

## РЕЗУЛЬТАТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРОЗНАВЧИХ ХАРАКТЕРИСТИК СПОРТИВНОГО ВЗУТТЯ

*Анотація.* Розглянуто результати соціологічного дослідження показників споживних властивостей спортивного взуття для скейтбордингу, запропоновано шляхи вдосконалення окремих з них.

*Ключові слова:* якість, споживні властивості, спортивне взуття для скейтбордингу, соціологічне дослідження

Popovich N., Polovnikov I., Koval M.

## RESULTS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH OF COMMODITY EXPERT CHARACTERISTICS OF SPORT SHOES

*Summary.* The results of the sociological studies of the indicator of consumer properties of athletic shoes for skateboarding are considered. The ways of improving some of them are suggested.

*Keywords:* quality, consumer properties, sports shoes for skateboarding, a sociological studies

### 1. Вступ

У сучасних умовах важливим аспектом взаємодії суб'єктів господарювання є використання методів та механізмів, які пропонують на ринок товари відповідно до конкурентного середовища.

Відомо, що споживчий ринок взуття є одним із структурних елементів товарного ринку, основною функцією якого є забезпечення населення взуттям, при цьому, враховуючи потреби та вимоги споживачів до цього взуття, що спричинить наступне – вітчизняний ринок взуттєвих товарів національного виробництва з високим рівнем чотирьох основних характеристик товару: якісної, кількісної, асортиментної та цінової [1].

З іншого боку, споживачі постійно вказують на необхідність удосконалення якості взуття як сукупності окремих, чітко означених властивостей, які забезпечують здатність конкретної пари взуття задовольняти потреби конкретного споживача.

Для встановлення вимог споживачів до окремих груп взуття і потреб ринку у відповідному взутті доцільним вважається використання розвідувального або пілотажного соціологічного дослідження [2].

У вітчизняних наукових джерелах недостатньо висвітлені проблеми виробництва й удосконалення якості спортивного взуття, вирішення яких забезпечує його конкурентоспроможності на внутрішньому ринку і створює перспективи виходу на світовий ринок. На сьогодні національний ринок спортивного взуття представлений переважно імпортною продукцією [2].

Постійне зростання числа людей, які активно займаються фізичною культурою і аматорським спортом, в останні роки спричинило не тільки зростання потреби у відповідному взутті, але й значні зміни у вимогах до його споживних властивостей, асортименту, якості тощо. Тому для задоволення потреб спортсменів і аматорів спорту у взутті на-

лежної якості об'єктивно потрібно збільшити вітчизняне виробництво вже існуючих видів взуття, зокрема, за рахунок вдосконалення його споживних властивостей шляхом розробки принципово нових конструкцій, різновидів тощо [3].

У цій роботі ми обмежуємось пошуком шляхів вдосконалення асортименту і споживних властивостей спортивного взуття національного виробництва на основі результатів соціологічних досліджень товарознавчого спрямування.

### 2. Результати дослідження

Для вирішення означеного завдання нами спільно з фахівцями Українського науково-дослідного інституту шкіряно-взуттєвої промисловості, виробниками взуття (ТЗОВ "Мокасин", м. Львів), вченими-товарознавцями Вищого навчального закладу "Полтавського кооперативного університету економіки і торгівлі" були розроблені спеціальні анкети і проведено опитування 102 респондентів.

Респондентами стали: спортсмени-скейтбордисти (ті, хто професійно займається даним видом спорту), скейтбордисти-аматори (ті, хто займається скейтбордингом як різновидом фізичної культури, способом активного відпочинку тощо), пересічні споживачі (люди, які використовують взуття для скейтбордингу у якості повсякденного через його популярність і моду) і торгові працівники торгівлі, які здійснюють продаж даного виду товару.

В анкеті використано метод ранжирування показників: найвагомішому показнику присвоювався ранг 1, а найменш вагомому – 10. Крім методу ранжирування, в анкеті використаний метод вибору правильної відповіді із запропонованих варіантів відповідей, який дозволив отримати детальнішу інформацію про респондентів.

З метою вирішення проблеми задоволення потреб і попиту населення у взутті для скейтбордингу шляхом встановлення основних критеріїв які, на

думку розробників, мають найвагоміше значення для сучасного покупця взуття для скейтбордингу: вартість; гарантійний строк експлуатації; матеріали верху і підкладки; країна, у якій виготовлено взуття; рейтинг взуття даного виробника серед виробів-аналогів; зовнішній вигляд і привабливість; рекомендації щодо вибору взуття за розміром і повнотою; рекомендації щодо експлуатації та догляду; фірма-виробник взуття.

