

Особливості споживчих властивостей взуття «Naturalizer»

На основани современных представлений о потребительских свойствах обуви проведен анализ преимуществ и недостатков обуви американского производителя «Naturalizer», которая недавно появилась на рынке Украины.

Ключевые слова: бренд, обувь, потребительские свойства.

On the basis of modern conception about consumer properties of shoes it was made a test about advantages and disadvantages of American producer Naturalizer. Shoes of this producer have recently appeared in Ukrainian market.

Keywords: brand, shoes, consumer properties.

Вступ. На ринку взуття після вступу України до СОТ з'явилося багато різновидів, які раніше продавались лише за кордоном, зокрема – взуття американського виробництва під назвою «Naturalizer». Про переваги і недоліки споживчих властивостей цього взуття у вітчизняного споживача фактично немає інформації, оскільки воно не описане у спеціальній літературі; в навчальній літературі про нього також немає інформації [1–4]. Проте, для поінформованості вітчизняного споживача про зазначене взуття запроваджені Інтернет-джерела [4], в яких, щоправда, відомості про споживчі властивості взуття (товарознавча інформація) мають фрагментарний характер.

Метою статті є: аналіз переваг і недоліків основних споживчих властивостей взуття «Naturalizer»; формування у вітчизняного споживача загального уявлення про цю нову торговельну марку (бренд) взуття.

Результати. Аналітичне дослідження складається з двох частин – розшифрування елементів комфорту взуття і трактування їхнього поєднання з природою.

В 1927 р. у США виробнича компанія «Naturalizer» створює взуття, яке за сучасними уявленнями за статеві-віковим призначенням може бути ідентифіковане як взуття для жінок. Це був революційний крок, оскільки тоді взуття для жінок практично не виготовляли: жіночим взуттям найчастіше була лише зменшена за розмірами копія взуття для чоловіків. Таким чином, компанія «Naturalizer» зуміла заповнити цю прогалину ринку, створивши зручне жіноче взуття, яке відразу ж позиціонувалося як взуття для стильної жінки. І донині цей виробник залишається вірним обраному в ті часи напрямку – створювати стильне і комфортне взуття для жінок.

Відомо, що сьогодні одним з найпоширеніших матеріалів для виготовлення взуття є натуральна шкіра. Так, серед найрізноманітнішого вибору шкір тварин, птахів, риб і рептилій, останнім часом у виробництві взуття і шкіргалантерейних виробів знайшли своє місце текстильні матеріали. Аналіз асортименту взуття на міжнародних виставках довів, що текстильні матеріали використовують практично у всіх видах взуття [5].

Зокрема, традиційно для виготовлення взуття фірма «Naturalizer» використовує хромову шкіру та м'яку замшу, а також унікальні аксесуари, які, на думку творців цього взуття, найкраще передають сутність жіночності й тієї жінки, яка перебуває на прогулянці у відповідному взутті на м'якій підшві, і тієї, яка провадить нараду директорів у чорних класичних туфлях.

Результати досліджень експертів «Stule & Trend» свідчать, що модельна лінія взуття «Naturalizer» інтерпретує останні тенденції моди у те взуття, яке хочуть носити жінки-покупці.

Провідний фахівець рекламного бізнесу 1940-х років Лео Бурнетт назвав взуття «Naturalizer» – «взуття, яке добре носить».

І сьогодні взуття «Naturalizer» характеризують як виключно зручне для використання протягом усього дня. За задумом фірми, зручність взуття забезпечують так звані «п'ять ступенів комфорту» (скорочено №5). Під час створення їх враховано усі пропозиції покупців щодо їхньої уяви про найзручніше взуття.

За технологією пошиття взуття «Naturalizer» є повсякденне і модельне, яке висококваліфіковані майстри виготовляють вручну. П'ять ступенів комфорту гарантують даному взуттю особливу м'якість, гнучкість, міцність, довговічність; це не просто технологія, а цілісний підхід у конструюванні дійсно зручного взуття.

Передусім, взуття №5 включає п'ять базових конструктивних елементів комфорту (рис.1), які забезпечують його зручність, що дає змогу жінці добре себе почувати і мати гарний вигляд впродовж дня:

- ✓ *Особливо м'які устілки забезпечують максимальну гнучкість конструкції під час ходьби (перший елемент)*
- ✓ *Полегшена підшва мінімізує масу взуття і енерговитрати під час ходьби (другий елемент)*
- ✓ *Стійкий каблук і простора носова частина забезпечують ергономічність і рівновагу (третій елемент)*
- ✓ *Допоміжні пружні елементи пом'якшують ударні навантаження на стопу під час ходьби і забезпечують її амортизуювальні властивості (четвертий елемент)*
- ✓ *Паро- і повітропроникна підкладка допомагає уникнути перегріву стопи (п'ятий елемент)*

На думку жінок-покупців, їхнє бажання мати комфортне і зручне взуття не слід супроводжувати масою технічних подробиць. Тому виробники розробили відповідний рекламний хід – асоціювали (рис.2) «систему п'ять елементів комфорту» з елементами природи (англ. Naturalizer – «природа»).

