаційні комплекси [4, 5].

В означеному сегменті послуг особливо активно розвивається відпочинок біля термальних джерел, яких, наприклад, лише на території Закарпаття налічується майже півсотні [6]. Тому об'єктивно зростає потреба вітчизняних споживачів у взутті для відпочинку у гідросередовищі (ВВГС). Про це, зокрема, свідчить різке збільшення протягом останніх років обсягів продажу в Україні гумового і полімерного взуття [7], яке, на жаль, відбувається переважно за рахунок експорту з Китаю [8]. Очевидно, що вітчизняний торговельний асортимент такого взуття повинен бути раціональним за структурою (видами виробів, цільовим і статеві-віковим призначенням тощо), рівнем якості виробів та комплексом їх споживчих властивостей (екологічності, безпечності та ін.).

Незважаючи на те, що класичне гумове взуття для захисту ніг від дії води існує понад століття [9], полімерне і гумове взуття різного цільового призначення для активного відпочинку у гідросередовищі (біля води та у воді в природних і штучних водоймах і т. п.) на товарному ринку України з'явилося відносно недавно [10]. Тому у вітчизняній спеціальній (навчальній і науковій) літературі з товарознавства за останні 15-20 років немає інформації про взуття, наприклад, для серфінгу, для сауни і басейну, для купання тощо [11].

З іншого боку, новітні матеріали, яскраві кольори, оригінальне оздоблення друком („принт“), незвичні (порівняно зі шкіряним взуттям) моделі та інші привабливі для споживача особливості асортименту і споживчих властивостей настільки урізноманітнили звичне протягом десятків років українським споживачам гумове взуття чорного кольору, що сучасне гумове і полімерне взуття набуло небаченої популярності. Вона обумовлена не лише особливими, незвичними функціональними властивостями, але і безпосередньою причетністю до ультрасучасної моди та незамінністю у забезпеченні якісного активного відпочинку: туризму, серфінгу, яхтингу, риболовлі тощо. Зокрема, сучасне гумове і полімерне взуття не лише не промокає, але і не руйнується від тривалої комплексної дії води, сонячних променів, температури, практично не забруднюється, дуже

легко очищується від бруду (звичайним миттям), не потребує спеціальних засобів догляду, надійне і довговічне [12, 13]. Крім цього, всупереч усталеним уявленням про гумове взуття як недостатньо екологічне та безпечне, сучасне ВВГС відповідає вимогам до екологічності та безпечності [14, 15].

„Друге життя” гумового та полімерного взуття одночасно виявилось і багатограним, і перспективним для ринку, оскільки це взуття не лише стало модним серед різних статево-вікових груп споживачів та значно розширило сфери використання за призначенням, але і набуло статусу обов'язкової складової торговельного асортименту практично в усіх магазинах з продажу взуття, широко представлене у популярних друкованих виданнях “брендового” взуття, на профільних спеціалізованих виставках, в електронній торгівлі тощо [16].

Завдяки усьому вищезазначеному, гумове і полімерне взуття все частіше стає актуальним об'єктом наукових досліджень у сфері товарознавства, технології виробництва, маркетингу тощо [17]. Наприклад, польські вчені активно досліджують безпечність полімерних матеріалів, які використовуються у виробництві взуття [18].

Проведений нами аналіз фактичного стану і проблем вітчизняного ринку взуття [19] показує, що зазначені об'єктивні зміни на ринку гумового і полімерного взуття у товарознавчих дослідженнях практично не відображені. Зокрема, немає комплексних товарознавчих досліджень ВВГС щодо термінології, номенклатури, класифікації і аналізу асортименту та споживчих властивостей, методів досліджень, нормативної бази досліджень, екологічності, безпечності тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Практично до початку ХХІ ст. в Україні майже все взуття з гуми і синтетичних каучуків використовувалося як літнє та демісезонне для захисту ніг в умовах неопоряджених населених пунктів, для захисту шкіряного і валяного взуття від намокання (калоші, боти), для захисту ніг під час сільськогосподарських робіт (чоботи), в окремих видах професійної діяльності (рибалки, електрики, працівники хімічної і нафтопереробної промисловості тощо) [11]. І лише протягом останніх 15-20 років взуття з нових видів гуми та окремих пластичних мас стало ширше використовуватися як пляжне, банне, для басейнів тощо [17]. Тому кількість наукових публікацій, які стосуються сучасного гумового і полімерного взуття, дуже незначна. Умовно цей масив можна поділити на дві групи.

Основна кількість наявної у вітчизняних літературних джерелах наукової інформації про гумове і полімерне взуття подається у контексті аналізу ринку продукції легкої промисловості: І. М. Грищенко [20] наводить окремі дані про ринок полімерного

взуття серед результатів ретроспективного аналізу впливу вступу України до СОТ; К. Ю. Сіренко аналізує інноваційної моделі розвитку виробництва полімерного взуття у контексті інновацій у легкій промисловості [21]; І. В. Сорока та інші [22, 23] описують ринок цього взуття як складову інфраструктури національного ринку товарів.