Для вирішення завдання покращання споживних властивостей взуття для скейтбордингу сформульовано додаткові питання (наприклад, які деталі найбільше зношуються у взутті для скейтбордингу в процесі експлуатації тощо).

Для вирішення завдання оцінювання соціально-вікових категорій споживачів взуття для скейтбордингу були сформульовані питання, які дозволяють отримати необхідну інформацію про респондентів: частота купівлі взуття для скейтбордингу; вік; стать; постійне місце проживання; приблизна ціна взуття для скейтбордингу, яку може заплатити даний споживач.

Найменш вагомими критеріями (мають суму рангів у відсотках від 12 % до 14 %) є зовнішній вигляд і привабливість взуття, країна-виробник взуття, фірма-виробник взуття, рейтинг взуття даного виробника серед виробів-аналогів.

Найбільш вагомим одиничним критерієм вибору взуття для скейтбордингу під час його купівлі для споживачів є вартість (ранг 1), а найменш вагомим критерієм – рейтинг взуття даного виробника серед виробів-аналогів (ранг 10). При цьому різниця між цими полярними критеріями доволі суттєва: сума рангів за всіма респондентами (367) і сума рангів у відсотках (7 %) найбільш вагомому критерію (вартість взуття) практично удвічі перевищує ці ж показники (відповідно – 779 і 14 %) критерію найменш вагомому (рейтинг взуття даного виробника серед виробів-аналогів).

У табл. 2 подано результати оцінювання респондентами зношування взуття для скейтбордингу в процесі експлуатації.

Дані табл. 2 показують, що найбільше при ек-

Таблиця 1

**Критерії вибору споживачем взуття для скейтбордингу**

Найменування характеристики	Сума рангів за всіма респондентами, г	Сума рангів у відсотках, %	Ранг*
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Вартість	367	7	1
Гарантійний строк експлуатації	373	7	2
Матеріали верху і підкладки	394	7	3
Матеріали підошви	417	7	4
Країна, у якій виготовлено взуття	567	10	5
Рейтинг взуття даного виробника серед виробів-аналогів	658	12	7
Зовнішній вигляд і привабливість	582	10	6
Рекомендації щодо вибору взуття за розміром і повнотою	725	13	8
Рекомендації щодо експлуатації та догляду	779	14	10
Фірма-виробник взуття	755	13	9

*\*В даному випадку, з метою уникнення однакових рангів, ранг присвоювався відповідно до значення суми рангів за всіма респондентами, оскільки сума рангів у відсотках для певних характеристик становить однакове значення.*

Результати обробки анкетних даних відображені в таблицях 1 – 5.

У табл. 1 подані результати опитування респондентів щодо критеріїв вибору взуття для скейтбордингу під час його купівлі.

З даних табл. 1 видно, що при купівлі взуття для скейтбордингу споживачі керуються трьома умовними групами критеріїв.

Найбільш вагомими критеріями купівлі взуття для скейтбордингу (мають однакову суму рангів у відсотках – 7 %) виявилися вартість, гарантійний строк експлуатації, матеріали верху і підкладки, матеріали підошви; вони разом становлять 40 % усіх обраних для оцінювання критеріїв.

Критеріями середнього рівня вагомості варто вважати рекомендації щодо вибору взуття за розміром і повнотою та рекомендації щодо експлуатації взуття і догляду за ним (мають однакову суму рангів у відсотках – 10 %); вони разом становлять 20 % усіх обраних для оцінювання критеріїв.

платуації взуття для скейтбордингу зношується підошва з ходової поверхні (ранг 1). Тому покращання зносостійкості підошви варто вважати найбільш вагомим елементом забезпечення високого рівня споживних властивостей взуття для скейтбордингу. Найменше у взутті для скейтбордингу фізично зношується жорсткий задник (ранг 10).

Дані табл. 2 дуже чітко характеризують особливості зношування окремих деталей і вузлів взуття для скейтбордингу, порівняно із звичайним взуттям. Наприклад, інтенсивного фізичного і ще більш інтенсивного морального зношування у взутті для скейтбордингу, порівняно зі звичайним взуттям, зазнають шнурівки: вони порівняно швидко виходять з ладу через значне навантаження і дещо надмірну довжину, а також старіють через швидкі зміни у тенденціях моди при катанні на скейтбордах (тому Інтернет-магазини часто повідомляють про розпродажі колекційних нових шнурівок, які вийшли з моди).

