

## НОМЕНКЛАТУРА ПОКАЗНИКІВ РІВНЯ ЯКОСТІ ВЗУТТЯ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ЙОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО АСОРТИМЕНТУ

*Анотація.* Обґрунтовано актуальність товарознавчих досліджень ринкового асортименту взуття. Подано результати розробки номенклатури показників для оцінювання рівня якості взуття з метою оптимізації його асортименту у торговельних підприємствах.

**Ключові слова:** торговельний асортимент взуття, недоліки взуття, анкета, органолептичне оцінювання, система „ціна-якість”, оптимізація асортименту

Popovich N, Bednarchuk M.

## THE NOMENCLATURE OF INDICATORS OF LEVEL OF QUALITY OF FOOTWEAR FOR OPTIMIZATION OF ITS TRADE RANGE

*Summary.* The actuality of commodity expert researches of market range of footwear was substantiated. The results of development of nomenclature of indicators for the evaluation of level of quality of footwear with the aim of optimization of its range in trade enterprises were given.

**Keywords:** trade range of footwear, shortcomings of footwear, questionnaire, organoleptik evaluation, system "price-quality", optimization of range.

### 1. Вступ

Дослідження рівня якості товарів з позицій споживача вважається одним із головних завдань товарознавства. Особливу увагу цій проблемі традиційно приділяє Львівська школа товарознавства [1], наприклад, в останні роки кафедра товарознавства непродовольчих товарів ЛКА працює над науковою темою „Формування і оцінювання асортименту, властивостей і якості непродовольчих товарів” (номер державної реєстрації – 0111U010536).

В рамках цього напрямку досліджень лише за результатами наукових робіт з товарознавства взуття захищені дві кандидатські дисертації і отримані три патенти [2-3], опубліковані три монографії [4-6] та десятки наукових статей, проведена широка апробація на наукових конференціях різного рівня.

Загалом, відповідність рівня якості товарів потребам споживачів завжди була одним з найважливіших напрямів наукових досліджень у товарознавстві. Нині вона залишається актуальною проблемою ринку не лише в Україні та інших країнах посткомуністичного простору [7], але і у державах Західної Європи [8-9].

### 2. Обґрунтування необхідності органолептичного оцінювання взуття у підприємствах роздрібної торгівлі.

Через невідповідність величини роздрібних цін товарів і рівня показників їх споживних властивостей фахівці виробництва, торгівлі, а також споживачі та ЗМІ все частіше вживають словосполучення "співвідношення ціна-якість".

Для товарознавства це поєднання слів не нове, оскільки на усіх навчальних і наукових рівнях ця наука завжди розглядала (вивчала, досліджувала, вдосконалювала тощо) різні товари у системі „ціна-якість”.

На сучасному ринку взуття в Україні невідповідність у системі „ціна-якість” найчастіше спричиняє експансія Східноазійської продукції, а найбільше потерпають від цього вітчизняні виробники взуття, роздрібно торгівля і споживачі. Особливо гостра проблема співвідношення роздрібною ціни і рівня якості взуття на речових ринках - найбільш відвідуваних конгломератах дрібних торговельних підприємств (магазинів-павільйонів, торговельних яток тощо), у яких продавцями часто є низько кваліфіковані робітники – так звані „реалізатори”, які, як правило, не мають фахової освіти.

Керівники виробництва і торгівлі дедалі частіше усвідомлюють важливість оптимізації співвідношення „ціна-якість” стосовно конкретного продукту виробництва чи товару у торгівлі. З іншого боку, через прагнення підприємців до максимального прибутку співвідношення "ціна-якість" штучно утримується на вигідному для окремого продавця рівні. Останнє стало причиною того, що, наприклад, одна і та ж пара взуття на різних ринках Львова має різну ціну, яка залежить від престижності ринку, оформлення магазину та низки інших чинників, що не мають жодного стосунку до рівня задоволення потреб споживача даною парою взуття.

При такому стані торгівлі в останні роки фахівці у галузі оцінювання рівня якості товарів (передусім, товаровознавці) до процесу оптимізації співвідношення ціни і якості товарів не залучалися та у структурі торговельного підприємства взагалі не були потрібні.

Новим підходом до забезпечення оптимального співвідношення ціни та якості товарів можна вважати ініціативу одного з найбільших у Львові торговельних комплексів. Асортиментним напрямом такої роботи обрані магазини з торгівлі взуттям, оскільки їх частка в даному торговельному комплексі є найбільшою. Робота проводилась на основі угоди про співпрацю між ЛКА та «АЙПС-Л» (Ринок південний).

На думку адміністрації оптимізація системи "ціна-якість" взуття покликана виконати низку важливих завдань, зокрема, почати процес формування оптимального торговельного асортименту взуття, підняти загальний престиж ринку, захистити права постійних та залучити нових покупців, провести ранжирування підприємств із торгівлі взуттям (магазинів та кіосків) за рівнем якості взуття.