Окрема низка публікацій про новітній асортимент гумового і полімерного взуття вийшла у Львівській науковій школі товарознавства непродовольчих товарів [12, 13, 17], але у цих працях практично не приділено уваги ВВГС.

Таким чином, з часу проголошення Незалежності України немає системних публікацій у фахових виданнях, а також монографічних праць за результатами товарознавчих досліджень гумового і полімерного ВВГС.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз торговельного асортименту гумового та полімерного ВВГС в Інтернет-магазині спортивних товарів і туристичного спорядження [24], який є одним з найбільших (за кількістю продажів) продавців цього товару у Західному регіоні та найбільш популярним серед відвідувачів оздоровчо-рекреаційного комплексу “Косино”.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальний аналіз торговельного асортименту ВВГС показав, що за останні два роки цей магазин електронної торгівлі пропонував покупцям 82 моделі ВВГС, основні різновиди якого показані на рис. 1.



Рис. 1. Основні різновиди ВВГС, які пропонує покупцям магазин електронної торгівлі

Для детального аналізу структури торговельного асортименту ВВГС ми використали ознаки класичної товарознавчої класифікації гумового і полімерного взуття [11]. Але оскільки у процесі аналізу нами встановлено, що фактичний ринковий асортимент ВВГС необхідно класифікувати за низкою ознак, яких немає у класичній класифікації цього взуття, то під час аналізу ми доповнили номенклатуру ознак класифікації ВВГС відповідно до сучасних особливостей його ринкового асортименту.

Зокрема, на нашу думку (табл. 1), торговельний асортимент ВВГС за статево-віковим призначенням в електронній торгівлі [24] правильно (тобто відповідно до вимог класичної класифікації взуття і потреб його сучасного ринку) поділений на взуття для чоловіків, жінок і дітей. Разом з цимми вважаємо, що торговельна класифікація ВВГС потребує доповнення класифікаційною ознакою “взуття унісекс”, оскільки 39,2% (практично кожна третя пара) представлено у торгівлі ВВГС (табл. 1) за первинною ознакою поділу на родові групи (розмір взуття) та вторинними ознаками (колір матеріалів, фасон взуття, оздоблення тощо) можуть бути використані та фактично використовуються і чоловіками, і жінками.

Таблиця 1

Структура торговельного асортименту взуття за статево-віковим призначенням

№ з/п	Статево-вікове призначення	Кількість моделей взуття	
		одиниць	%
1	Для дорослих	66	80,5
1.1	-для жінок	22	26,9
1.2	-для чоловіків	17	20,7
1.3	-унісекс	27	32,9
2	Для дітей	16	19,5
Разом		82	100,0

ний комплекс “Косино”, становить 20-40%: найменша їх частка (до 20%) взимку, найбільша (від 35% до 45%) – влітку (у цьому розрахунку ми брали до уваги не лише дітей, які мають зріст ≤ 150 см, і тому проходять на територію комплексу за пільговими квитками, а всіх дітей, які належать до цієї статеві-вікової групи за класифікацією взуття).

У процесі аналізу структури торговельного асортименту ВВГС за цільовим (безпосереднім) призначенням ми виявили недоліки використовуваної в електронній торгівлі класифікації такого типу взуття за цією ознакою, зокрема:

- із 82-х представлених в електронній торгівлі за аналізований час моделей ВВГС лише 37 моделей (або 45,1%) мали вказане цільове призначення (для пляжу; для купання; для плавання і серфінгу; для сауни);
- в 10-х моделях (або 12,2%) як цільове призначення було вказано, що це взуття масажне;
- 12 моделей взуття (або 14,6%), які практично не відрізняються за видом, різновидом, конструктивними особливостями, вихідним матеріалом, але мають різний колір та/чи інше оздоблення, за цільовим призначенням означені в одних випадках “для пляжу”, в інших – “для купання”, ще в інших – призначення не вказане взагалі;
- у торговельному асортименті ВВГС в окремі підгрупи (для пляжу, для купання, для сауни) виділено взуття, зображене на рис. 2.



Рис. 2. Групування ВВГС в електронній торгівлі: взуття для пляжу (1), взуття для сауни (2), взуття для купання (3)

На нашу думку, такий поділ необґрунтований, оскільки є нечітким за ознакою основи поділу; недоречний за близькістю виконання функцій, бо перебування на пляжі практично завжди пов’язано з купанням, і навпаки; не має практичного значення для споживачів і торгівлі, оскільки розмежовує практично однакове за зовнішнім виглядом взуття,

яке (за результатами нашого органолептичного оцінювання) не відрізняється споживчими властивостями, адже виготовлене з одного матеріалу (спіненого ПВХ) і практично ідентичне за конструкцією, що підтверджують дані рис. 2;

• виокремлена в електронній торгівлі підгрупа ВВГС “взуття масажне” (рис. 3), на нашу думку, відображає поділ за особливостями конструкції, які забезпечують допоміжну функцію – масаж ступні. За основною функцією і, як наслідок, цільовим призначенням, ми вважаємо, виходячи з матеріалу виготовлення і загальної конструкції, це взуття доцільно позиціонувати як універсальне, оскільки його можна використовувати і для перебування на пляжі, і для сауни, і для басейну. Таким чином, виокремлення у торговельному асортименті Інтернет-торгівлі позиції “взуття масажне”, відповідає поділу за особливостями конструкції внутрішньої (устілкової) частини підошви, а не за основним призначенням;



Рис. 3. Масажне ВВГС: загальний вигляд (1) та особливості будови устілкової частини підошви (2)

• у торговельному асортименті ВВГС Інтернет-магазин окремою підгрупою означає ВВГС, приклади якого зображені на рис. 4, називаючи це взуття “сабо”.