Таблиця 2

## Зношування деталей взуття для скейтбордингу в процесі експлуатації

Назва деталі взуття для скейтбордингу	Сума рангів за всіма респондентами, г	Сума рангів у відсотках, %	Ранг*
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Підшва з ходової поверхні	307	5	1
Підшва збоку	341	6	2
Підшва по грані сліду (метод кріплення)	381	7	3
Матеріал верху у носковій частині	434	8	4
Матеріал верху в частині союзки	578	10	5
Матеріал верху збоку	597	11	6
Жорсткий підносок	631	11	7
Шнурівки	703	13	8
Шви, що з'єднують деталі верху	743	13	9
Жорсткий задник	895	16	10

\*В даному випадку, з метою уникнення однакових рангів, ранг присвоювався відповідно до значення суми рангів за всіма респондентами, оскільки сума рангів у відсотках для певних характеристик становить однакове значення.

Таблиця 3

## Цінова категорія взуття для скейтбордингу та частота його купівлі

Частота купівлі взуття для скейтбордингу.	Кількість респондентів, які купують взуття з вказаною періодичністю, осіб	Приблизна ціна* однієї пари взуття для скейтбордингу, грн.	Кількість респондентів, що купують взуття даної вартості, осіб
Щосезону і частіше	24	До 500	10
Один раз у рік	29	500 – 1000	50
За потребою	47	1000 – 1500	39
Стихийно	2	Понад 1500	3
<i>Всього</i>	<i>102</i>	<i>Всього</i>	<i>102</i>

\*Ціни сезону весна-літо 2012 р.

Додаткова інформація про особливості купівлі взуття для скейтбордингу подана у табл. 3-4.

З даних табл. 3 видно, що найчастіше взуття для скейтбордингу споживачі купують за потребою, вартістю від 500 до 1000 гривень за 1 пару взуття.

Таблиця 4

## Статеві-вікова характеристика респондентів та місце їх проживання

Стать та середній вік.	Кількість осіб	Постійне місце проживання.	Кількість, осіб
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Жіноча	39	Обласний центр	15
Чоловіча	63	Районний центр, місто, смт	56
Середній вік – 19 років	102	Село	31

З табл. 4 видно, що основними покупцями взуття для скейтбордингу є хлопці віком 19 років, які проживають, переважно у районних центрах, містах та селища міського типу.

Усі респонденти, які брали участь у даному соціологічному дослідженні спортивного взуття для скейтбордингу, умовно було поділено на 4 групи (табл. 5).

## Умовний поділ респондентів

Таблиця 5

Групи респондентів	Кількість осіб	Частка, %
Спортсмени-скейтбордисти	12	12
Аматори	39	38
Пересічні споживачі	40	39
Торгові працівники	11	11
Загальна кількість респондентів	102	100

З даних табл. 5 видно, що найбільшу частку серед опитуваних респондентів зайняли пересічні споживачі і аматори скейтбордингу.

В цілому результати опитування споживачів взуття для скейтбордингу показують, що в нинішній економічній ситуації, як і рік [4], найвагомим критерієм вибору залишаються вартість взуття і гарантійний термін його експлуатації.

Крім цього, результати соціологічного дослідження підтверджують стабільний попит споживачів на вироби порівняно невисокої вартості, які мають достатньо високий рівень експлуатаційних властивостей.

З іншого боку, високий рівень експлуатаційних властивостей взуття для скейтбордингу не може повноцінно забезпечити загальну високу якість окремих моделей чи колекцій цього взуття (комплексний показник), а є лише її складовою частиною. Таким чином, якісне взуття для скейтбордингу споживач продовжує розуміти як взуття з комплексом споживних властивостей високого рівня, ієрархія яких варіює відповідно до призначення і умов експлуатації конкретної пари взуття [5].

За результатами опитування видно, що найбільшого зношування у даному взутті зазнає підошва, що можна пояснити виключно особливими умовами експлуатації, які передбачають традиційне зношування підошви (ходьба по асфальту, парку тощо) і зношування під час катання на скейтборді (зношування за рахунок тертя підошви об спеціальний абразивний шар скейтборда). Тому для вирішення проблеми зносостійкості підошви варто постійно враховувати передовий зарубіжний досвід із впровадження новітніх технологій, використання яких вдосконалює пакет матеріалів підошви [6; 7].

Результати опитування показують, що при виготовленні взуття для скейтбордингу потрібно враховувати, що основний потенційний споживач цього взуття – це особи чоловічої статі середнім віком 19 років. Це особливо важливо враховувати при проектуванні вітчизняного взуття для скейтбордингу. Наприклад, при розробці його конструкції враховувати антропометричні особливості стоп цієї віково-статевої групи населення, оскільки відомо, що в молодому віці після одноденного функціонального навантаження на стопу спостерігається збільшення склепіння стопи, а в старому віці – склепіння після такого ж навантаження зменшуються [8].

