

4. Очеретний В.П. Будівельні матеріали і вироби: навч. посібник / Очеретний В.П. – К.:НМКВО, 1992. – 360 с.
5. Киреева Ю.И. Строительные материалы и изделия / Киреева Ю.И. – М.: Дизайн ПРО, 1998. – 527 с.

УДК 620.2:685.34+339.13

Беднарчук М. С.

РОЛЬ ТОВАРОЗНАВСТВА У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОГО РИНКУ ВЗУТТЯ ДЛЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ

Обґрунтовано та проілюстровано на прикладі взуття для молоді основні напрями використання товарознавчих знань для формування сучасного ринку взуття – формування асортименту взуття, його оцінювання, задоволення потреб споживачів у взутті.

Ключові слова: взуття, ринок, асортимент, класифікація, якість, властивості, товарознавство.

Bednarchuk M. S.

THE ROLE OF COMMODITY SCIENCE IN FORMING MODERN MARKET OF SHOES FOR YOUTH IN UKRAINE

Annotation. There are based and illustrated, on the example of shoes for youth, the main trends of using commodity science skills for forming modern market of shoes – forming set of shoes, valuing the shoes, satisfying consumers needs in shoes.

Key words: shoes, market, set, classification, quality, characteristics, commodity science.

Вступ. Знання про ужиткові предмети постійно супроводжують людину-споживача [1]. Проїшовши стадії механічного накопичення і систематизації, вони у певний період стали активно використовуватися (зокрема, для розвитку торгівлі, виробництва, освічення людини як споживача тощо) і оформились у науку про товари. Вперше у світовому масштабі система знань про товари, які є ужитковими предметами і сировиною, була використана під час створення Гармонізованої системи описування і кодування товарів [2], яка стала одним з основних нормативних документів у світовій системі торгівлі.

Система знань про товари всебічно розвивалась, органічно поєднуючись спочатку з фундаментальними науками (філософія, фізика, хімія, математика), пізніше з економічними (економіка, фінанси тощо), а з часів широкого застосування ЕОМ та глобалізації ринків товарів – і з науками, що вивчають ринки (маркетинг, менеджмент, інформаційні технології).

Сучасна система знань про товари охоплює повний життєвий цикл товару й усі його аспекти (проекування і моделювання, сировина, виробництво, кількісні і якісні характеристики, конкурентоспроможність і екологічність, інформативність, використання і утилізацію) і використовується для формування ринків конкретних товарів і управління ними на основі сучасних методів аналізу й прогнозування [3].

Широке застосування у світовому господарстві знань про товари зумовило виникнення та розвиток широкого кола наукових і навчальних дисциплін, дотичних до знань про товари (матеріалознавства, технологій виробництва, тощо) у навчальних закладах різного рівня практично в усьому світі і передусім у тих країнах, які сформували цивілізовані за змістом і відносно стабільні у розвитку товарні ринки (спочатку – у Німеччині, Японії, США; сьогодні - у Китаї та ін).

Окреслені етапи розвитку знань про товари стосуються також взуттєвих товарів.

Наукові знання про взуттєві товари в Україні сьогодні в умовах становлення та налагодження функціонування національного ринку взуття об'єктивно покликані відіграти належну роль у ринкових процесах, ставши основою наукових концепцій розвитку насамперед найбільш актуальних складників ринку [4-7].

Постановка завдання. Метою статті є дослідити роль товарознавства у формуванні сучасного ринку взуття для молоді в Україні. Сформульовані нами і почерпнуті у наукових публікаціях дані про стан, проблеми і перспективи розвитку знань про товари, з одного боку, і ринок взуття в Україні та Європі, з іншого, привели до формування теоретичних основ і практичних напрямів використання фундаментальних (класичних) і новітніх товарознавчих знань для побудови моделі ефективного функціонування ринку товарів.

Результати досліджень. Системне і ефективне функціонування ринку взуття в Україні може бути забезпечене органічним поєднанням окремих складників, найважливішими з яких на сучасному етапі розвитку національного ринку, зокрема взуття для молоді, є такі.

1. Застосування товарознавчих знань для формування ринкового асортименту взуття.

Це насамперед передбачає аналіз чинного та побудову сучасного, відповідного вимогам ринку, понятійного апарату товарознавства взуття за рахунок аналізу термінологічних баз (тлумачних словників, стандартів на терміни та визначення, етнографічних матеріалів тощо).

Важливим також є аналіз місця системи класифікації взуття за товарознавчими ознаками у формуванні ринку взуття, який передбачає визначення ролі класифікації в процесі пізнання, управлінні асортиментом і формуванні якості взуття; розроблення принципів, методів і правил побудови класифікаційної системи матеріалів для взуття та ринкового асортименту взуття; означення складників класифікаційної системи матеріалів для взуття та їх функцій; аналіз чинних систем класифікації матеріалів для взуття та систем класифікації взуття; розроблення концептуальних напрямів вдосконалення класифікаційної системи матеріалів для взуття і визначення місця класифікації у формуванні інформаційного забезпечення побудови моделі асортименту матеріалів для взуття.