Рис. 4. ВВГС з черезп’ятковим/черезпідйомним ремінцем

На нашу думку, такий поділ і така назва помилкові з кількох причин. По-перше, за конструктивними особливостями взуття, означене у торговельній

класифікації Інтернет-магазину як “сабо”, не відповідає класичному, прийнятому у товарознавстві взуття поняттю про взуття конструкції “сабо” – взуття без п’яtkової частини з високою союзкою [11], оскільки має ремінець, який споживач самостійно може встановлювати як черезп’яtkовий або через підйомний. По-друге, конструктивна специфічність, притаманна конструкції взуття “сабо”, в цьому випадку не відображає особливості умов його використання: зображене на рис. 4 взуття, на нашу думку, як і ВВГС, зображене на рис. 3, може бути з однаковим результатом застосоване і для перебування на пляжі, і для сауни, і для басейну. Отже, ми вважаємо, що ВВГС, яке означене в Інтернет-магазині як сабо (рис. 4), за цільовим призначенням доцільно вважати універсальним, а за конструктивними особливостями – це не взуття конструкції “сабо”, а туфлі без п’яtkової частини з перекидним черезп’яtkовим/черезпідйомним ремінцем. Це стосується і взуття, яке Інтернет-магазин класифікує як в’єтнамки.

Зважаючи на означені недоліки класифікації ВВГС за призначенням в електронній торгівлі, відповідно до принципів товарознавчої класифікації взуття [11, 26] торговельний асортимент ВВГС ми пропонуємо класифікувати у підгрупи, які відображають особливості його експлуатації (табл. 2).

Таблиця 2
Групування ВВГС за умовами використання

Умови використання ВВГС		Підгрупи ВВГС
Середовище	природне	для пляжу для плавання (купання) і дайвінгу для серфінгу
	штучне (створене)	для басейну для сауни
Тривалість перебування у воді	постійно	для плавання (купання) і дайвінгу для серфінгу
	тимчасово (періодично)	для пляжу для басейну для сауни

Також у процесі аналізу ми встановили особливості використання найбільш поширених моделей ВВГС (рис. 1 (1-4), рис. 2-4):

- сучасні споживачі фактично використовують таке взуття і для пляжів, і для саун, і для басейнів, оскільки умови експлуатації в означених місцях практично не відрізняються;
- майже всі статево-вікові групи споживачів досить часто вказане взуття використовують як повсякденне у теплу пору року;
- означене ВВГС практично не відрізняється за особливостями конструкції та матеріалами виготовлення.

Враховуючи ці особливості, на нашу думку, доцільно ВВГС для пляжу, для плавання (купання) та для сауни і басейну у класифікаційній системі об’єднати у підгрупу “ВВГС загального призначення” або

“універсальне ВВГС”. У табл. 3 відображена структура торговельного асортименту ВВГС за цільовим призначенням за ознаками класифікації, які використовує Інтернет-магазин, і за ознаками, які ми пропонуємо застосовувати, зважаючи на особливості експлуатації ВВГС сьогодні.

Таблиця 3
Структура торговельного асортименту взуття за цільовим призначенням

№ з/п	Цільове призначення взуття	К-сть моделей взуття	
		одиниць	%
1	Яке вказує Інтернет-магазин	82	100,0
1.1	для пляжу	17	20,7
1.2	для купання	2	2,4
1.3	для серфінгу і плавання	14	17,2
1.4	для сауни та басейну	10	12,2
1.5	не вказано	39	47,5
2	Яке відображає умови використання	82	100,0
2.1	універсальне (для пляжу, сауни, басейну)	65	79,3
2.2	для серфінгу, плавання (купання), дайвінгу	17	20,7

Таким чином, аналіз торговельного асортименту взуття за цільовим призначенням, який відображає особливості використання, показує, що практично чотири пари ВВГС із п’яти (79,3%), які продає Інтернет-магазин, – це взуття універсального призначення. Тому ми вважаємо, що саме універсальне ВВГС найкраще відповідає умовам відпочинку сучасних споживачів взуття у гідросередовищі, і, зокрема, умовам, які створює оздоровчо-рекреаційний комплекс “Косино” та подібні заклади.

Оскільки відомо, що зручність виконання взуття основних функцій і наявність у конкретній парі взуття функцій допоміжних впливають на зручність його використання та ступінь відповідності сучасним уявленням про комфорт [11, 26, 27], тому ми провели аналіз структури торговельного асортименту ВВГС за особливостями конструкції, які формують його ергономічні властивості (табл. 4).