Важливою особливістю процесу виробництва взуття для скейтбордингу є врахування умов експлуатації: і тих, які негативно впливають на взуття при катанні на скейтборді, і тих, які мають місце при використанні взуття для скейтбордингу у якості повсякденного, оскільки результати опитування показали, найбільша частка респондентів належала до умовної групи – пересічні споживачі. Зокрема, важливим у взутті для скейтбордингу залишається забезпечення належного рівня естетичних властивостей [9].

Враховуючи те, що значну частку споживачів взуття для скейтбордингу становлять школярі, підлітки і молодь, то до важливих функцій цього взуття, на нашу думку, варто віднести виховну функцію, яка полягає у формуванні у скейтбордиста естетичного смаку, надбання ним власних навичок правильного вибору і використання взуття, дбайливого догляду за ним [10].

### 3. Висновки

Соціологічний метод дослідження доцільно використовувати для встановлення основних критеріїв вибору і купівлі споживачами взуття для скейтбордингу. Найбільш вагомими критеріями купівлі взуття для скейтбордингу є його вартість, гарантійний строк експлуатації, матеріали верху і підкладки, матеріали підошви взуття; найменш вагомими – зовнішній вигляд і привабливість взуття, країна-виробник і фірма-виробник взуття, рейтинг взуття даного виробника серед виробів-аналогів.

Важливість при купівлі взуття для скейтбордингу рекомендацій щодо вибору взуття за розміром і повнотою та рекомендацій щодо експлуатації взуття і догляду за ним є об'єктивною підставою для детального розроблення цієї проблеми товарознавцями взуття та розвитку і практичного втілення на цій основі консультативної функції товарознавства.

Споживачі взуття для скейтбордингу стверджують, що найбільше при експлуатації цього взуття зношується підошва з ходової поверхні, найменше – жорсткий задник.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Товарознавство. Терміни та визначення: ДСТУ 3995.
2. Черенкова С. С. Изучение потребительских предпочтений подростков на основе графических тестов / С. С. Черенкова, Н. В. Бекк, А. А. Кривошейцев // Кожевенно-обувная промышленность. – 2009, – №3. – С. 42 – 43.
3. Беднарчук М. С. Товарознавчі аспекти формування національного ринку взуття: монографія / М. С. Беднарчук. – Львів: Вид-во ЛКА, 2009. – 476 с.
4. Попович Н. І. Проблеми якості виробництва вітчизняного взуття для екстремальних видів спорту / Н. І. Попович // Сучасні технології в легкій промисловості та сервісі: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції за участю іноземних вчених, 18-19 травня 2011 р. – Хмельницький: Вид-во “ФОП. Параска”. – 2011. – С. 113.
5. Беднарчук М. С. До питання про гарантії виробників взуття для молоді / М. С. Беднарчук, В. П. Коновал, Н. І. Попович // Легка промисловість. – 2010. – № 3. – С. 37.
6. Попович Н. І. Ієрархія номенклатури показників споживних властивостей спортивного взуття для скейтбордингу / Н. І. Попович // Товарознавчий вісник: Збірник наукових праць; Луцький національний технічний університет. – Луцьк: редакційно-видавничий відділ ЛНТУ, 2012. – С. 227 – 33.
7. 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”).
8. Половніков І. І. Теоретичні та експериментальні дослідження спортивного взуття для скейтбордингу: монографія / І. І. Половніков, Н. І. Попович, М. С. Беднарчук. – Львів: Вид-во ЛКА, 2012. – 404 с.
9. Коновал В. П. Особенности ассортиментов коллодок и обуви на основе исследования стоп молодежной группы / В. П. Коновал // Техническое регулирование: базовая основа качества товаров и услуг: международный сборник научных трудов. – Шахты: издательство ЮРГУЭС, 2008. – С. 94 – 98.
10. Попович Н. І. Особливості споживних властивостей взуття для скейтбордингу / Н. І. Попович // Товарознавство і торгівля в умовах глобалізації економіки: проблеми та досвід: матер. міжн. наук.-практ. конф. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011 – С. 70 – 72.
11. Попович Н. І. Соціальні функції взуття для екстремальних видів спорту / Н. І. Попович, М. С. Беднарчук // II Міжнародна науково-практична Internet-конференція "Сучасний ринок товарів та проблеми здорового харчування", 2011 / Харківський державний університет харчування і торгівлі. – Харків, 2011. – С. 16.