Таким чином, загальною метою дослідження було застосування товаровознавчих методів органолептичного оцінювання якості взуття для оптимізування співвідношення "ціна-якість" товару у конкретному торговельному комплексі.

Завданням першого етапу роботи були формування номенклатури показників якості взуття і розробка анкети для проведення органолептичного оцінювання взуття у підприємствах роздрібною торгівлі.

### **3. Результати органолептичного оцінювання взуття**

Формування номенклатури показників органолептичного оцінювання якості взуття з метою оптимізування його торговельного асортименту ми розділили на два основні етапи.

На першому етапі було проведено аналітичні дослідження чинної в Україні нормативної бази [10-18], що у будь-якій формі містить перелік показників якості взуття, а також класичної методики органолептичного оцінювання якості взуття, відомої як „Прийоми огляду взуття” [19], якою користуються працівники відділів технічного контролю

взуття на виробництві, товаровознавці з оцінювання якості взуття у торгівлі, товаровознавці-експерти торгово-промислової палати та ін. На основі зібраної інформації було побудовано повний (базовий) перелік характеристик взуття, які гіпотетично могли бути використані нами для формування номенклатури показників органолептичного оцінювання якості взуття з метою оптимізування його торговельного асортименту.

Другий етап роботи передбачав широкі консультації з фахівцями і формування номенклатури показників і розроблення анкети для оцінювання якості взуття на основі спільної думки. До обговорення були залучені товаровознавці вищої кваліфікації – доктори і кандидати наук з товаровознавства, працівники профільного науково-дослідного інституту – УкрНДІШП, науковці з досвідом товаровознавчої експертизи, представники Львівської торгово-промислової палати, виробники взуття, представники торговельного комплексу, у якому передбачалось оцінювання взуття, а також аспіранти товаровознавчо-комерційного факультету.

Таким чином, для оцінювання торговельного асортименту взуття в системі "ціна-якість" була розроблена спеціальна анкета (табл. 1), що містила кілька рівнів: фотографічне документування досліджуваного зразка взуття, оцінювання інформації виробника про взуття, органолептичне оцінювання взуття.

Для спрощення роботи товаровознавця-експерта, який буде оцінювати взуття, і мінімізації затрат часу для оцінювання однієї пари взуття, у графі 3 табл. 1 („Результат”) ми свідомо передбачили, окрім рядків №1-№3, лише полярні результати: наявний-відсутній (+/-); при цьому знак (+) завжди означав позитивну оцінку, що полегшувало остаточний підрахунок. У правильності такого підходу ми переконались пізніше, коли, набувши певного досвіду, товаровознавці-експерти, у числі яких були не лише кандидати наук та аспіранти, але і студенти магістратури, працюючи у парі, витрачали на повне оформлення однієї анкети (45 характеристик) лише до 10 хв. Це дозволило за відносно короткий проміжок часу отримати значний масив інформації для подальшого ґрунтовного аналізу і комплексних висновків.

**Результати органолептичного оцінювання взуття\***  
**магазин № \_\_\_\_\_ ТЦ \_\_\_\_\_**

Фотографія взуття

Подати до взуття заводську упаковку (коробку)

№	Параметри оцінювання	Результат (+/-)
1	2	3
1.	Назва взуття виробником (переписати з коробки)	
2.	Гарантійний строк експлуатації, днів	
3.	Ціна, грн	
4.	Наявність етикетки	
5.	Реквізити етикетки:	
	розмір взуття	
	повнота взуття	
	товарний знак виробника взуття	
	колір верху взуття	
	модель взуття	
	№ контролера ВТК	
	стандарт, за яким взуття виготовлено	
	дата випуску взуття	
6.	Стійкість жорстких підносків	
7.	Якість строчок деталей верху	
8.	Парність деталей верху взуття і прикрас	
9.	Якість ЗЗР (шва)	
10.	Установка каблука	
11.	Стан жорсткого задника	
12.	Парність взуття (за розміром)	
13.	Висота каблука	
14.	Маркування всередині взуття	
	розмір взуття	
	повнота взуття	
	товарний знак виробника взуття	
	модель взуття	
	№ контролера ВТК	
	стандарт, за яким взуття виготовлено	
15.	Парність взуття	
16.	Стан підошви:	
17.	маркування розміру	
18.	маркування повноти	
19.	Парність підошов	
20.	Пружність геленка	
21.	Щільність прилягання підошви	
22.	Функціонування пристосувань	
23.	Клапан під замком	
24.	Стан підкладки	
25.	Стан устілки	
26.	Стійкість взуття на столі	
27.	Наявність у коробці	
	інструкція із догляду	
	змінні набійки	
	засоби для експлуатації і догляду	
	інше	
28.	Критичні недоліки	
	Загальний результат	+ (шт.) / - (шт.)