Дані табл. 4 показують, що найбільш поширеною (41,4%) ергономічною особливістю аналізованого асортименту ВВГС є можливість регулювання повноти взуття у пучковій частині та щільності його прилягання до стопи, яка досягається за рахунок пряжки (рис. 5а), одного (рис. 5б) чи двох (рис. 5в) ремінців на застібці “велькро”. Менш поширеною ергономічною особливістю ВВГС є наявність масажної поверхні на устілці (рис. 3) та затяжного пристрою довкола стопи під кісточкою (рис. 5г). Частка такого взуття відповідно складає 12,2% та 15,9%. Найменш поширеними ергономічними пристосуваннями є наявність черезп’яtkового і/чи через підйомного ремня (рис. 4), а також язичка чи петлі

по серединній лінії п'ятки або/і союзки для полегшення одягання взуття (рис. 5д). Частка такого ВВГС становить відповідно 8,5% та 4,9%.

конструкцією є відкритим, займає значно більшу площу, ніж матеріали верху, а також те, що колір підошви найчастіше є визначальним і сприяє ідентифікації



Рис. 5. Особливості конструкції ВВГС

Дані табл. 4 також показують, що майже кожна п'ята пара (17,1%) наявного асортименту ВВГС не має пристосувань для поліпшення ергономічних властивостей.

Під час аналізу структури торговельного асортименту ВВГС за кольором деталей (матеріалу) верху ми встановили, що для означення кольору цього взуття у торгівлі досліджуване торговельне підприємство застосовує не загальноприйнятий критерій визначення кольору взуття за кольором матеріалу верху [11, 28, 29], а характеризує колір ВВГС, яке пропонується до реалізації, за матеріалом підошви. На нашу думку, такий критерій недоцільно використовувати у торгівлі, оскільки під час експлуатації взуття його підошву практично повністю закриває стопа споживача.

З іншого боку, беручи до уваги те, що матеріал підошви більшості видів сучасного ВВГС, яке за

ї/чи пошуку конкретним споживачем свого взуття на пляжі, біля басейну тощо, то, на нашу думку, доцільно ввести цю ознаку у систему класифікації ВВГС; стосовно побутового взуття загалом – це буде нова, властива поки що лише ВВГС ознака класифікації, оскільки у чинних системах класифікації взуття [11, 28, 30] ця ознака не вказується.

Аналіз структури торговельного асортименту ВВГС за кольором деталей (матеріалу) верху (табл. 5) показує, що майже 2/3 цього взуття (61,6%) – це вироби яскравого кольору та багатоколірні. Водночас встановлено, що колір деталей верху ВВГС переважно завжди збігається з кольором підошви або несуттєво відрізняється (з аналізованих 82-х моделей ВВГС лише 12 моделей (14,6%) мали колір підошви, який кардинально відрізнявся від кольору деталей верху).

Таблиця 4

Структура торговельного асортименту взуття за особливостями конструкції верху

№ з/п	Особливості конструкції верху взуття	Кількість моделей взуття	
		одиниць	%
1	Можливість регулювання повноти і щільності прилягання до стопи	34	41,4
2	Масажна поверхня устілки	10	12,2
3	наявність черезп'яtkового (через- підйомного) ремня	7	8,5
4	Наявність затяжного пристрою довкола стопи під кісточкою	13	15,9
5	Наявність язичка чи петлі по серединній лінії п'ятки або/і союзки для полегшення одягання взуття	4	4,9
Разом		68*	82,9*

*Загальна кількість взуття у цій таблиці не відповідає загальній кількості аналізованого взуття (82 од., 100%), оскільки не всі моделі взуття мають особливості конструкції (особливі пристосування, пристрої тощо), які поліпшують його ергономічні властивості.

Таблиця 5

Структура торговельного асортименту взуття за кольором деталей (матеріалу) верху

№ з/п	Колір деталей верху взуття	Кількість моделей взуття	
		одиниць	%
1	Темний (чорний, темно-сірий, темно-синій тощо)	23	25,2
2	Білий	8	8,8
3	Світлий (світло-сірий, беж)	4	4,4
4	Яскравий (червоний, зелений, жовтий, синій тощо)	31	34,1
5	Багатоколірні	25	27,5
Разом		91*	100,0

*Загальна кількість моделей взуття перевищує 82, оскільки окремі моделі виготовлені у кількох кольорах.

Отже, на нашу думку, фактична структура асортименту ВВГС не найкраще відповідає загальному призначенню взуття – активному відпочинку у гідросередовищі куротно-рекреаційного комплексу, оскільки практично кожна четверта пара взуття (25,2%) – темного кольору, що не відповідає усталеним поняттям “барви літнього відпочинку”, “барви відпочинку біля води” тощо. Це означає, що торговельному підприємству бажано збільшити частку взуття “літніх” кольорів (яскравого, світлого, багатоколірного).