Необхідним є розроблення напрямів оптимізації асортименту матеріалів для взуття (зокрема, стосовно взуття для молоді – це визначення базових значень показників найважливіших споживних властивостей, поліпшення комплексу споживних властивостей пакету матеріалів верху взуття за рахунок ефективних обробок та оптимального поєднання матеріалів тощо), критеріїв і методології оцінювання його оптимальності.

У підсумку необхідно визначити місце товарознавства у формуванні та оцінюванні екологічності взуття для молоді, у формуванні комп'ютерних банків даних про асортимент цього взуття та формулювання сучасних напрямів пошуку інформації про ринковий асортимент матеріалів для взуття для молоді.

2. Використання товарознавства для оцінювання взуття для молоді.

Насамперед необхідним є узагальнення та конкретизація на прикладі взуття для молоді класичних напрямів його оцінювання з позицій товарознавства, а саме - аналіз нормативної бази товарознавчих досліджень взуття для молоді, рівня доброякісності взуття, кількісних параметрів партії імпортного взуття, найважливіших для конкретних віко-статевих категорій молоді споживних властивостей взуття, реальної ринкової новизни конкретних моделей взуття, правильності та надання (присвоєння) коду взуття за чинними системами кодування, конкурентоспроможності конкретної пари взуття в реальному сегменті ринку.

Крім того, класичні напрями оцінювання взуття для молоді необхідно доповнити насамперед соціологічними дослідженнями (у т.ч. через інтерактивне опитування у мережі Internet), дослідженнями з використанням функціонального комплексу «Взуття», застосуванням бенчмаркінгу та комп'ютеризації товарознавчої діяльності на ринку взуття.

3. Товарознавчі складники задоволення потреб у взутті.

Передбачається розробити основні положення та нагромадити і систематизувати відомості для здійснення консультативної функції сучасного товарознавства, створити базу даних про сучасні тенденції формування споживних властивостей взуття та розробити їх на основі взуття для молоді, створити банки даних про вимоги до взуття різних віко-статевих

груп, сезони експлуатації, регіони використання, розробити номенклатуру та визначити ринковий рейтинг виробників взуття.

Особливо важливим є створення регіональних взуттєвих кластерів та розроблення наукових концепцій задоволення потреб у взутті для молоді (зокрема, першим практичним етапом таких робіт є проведені у Західному регіоні антропометричні дослідження стоп молоді).

Висновки. На основі загального аналізу стану ринку широкого спектру товарів легкої промисловості і глибокого аналізу ринку взуття сформульовані окремі теоретичні основи і найбільш актуальні практичні напрями використання фундаментальних (класичних) і новітніх знань про взуттєві товари для побудови моделі ефективного функціонування ринку взуття для молоді. Перспектива подальших наукових досліджень у галузі формування ринку взуття для молоді полягає у розробленні наукових концепцій задоволення реальних потреб окремих віко-статевих груп молоді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Иванов Б.И. Становление и развитие технических наук / Б.И.Иванов, В.В.Чешев. – М.: Наука, 1977. – 272 с.
2. Гармонізована система описування і кодування товарів. – Брюссель, 1983.
3. Кушнір М.К. Кафедрі товарознавства непродовольчих товарів – 55 років / М.К.Кушнір // Вісн. ЛКА. Сер. товарозн. – Вип. 5. – Львів, в-во ЛКА, 2002. – С.205-214.
4. Беднарчук М.С. Товарна експертиза і ринок товарів / М.С. Беднарчук, Б.Д. Семак // Вісн. ЛКА. – Т.2 (частина друга). – Львів: Коопосвіта, 1998. – С.12-21.
5. Кобляков Н.А. Стандартизація: реформа на порозі / Н.А.Кобляков, О.Г.Логинов. – Текстильна промисловість.- 2002. - № 2. – С.11-13.
6. Беднарчук М.С. Товарознавчий консалтинг – актуальний напрям товарозн. діяльності в умовах ринкових відносин. – Вісн. ЛКА. – Сер. товарознав. – Вип. 6. – Львів: в-во ЛКА, 2004. – С.47-52.
7. КОМ. Галузевий інформаційно-аналітичний бюлетень для професіоналів. – Вип. 2.- К.: Укршкірвзуттяпром, 2002. – 29 с.

УДК 620.2:677.494

Сафронова О. В., Уська А. М., Озимок Г. В.

ВИПРОБУВАННЯ СТІЙКОСТІ ПОФАРБУВАННЯ ТЕКСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДО ДІЇ СВІТЛА

Розглянута можливість використання газорозрядних ламп – НІД (High Intensity Discharge) замість ксенонових, передбачених стандартним методом випробування стійкості пофарбування текстильних матеріалів до дії світла.

НІД – лампи випромінюють світло за рахунок утворення електричного розряду між електродами. Вони є значно більш ефективними, економічними, безпечними і простішими в експлуатації.

Ключові слова: текстильні матеріали, світлостійкість, ксенонові лампи, НІД-лампи, світловіддача, спектр випромінювання, колірна температура.