\*таблиця розроблена авторами

Оскільки остаточний варіант анкети розробляли товаровознавці взуття, то виконання кожного пункту анкети у самій анкеті детально не описане, а знайоме з товаровознавства взуття. Наприклад, виконання п. 16 табл. 1 „Стан підошви” означає, що експерт повинен перевірити: стан ходової поверхні підошов, їх обробку, відсутність горбиків і западин від неправильного простилання сліду, виступання голівок цвяхів над площиною підошви, розташування скріплювачів у взутті шпилькових методів кріплення, якість закривання порізки на шкіряній підошві ниткового методу кріплення, відсутність виступання стібків, обробку фронту каблука та його розміщення, чіткість маркування розміру і повноти.

Для використання анкети іншими дослідниками – нами розроблена спеціальна інструкція із заповнення анкети, де чітко вказано, як саме потрібно виконувати кожен пункт анкети. Це, передусім, необхідно для забезпечення однакового підходу до оцінювання взуття різними експертами.

Крім цього, користування анкетною передбачало певний алгоритм. Зокрема, оцінювання взуття розпочиналось із загального оцінювання упаковки – коробки, в якій взуття продають споживачеві; при цьому, як і вимагає чинний стандарт, факт наявності-відсутності заводської коробки для кожної пари взуття не лише впливав на оцінку якості кожної пари взуття як товару, а й у подальшому брався

до уваги при формуванні адміністрацією рейтингу магазинів даного павільйону в конкурентному середовищі досліджуваного торгового комплексу.

Подальшим етапом дослідження було фотографування кожної пари взуття і привласнення їй умовного шифру, який знеособлював досліджувану пару взуття, анулював будь-які впливи на подальшу оцінку і, на нашу думку, збільшував об'єктивність загального висновку.

Анкета (табл. 1) містила 28 показників на першому рівні, але окремі з них були деталізовані на другому рівні. Так, на першому рівні оцінювалися вказані на коробці реквізити: назва взуття, гарантійний строк експлуатації (вноситься в анкету з офіційної інформації даного торговельного підприємства, павільйону тощо), ціна, наявність етикетки. На другому рівні окремі показники першого рівня деталізували. Наприклад, на етикетці перевіряли такі реквізити: розмір взуття, повнота взуття, товарний знак виробника взуття, колір матеріалу верху взуття, модель взуття, номер контролера ОТК виробника взуття, стандарт (за яким виготовлено взуття, дату випуску взуття).

Окрім оцінювання рівня якості конкретної пари взуття отримані анкети дозволили порівняти торговельний асортимент взуття окремих роздрібних торговельних точок (магазинів, павільйонів тощо), а також окремих великих торговельних комплексів, кожен з яких містив кілька сотень торговельних точок.

Дуже важливим результатом органолептичного оцінювання взуття ми вважаємо сформований масив виявлених недоліків, що мають місце у сучасному взутті та можливість групування й аналізу цих недоліків за найважливішими у товаровзнавстві взуття ознаками – причинами виникнення, можливістю і доцільністю усунення, країнами виробниками тощо. Наприклад, найпоширенішими дефектами, які виявили експерти, були: неналежно закріплений каблук; взуття, непарне за розміром (різниця напівпар – понад 4 мм); щілини між деталями низу взуття; механічні пошкодження підкладки; неналежне з'єднання швів; дефекти швів (пропуски стібків, надмірно втягнута нитка, не втягнута нитка, повторні стібки, непаралельність лінії шва до краю деталі заготовки верху); нерівно вклеєна устілка; складки на устілці; різна висота танкетки у напівпарах взуття (понад 5 мм); щілини між підшовою і матеріалом верху взуття по лінії грані сліду (понад 2 мм); непарність взуття за розміром (розпарування); розшарування устілки.

Крім цього, створено масив недоліків взуття, що не погіршують його експлуатаційні властивості, проте значно погіршують зовнішній вигляд, а також таких, що очевидно будуть впливати на комфортність взуття при експлуатації.

Отримані дані про недоліки взуття особливо важливі тому, що за останні 20 років практично відсутні публікації про товаровзнавче оцінювання взуття у торгівлі.