Аналіз торговельного асортименту ВВГС за торговельними марками (табл. 6) дозволяє стверджувати, що Інтернет-магазин формально пропонує продукцію п'яти популярних брендів, але по суті кожні 9 пар взуття із десяти належать торговельній марці BECO.

Таблиця 6

Структура торговельного асортименту ВВГС за торговельними марками (брендами)

Торговельна марка, бренд	Кількість моделей взуття	
	одиниць	%
BECO	75	91,6
Woolf	2	2,4
Fashy	3	3,6
FADE	1	1,2
Trespass	1	1,2
Разом	82	100,0

Таким чином, дані табл. 6 підтверджують необхідність розширення торговельного асортименту ВВГС за номенклатурою торговельних марок та відповідного вдосконалення за структурою. Зокрема, на нашу думку, доцільно пропонувати покупцям Інтернет-магазину та відвідувачам курортно-рекреаційних комплексів продукцію відомого бренду Stocs – одного з провідних світових виробників ВВГС [10, 15].

Аналіз структури торговельного асортименту ВВГС за цінами (табл. 7) показує, що серед сучасних споживачів найбільш популярне ВВГС ціною 200-300 грн (частка такого взуття складає 51,2%).

Багато споживачів (відповідно 17,1% та 18,3%) купує дещо дешевше (151-200 грн) та трохи дорожче (301-350 грн) ВВГС і приблизно кожен 20-й споживач купує або досить дешево (до 150 грн), або відносно дороге (350-400 грн) ВВГС. Частка такого взуття становить 4,9%. Решта споживачів купує або найдешевше (до 100 грн), або найдорожче (понад 400 грн) ВВГС. Їх частка відповідно становить 1,2% та 2,4% і вказує на те, що найдорожче ВВГС купує вдвічі більше відвідувачів оздоровчо-рекреаційних комплексів, ніж найдешевше.

Таблиця 7

Структура торговельного асортименту ВВГС за цінами

№ з/п	Ціна, грн (за курсу 1 \$=23 грн)	Кількість моделей взуття	
		одиниць	%
1	До 100	1	1,2
2	101-150	4	4,9
3	151-200	14	17,1
4	201-250	24	29,2
5	251-300	18	22,0
6	301-350	15	18,3
7	350-400	4	4,9
8	Понад 400	2	2,4
Разом		82	100,0

Таким чином, дані табл. 7 дозволяють стверджувати, що структура торговельного асортименту ВВГС за цінами відповідає сучасним вимогам ринку взуття за співвідношенням “ціна-якість” [31]. Підтвердженням цієї думки є, зокрема, дані про ціни на аналогічне взуття в інших торговельних мережах, де ціна однієї пари складає понад 1000 грн [10, 15].

Аналіз торговельного асортименту ВВГС також показав, що назви видів і різновидів взуття, які фактично використовує Інтернет-магазин, відрізняються від загальноприйнятих [11, 28, 30]. Зокрема, 71-а модель (тобто 86,6% з наявних у продажі 82-х моделей ВВГС) означена поняттям “капці”. Це стосується, наприклад, пантолетів (рис. 5а, 5б), напів-

черевики для серфінгу (рис. 5г, 5д), взуття конструкції “сабо” (рис. 4) та ін. На нашу думку, такий “універсальний” термін “капці” не може бути використаний для позначення практично усіх видів та різновидів ВВГС, оскільки він не лише не стандартизований у взуттєвій галузі [32], але і не відповідає ВВГС за змістом, адже означає “легкі туфлі, переважно для хати”; “вид легкого взуття на сході” [33].

види і різновиди ВВГС слід називати загальноприйнятими у взуттєвій галузі термінами. Подальші дослідження ВВГС необхідно спрямувати на встановлення відповідності торговельного асортименту ВВГС споживчим властивостям цього взуття.

Таблиця 8

Структура торговельного асортименту взуття за видами і різновидами

№ з/п	Характеристика взуття		Кількість моделей взуття	
	вид	різновид	одиниць	%
1	Пантолети	з відкритим носком і широкою союзкою	44	53,6
		в’єтнамки	14	17,2
		сабо з черезп’ятковим-черезпідйомним ременем	7	8,5
		сабо	1	1,2
2	Напів-черевики	перфоровані за всією площею деталей верху	12	14,6
		з сіткоподібними вставками у геленковій частині	4	4,9
Разом			82	100,0

Тому ми проаналізували структуру торговельного асортименту ВВГС за загальноприйнятими у товарознавстві взуття [11, 28, 32] видами і різновидами (табл. 8)

Дані табл. 8 показують, що майже чотири з п’яти пар (65 моделей, або 79,3%) фактичного торговельного асортименту ВВГС – це відкрите взуття без п’яркової частини та/чи з відкритою геленковою і/чи носковою частиною; тобто за сучасними товарознавчими поняттями – це різновиди пантолетів. На нашу думку, така структура торговельного асортименту відповідає потребам споживачів, які відпочивають в оздоровчо-рекреаційному комплексі “Косино”, оскільки внутрішня поверхня басейнів та територія цього комплексу є упорядкованими [34].

