

## КАСТОМІЗАЦІЯ ВЗУТТЯ З ОГЛЯДУ ПІДСИСТЕМИ «ПАКЕТ МАТЕРІАЛІВ – ШКІРА СТУПНІ СПОЖИВАЧА»

**Фордзюн Ю.І.**

*Мукачівський державний університет, Україна  
yurijford@gmail.com*

В умовах глобальної конкуренції кастомізацію (англ. *custom* – споживач, покупець, клієнт, індивід) слід розглядати як більш дієву форму взаємодії між об'єктом та суб'єктом товарних відносин, що спрямована на покращення споживчих властивостей товару. В основі кастомізації лежать принципи *коригування* та *комунікування*, споживач виступає партнером щодо вирішення поставлених завдань.

Саме завдяки такому підходу фірма ЕССО запровадила технологію Resceptor® для запобігання м'язової втомлюваності при ходьбі. Вивчення роботи механорецепторів людини (крок, дотик) з використанням інформаційно-комп'ютерних технологій дозволило суттєво обмежити природні рухи ноги у взутті, тобто значно покращити біомеханіку роботи стопи. Доречно зауважити, що даний виробник – один з небагатьох, хто фактично, «зменшує відстань» між рекламними *уявленнями* щодо комфортності взуття та реальними відчуттями респондентів – споживачів даної продукції. Тому питання відповідності інтересів між *виробником* та *споживачем*, в контексті комфорту, комфортності взуття, його інформаційного забезпечення в тому числі рекламування, потребує відповідного регулювання. Дана проблема набуває особливої актуальності в умовах глобалізації інформаційних ресурсів, про що незаперечно свідчить слоган бренду ЕССО® – Powered by Resceptor technology®, адже сучасні інноваційні розробки базуються на рецепторно-аналізаторних відчуттях *подразників* системи «взуття–споживач–середовище».

При споживанні взуття, в тому числі фірми ЕССО®, (14 респондентів, віком 18-22 роки) було встановлено, що в закритому приміщенні, виключно при сидінні, мають місце незручності, пов'язані з потеплінням та надмірною вологістю. Рецептори шкіри ступні реагують на несприятливі фактори середовища теплої пори року. Дана проблема є особливо актуальною в умовах переважаючого сидячого способу діяльності людини в закритих приміщеннях, в умовах непередбачуваної мобільності та урбанізації при різко виражених факторах глобального потепління.

При кастомізації в якості *об'єкту* дослідження вивчалась підсистема «вкладна устілка-шкіра ступні», її суб'єктивні та об'єктивні чинники, що визначають як захисні функції матеріалу устілки, так і шкіри ступні людини. Простежувались інші, не менш важливі функції шкіри ступні: терморегуляційна, дихальна, бар'єрна, рецепторна, проникаюча через суб'єктивні відчуття респондентів.

Серія досліджень проводилась в два етапи і передбачала:

– використання в якості вкладних устілок для взуття (напівчеревики, кросівки) матеріалів різної природи та походження (10 найменувань: натуральна шкіра, текстиль, штучна шкіра, неткане полотно) різної твердості (від твердої шкіри для устілок до м'якої на основі пористих полімерних матеріалів), а також з різною фактурою поверхні (глянсева, ворсиста, тиснена, з наскрізними отворами). Вкладні устілки вирубались під конкретні розміри носіїв;



– дослідження безпосередніх суб'єктивних психологічних відчуттів, що відображені словесними образами: «потепління стопи», «зайва волога», «м'якість», «твердість», «липкість», «неприємний запах», які суб'єктивно відображають відчуття дискомфорту респондентів при використанні відповідних устілок. Отримані результати підтверджують, що зайва волога у взутті, зумовлена порушенням потовиділення ступні, впливає на тактильні відчуття споживачів. Встановлено, що пористі та м'які вкладні устілки з полімерних матеріалів, попри позитивні тактильні відчуття, викликають відчуття дискомфорту з відповідними словесними образами: «зайва волога», «липкість», «неприємний запах». Натомість для вкладних устілок, виготовлених з натуральних шкір, в якості дискомфортних має місце словесний образ: «твердість». Ці фактори повинні бути враховані при виборі внутрішніх матеріалів для взуття.