#### 4. Висновки

На сучасному ринку взуття існує об'єктивна необхідність оптимізування його торговельного асортименту в системі "ціна-якість". Ця робота може бути виконана на належному рівні лише із залученням товарознавців взуття. Для градації торгової мережі за рівнем оптимальності торговельного асортименту взуття у дослідницькій діяльності достатньо використати максимально адаптовані до умов конкретного торгового підприємства (торговельного комплексу тощо) органолептичні методи оцінювання рівня споживчих властивостей взуття. Результати такої діяльності мають практичне значення для торгівлі і споживачів взуття, а також важливі для наукового аналізу рівня якості сучасного торговельного асортименту взуття. Тому отриманий масив інформації потребує глибокого комплексного аналізу з позицій сучасного товаровзнавства і потреб національного ринку взуття, що інтегрується до євроринку цього товару.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кушнір М. К. Кафедрі товаровзнавства непродовольчих товарів – 55 років / М. К. Кушнір. // Вісник ЛКА, Випуск 5 – Львів: Вид-во ЛКА, 2002. – С. 205-214. – (Серія товаровзнавча).
2. Попович Н. І. Дослідження споживчих властивостей спортивного взуття для скейтбордингу : автореф. дис. канд. техн. наук : 05.18.15 / Н. І. Попович. – Львів: ЛКА. 2012. – 22 с.
3. Катрук М. І. Формування і оцінювання споживчих властивостей взуття спеціального для захисту від вібрації : автореф. дис. канд. техн. наук : 05.18.08 / М. І. Катрук. – Львів: Львів. комерц. акад. 2014. – 20 с.
4. Беднарчук М. С. Товарознавчі аспекти формування національного ринку взуття : монографія / М. С. Беднарчук. – Львів : Вид-во ЛКА, 2009. – 476 с.
5. Половніков І. І. Теоретичні та експериментальні дослідження споживчих властивостей спортивного взуття для скейтбордингу : монографія / І. І. Половніков, Н. І. Попович, М. С. Беднарчук. – Львів: Вид-во Львівської комерційної академії, 2012. – 404 с.
6. Половніков І. І. Дослідницькі технології у виробництві спеціального взуття : монографія / І. І. Половніков, В. І. Андрушак, М. С. Беднарчук – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2014. – 368 с.
7. Еремеева Н. В. Формирование оптимальной структуры функциональных свойств обуви / Н. В. Еремеева, Т. Н. Гаврилова, Ф. А. Петрище // Формування і оцінювання асортименту, властивостей та якості непродовольчих товарів: Матеріали І-ї міжнародної наук.-практ. конф. : (Львів, 22 листопада 2013 року) : тези доповідей : у 3 ч. Ч.ІІ / [відп. ред. П. О. Куцик]. – Львів : Львів. комерц. акад., 2013. – 159 с. – С. 20-22.
8. Стойкова Теменуґа. Современные аспекты развития товароведной науки / Теменуґа Стойкова // Формування і оцінювання асортименту, властивостей та якості непродовольчих товарів: Матеріали І-ї міжнародної наук.-практ. конф.: (Львів, 22 листопада

да 2013 року) : тези доповідей : у 3 ч. Ч.I / [відп. ред. П. О. Куцик]. – Львів : Львів. комерц. академія, 2013. – С. 12-14.

9. Heinz W. Adams/Helmut Radermacher (Hrsg) Qualitätsmanagement strategie – Structu – Systeme (Edition Dlickbuch Wirtschaft, FAZ Wirtschaftsverlag, 1994.

10. Взуття. Терміни та визначення : ДСТУ 2157-93. – [Чинний від 1994-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1994. – 69 с. – (Національний стандарт України).

11. Взуття. Номенклатура показників якості : ДСТУ 3485-96. – [Чинний від 1998-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1998. – 16 с. – (Національний стандарт України).

12. Взуття. Методи визначення лінійних розмірів: ДСТУ 3164-95. – [Чинний від 1996-01-07]. – К. : Держстандарт України, 1995. – 30 с.

13. Взуття. Маркування, пакування, транспортування і зберігання : ДСТУ 4142-2002. – [Чинний від 2004-01-07]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 17 с. – (Національний стандарт України).

14. Непродовольчі товари. Споживче маркування товарів легкої промисловості. Загальні правила : ДСТУ 4519:2006. – [Чинний від 2007-10-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 22 с. – (Національний стандарт України).

15. Пакування та маркування. Терміни та визначення : ДСТУ 2887-94. – [Чинний від 1996-01-01]. – К.: Держспоживстандарт України. –1994. – 20 с. – (Національний стандарт).

16. Якість продукції. Оцінювання якості. Терміни та визначення : ДСТУ 2925-94. – [Чинний від 1995-01-01]. – К.: Держспоживстандарт України. – 1995 – 28 с. – (Національний стандарт).

17. Система управління якістю. Основні положення та словник : ДСТУ ISO 9000-2001. – [Чинний від 2001-01-01]. – К.: Держстандарт України. – 2001. – 27 с.

18. Розміри взуття. Система класифікації за повнотою : ДСТУ ISO/TR 3836-2001. – [Чинний від 2003-01-01]. – К.: Держстандарт України. – 2003. – 6 с.

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