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Класифікація торговельного асортименту взуття в Інтернет-магазині потребує вдосконалення. Зокрема, під час класифікації за призначенням необхідно дотримуватись єдиного підходу (єдиної основи класифікації; наприклад, місце і умови використання – пляж, сауна, басейн, серфінг, плавання). Водночас доцільно запровадити нову ознаку класифікації взуття, яка поки що актуальна лише для ВВГС – колір матеріалу підошви, а також збільшити у торговельному асортименті частку взуття “літніх” кольорів (яскравого, світлого, багатоколірного). Крім того, варто доповнити класифікацію ВВГС класифікаційною ознакою “взуття унісекс”, а прийняту у практиці торгівлі досліджуваного Інтернет-магазину окрему класифікаційну підгрупу взуття “в’єтнамки” – розділити за призначенням взуття або виокремити за особливостями конструкції, які покладені в основу назви. Наявні в Інтернет-торгівлі

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко О. П. Культура дозвілля у суспільстві ризику : монографія / О. П. Бойко. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2011. – 285 с.
2. Цимбалюк Н. М. Дозвілля в Україні. Теоретичні та емпіричні аспекти : монографія / Н. М. Цимбалюк. – К. : ДАКККіМ, 2003. – 224 с.
3. Цимбал О. В. Соціально-філософський аспект трансформації аксіологічних орієнтацій молоді в сучасному суспільстві : монографія / О. В. Цимбал. – Вінниця, 2010. – 153 с.
4. Організація та методика оздоровчої фізичної культури і рекреаційного туризму : монографія / О. М. Жданова, А. М. Тучак, В. І. Поляковський, І. В. Котова. – Луцьк : РВВ “Вежа”, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2008. – 248 с.
5. Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні : монографія / [К. Кілінська, В. Руденко, Н. Аніпко та ін.]. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича, 2010. – 250 с.
6. Стимулювання регіонального розвитку Закарпатської області : монографія / [за ред. Л. Т. Шевчук]. – Львів, 2008. – 241 с. – (Проблеми регіонального розвитку).
7. Легка промисловість України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/9.html>.
8. Китай “обуває” Україну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rbn.cc/#news/525-kytaj-lvzuvajer-ukrajinu>.
9. Історія гумового взуття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://galoshi.org.ua/ua/history.html>.

10. Обувь Crocs – лучший выбор для отдыха и работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://obuv-crocs.com.ua>.
11. Кушнір М. К. Товарознавство непродовольчих товарів. Ч. III. Товарознавство взуттєвих товарів / М. К. Кушнір, Н. П. Тихонова. – К. : НМЦ “Укоопосвіта”, 2001. – 226 с.
12. Садловська С. І. Гумове і полімерне взуття: ретроспектива і сучасність / С. І. Садловська, М. С. Беднарчук // Товарознавство та ринок споживчих товарів: реалії та перспективи : збірник тез науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2012. – С. 107-108.
13. Садловська С. І. Сучасне дизайнерське гумове і полімерне взуття / С. І. Садловська, М. С. Беднарчук // Товарознавство і кваліметрія : матеріали всеукраїнської студентської Інтернет-конференції 2013 р., (Донецьк, 27-28 березня 2013 р.) – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2013. – С. 24-26.
14. Испанские ученые создали уникальную обувь! С грядки – и на ноги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://espabest.ru/news/401-ispanskie-uchenye-sozdali-unikalnuyu-obuv-s-gryadki-i-na-nogi.htm>.
15. Що таке Crocs? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://myhelper.com.ua/index.php?newsid=24211>.
16. XXIII Міжнародна спеціалізована виставка взуття та аксесуарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://artexpro.ua/ua/vystavki/expo-shoes-2016-2>.
17. Беднарчук М. С. Полімерне взуття – новий товар на ринку / М. С. Беднарчук, С. І. Садловська // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – Вип. 13. – С. 47-52. – (Серія товарознавча).
18. Przewodnik wprowadzania system zarządzania środowiskowego w garbarniach : monografia / [F. Duperriez, T. Poncet, R. Lety, I. Kulińska та ін.]. – Ministersnwo Gospodarki, 2015. – 94 s.
19. Беднарчук М. С. Товарознавчі аспекти формування національного ринку взуття : монографія / М. С. Беднарчук. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. – 476 с.
20. Грищенко І. М. Ретроспективний аналіз впливу вступу України до СОТ на ринок продукції легкої промисловості / І. М. Грищенко, Ю. В. Гончаров, І. О. Тарасенко // Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал. – 2013. – № 1. – С. 58-70.
21. Сіренко К. Ю. Формування інноваційної моделі розвитку легкої промисловості / К. Ю. Сіренко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2013. – № 1 (17). – С. 69-78.
22. Інфраструктура товарного ринку / [під ред. проф. І. В. Сороки]. – К. : НМЦВО МОН України, НВФ “Студцентр”, 2002. – 608 с.
23. Інфраструктура товарного ринку: непродовольчі товари. – К. : Знання, 2009. – 702 с.
24. Інтернет-магазин спортивних товарів і туристичного спорядження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portek.ua/ua/shop/category/plavanie-i-daiwing/obuv-dlia-basseinov-pliazhei-serfinga>.
25. Галик І. С. Проблеми формування та оцінювання екологічної безпечності текстилю : монографія / І. С. Галик, Б. Д. Семак. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – 488 с.
26. Беднарчук М. С. Наукові основи формування асортименту і якості взуття спеціального призначення : монографія / М. С. Беднарчук. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. – 528 с.
27. Половніков І. І. Теоретичні та експериментальні дослідження споживчих властивостей спортивного взуття для скейтбордингу : монографія / І. І. Половніков, Н. І. Попович, М. С. Беднарчук. – Львів : видавництво ЛКА, 2011. – 404 с.
28. Універсальний довідник взуттєвика / [В. П. Коновал, С. С. Гаркавенко, Л. Т. Свістунова та ін.]. – К. : Лібра, 2010. – 720 с.
29. Шкіра для верху взуття. Технічні умови : ДСТУ 2726-94. – Чинний від 1995-01-01. – К. : Держспоживстандарт України, 1995. – 37 с. – (Державний стандарт України).
30. Взуття для активного відпочинку. Технічні умови : ДСТУ 2063-92. – Чинний від 1994-01-01. – К. : Держспоживстандарт України, 1994. – 17 с.
31. Половніков І. І. Співпраця Української технологічної академії і вчених-товарознавців / І. І. Половніков // Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, (Львів, 22 листопада 2013 р.) : тези доповідей : у 3 ч. Ч. 1 / [відп. ред. П. О. Куцик]. – Львів : видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – С. 7-8.
32. Взуття. Терміни та визначення : ДСТУ 2157-93. – Чинний від 1994-01-01. – К. : Держспоживстандарт України, 1994. – 42 с.
33. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [укладач і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2007. – 1736 с.
34. Термальні води Косино [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cosino.com.ua.

REFERENCES

1. Boyko, O.P. (2011), *Kul'tura dozvillya u suspil'stvi ryzyku* [Culture Leisure in risk society], DVNZ “UABS NBU”, Sumy.
2. Tsybalyuk, N.M. (2003), *Dozvillya v Ukrayini. Teoretychni ta empiyrychni aspekty* [Leisure in Ukraine. Theoretical and empirical aspects], DAKKKiM, Kyiv.
3. Tsybalyuk, O.V. (2010), *Sotsial'no-filosof'skyi aspekt transformatsiyi aksiolohichnykh oriyentatsiy molodi v suchasnomu suspil'stvi* [Socio-philosophical aspect of transformation axiological orientations of youth in today's society], Vinnytsya.
4. Zhdanova, O.M. Tychak, A.M. Polyakovs'kyu, V.I. and Kotova, I.V. (2008), *Orhanizatsiya ta metodyka ozdorovchoyi fizychnoyi kul'tury i rekreatsionoho turyzmu* [Organization and Methods of improving physical training and recreational tourism], RVV “Vezha”, Volyn. National University of Lesya Ukrainka, Luts'k.
5. Kilins'ka, K. Rudenko, V. Anipko, N. Andrusyak, N. Konovalova, N. et al. (2010), *Teoretychni ta*

prykladni aspekty rekreatsinyho pryrodokorystuvannya v Ukraini [Theoretical and applied aspects of recreational nature in Ukraine], Chernivtsy National University of Yuriy Fed'kovych, Chernivtsy.

6. *Stymulyuvannya rehional'noho rozvytku Zakarpats'koyi oblasti* [Promote regional development Transcarpathian region], (2008), ed. Shevchuk, L.T., Lviv.

7. "Light Industry of Ukraine", available at: <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/9.html>.

8. "China "shoes" Ukraine", available at: <http://rbn.cc/#news/525-kytaj-lvzuvajer-ukrajinu>.

9. "The history of rubber footwear", available at: <http://galoshi.org.ua/ua/history.html>.

10. "Crocs shoes – the best choice for work and leisure", available at: <http://obuv-crocs.com.ua>.

11. Kushnir, M.K. and Tykhonova, N.P. (2001), *Tovaroznavstvo neprodovol'chych tovariv. Chastyna III. Tovaroznavstvo vzuttyevykh tovariv* [Commodity non-food products. Part III. Commodity shoe catalog], NMTs "Ukooposvita", Kyiv.

12. Sadlovs'ka, S.I. and Bednarchuk, M.S. (2012), "Rubber and polymer footwear: retrospective and present", *Tovaroznavstvo ta rynek spozhyvchykh tovariv: realiyi ta perspektyvy. Zbirnyk tez naukovo-praktychnoyi konferentsiyi studentiv, aspirantiv ta molodykh vchenykh* [Commodity and consumer goods market: realities and prospects. Abstracts of scientific conference of students and young scientists], DonNUET, Donetsk, pp. 107-108.

13. Sadlovs'ka, S.I. and Bednarchuk, M.S. (2013), "Modern design polymer and rubber shoes", *Tovaroznavstvo i kvalimetriya: materialy vseukrayins'koyi students'koyi internet-konferentsiyi* [Commodity and Quality materials Ukrainian student Internet Conference], DonNUET, Donetsk, March 27-28, pp. 24-26.

14. "The Spanish scientists have created a unique shoes! With beds - on foot", available at: <http://espa-best.ru/news/401-ispanskie-uchenye-sozdali-unikalnuyu-obuv-s-gryadki-i-na-nogi.htm>.

15. "What Crocs?", available at: <http://myhelper.com.ua/index.php?newsid=24211>.

16. "XXIII International Specialized Exhibition of Footwear and Accessories", available at: <http://artexpo.ua/ua/vystavki/expo-shoes-2016-2>.

17. Bednarchuk, M.S. and Sadlovs'ka, S.I. (2013), "Polymeric shoes – new product on the market", *Visnyk L'vivs'koyi komertsyynoyi akademiyi*, vol. 13, pp. 47-52.

18. Duperriez, F. Poncet, T. Lety, R. Kulińska, I. et al. (2015), *Przewodnik wprowadzania system zarzadzania środowiskowego w garbarniach* [Guide to the introduction of an environmental management system in tanneries], Ministerswo Gospodarki.

19. Bednarchuk, M.S. (2009), *Tovaroznavchi aspekty formuvannya natsional'noho rynku vzuttya* [Commodity aspects of the national shoe market], Vydavnytstvo L'vivs'koyi komertsyynoyi akademiyi, Lviv.

20. Hryshchenko, I.M. Honcharov, Yu.V. and Tarasenko, I.O. (2013) "A retrospective analysis of the impact of Ukraine's accession to the WTO on the market of light industry", *Aktual'ni problemy ekonomiky: Naukovyy ekonomichnyy zhurnal*, vol. 1, pp. 58-70.

21. Sirenko, K.Yu. (2013), "Formation of innovative model of development of light industry", *Naukovyy visnyk ChDIEU*, vol. 1 (17),. – S. 69-78.

22. *Infrastruktura tovarnoho rynku* [Infrastructure commodity market], (2002), Ed. Soroka, I.V., NMTsVO MON Ukrainy, NVF "Studsentr", Kyiv.

23. *Infrastruktura tovarnoho rynku: neprodovol'chi tovary* [Infrastructure commodity market, non-food products], (2009), Znannya, Kyiv.

24. Internet shop sporting goods and outdoor equipment, available at: <http://portek.ua/ua/shop/category/plavanie-i-daiving/obuv-dlia-basseinov-pliazheiserfinga>.

25. Halyk, I.S. and Semak, B.D. (2014), *Problemy formuvannya ta otsiniuvannya ekolohichnoi bezpechnosti tekstyliu* [Problems of environmental safety assessment and textiles], Vydavnytstvo L'vivs'koi komertsyynoyi akademii, Lviv.

26. Bednarchuk, M.S. (2015), *Naukovi osnovy formuvannya asortymentu i yakosti vzuttya spetsial'noho pryznachennya* [Scientific basis of product range and quality of special purpose footwear], Vydavnytstvo L'vivs'koyi komertsyynoyi akademiyi, Lviv.

27. Polovnikov, I.I. Popovych, N.I. and Bednarchuk, M.S. (2011), *Teoretychni ta eksperymental'ni doslidzhennya spozhyvnykh vlastyvostey sportyvnoho vzuttya dlya skeytbordynhu* [Theoretical and experimental research of consumer properties of sports shoes for skateboarding], Vydavnytstvo L'vivs'koyi komertsyynoyi akademiyi, Lviv.

28. Konoval, V.P. Harkavenko, S.S. Svistunova, L.T. et al. (2010), *Universal'nyy dovidnyk vzuttyevyky* [Universal guide shoemaker], Libra, Kyiv.

29. Shkira dlya verkhu vzuttya. Tekhnichni umovy: DSTU 2726-94, (1995), Derzhspozhyvstandart Ukrainy, Kyiv.

30. Vzuttya dlya aktyvnoho vidpochynku. Tekhnichni umovy: DSTU 2063-92, (1994), Derzhspozhyvstandart Ukrainy, Kyiv.

31. Polovnikov, I.I. (2013), "Cooperation Ukrainian Technological Academy and scientists commodity", *Aktual'ni problemy teorii i praktyky ekspertyzy tovariv* [Actual problems of theory and practice of examination of goods], materialy I Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi: tezy dopovidey: u 3 ch. Ch. I [materials I International scientific conference: Abstracts: in 3 parts. Part 1], executive editor Kutsyk, P.O., L'vivs'ka komertsyyna akademiya, Lviv, November 22, 2013, pp. 7-8.

32. Vzuttya. Terminy ta vyznachennya: DSTU 2157-93, (1994), Derzhspozhyvstandart Ukrainy, Kyiv.

33. *Velykyy tлумachnyy slovnyk suchasnoyi ukrayins'koyi movy* [Great Dictionary of Modern Ukrainian], (2007), compiled and chief ed. Busel, V.T., Perun, Kyiv, Irpin.

34. "Thermal water of Kosyno", available at: www.cosino.com.ua.