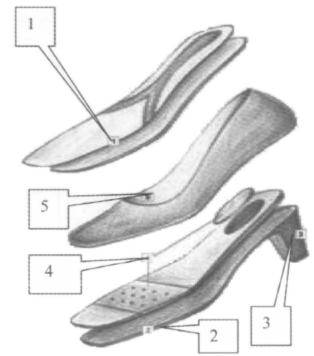


Рис. 1 – Конструктивні особливості взуття № 5



Рис. 2 – П'ять елементів комфорту взуття «Naturalizer», виражені через символи природи

Зв'язок елементів комфорту взуття та елементів природи

Елемент комфорту		Елементи природи	
№	Зміст	Рекламний слоган	Символи природи
1	Максимальна гнучкість конструкції у носково-пучковій частині взуття завдяки особливій конструкції устілки	Будь гнучкою	Вода
2	Майже невагомi підшви полегшують кожен крок	Мала вага	Колоски пшениці
3	Ергономічні п'яткова і носково-пучкова частина сприяють стійкості	Збалансованість	Кам'яна споруда
4	Додаткова пружність під стопою полегшує удари під час ходьби	М'якість в русі	Пісок
5	Внутрішня підкладка, що дихає, допомагає запобігти перегріву	Конструкція, що дихає	Небо

Така асоціативність надала можливість легко і впевнено розповісти жінці-покупцю, наскільки красиво і природно вона почуватиме себе у взутті «Naturalizer». У такий спосіб, створені п'ять елементів комфорту знайшли відображення через елементи природи (див. таблицю).

Спеціальні дослідження показали, що жінки-покупці належно оцінили п'ять елементів комфорту: повсякденний комфорт – найпріоритетніший аспект під час купівлі взуття; жінки-покупці готові платити більше за взуття, яке дійсно забезпечує необхідний рівень комфорту протягом дня; жінки-покупці високо оцінюють факт створення компанією «Naturalizer» цікавого взуття.

Торговельний асортимент взуття «Naturalizer» за основними ознаками товарознавчої класифікації взуттєвих товарів [1] може бути поділений за:

- ✓ Технологією пошиття (повсякденне, модельне)
- ✓ Видами (туфлі, мокасини, черевики, напівчеревики)
- ✓ Матеріалами верху (лицева хромова шкіра, замша, нубук, штучна шкіра)
- ✓ Висотою каблука (без каблука, низький, високий, особливо високий)
- ✓ Кольором (практично усіх кольорів)
- ✓ Оздобленням заготовки (змінна декоративна фурнітура, невід'ємні деталі конструкції)

Особливо важливою складовою характеристики взуття «Naturalizer» для вітчизняного покупця є ціна: станом на 01.02.2012 р. у Львові вона становила від 699.99 грн. до 1999.99 грн.

Проте на це взуття провадяться різноманітні знижки і акції, які значно зменшують ціну і, відповідно, збільшують число покупців.

ВИСНОВКИ

Взуття торгової марки «Naturalizer» успішно реалізується на світовому ринку понад 85 років. Основними перевагами його споживчих властивостей є: зручність, естетичність, відповідність антропометричним характеристикам стопи, надійність, відповідність соціально-психологічним вимогам.

Зазначені переваги потребують ретельнішого товарознавчого дослідження для використання у виготовленні взуття вітчизняного виробництва.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кушнір М.К., Тихонова Н. П. Товарознавство непродовольчих товарів. Частина III. Товарознавство взуттєвих товарів. – К.: НМЦ «Укоопспівта», 2001. – 266 с.
2. Байдакова Л.І. Товарознавство. Непродовольчі товари: Взуттєві і хутряні вироби. К.: Вища школа., 2007. – 183 с.
3. Беднарчук М.С. Товарознавчі аспекти формування національного ринку взуття: монографія. – Львів: Видавництво ЛКА, 2009.- 476 с.
4. Борисова Л. Обувной рынок. – Коженно – обувная промышленность. – 2011.- №4 – с.24
5. Довідник-каталог взуттєвика (Складання заготовок верху взуття) В. В. Олійникова, Н. Я. Біленко, Л. Т. Свістунова. – Київ: Київський Університет технологій і дизайну. 2008. – 370 с.
6. Маркелова А. А., Соколова А. В. Женщина на п'яdestалe. – Коженно – обувная промышленность. – 2010.- №2 – с.16.
7. [Електронний ресурс]. – www.naturalizer.com (офіційний сайт)

Одержано 14.05.2012

БЮЛЕТЕНЬ

ВИЩОЇ АТЕСТАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ УКРАЇНИ



2011

ПРО ЗАРАХУВАННЯ ПУБЛІКАЦІЙ ЯК ФАХОВИХ
(З постанови президії ВАК України від 22.04.2011 р. №1-05/4)

У зв'язку зі зверненням до ВАК України редакцій журналів і збірників наукових праць та, в руховуючи особливий характер цих видань, президія Вищої атестаційної комісії України

ПОСТАНОВЛЯЄ:

... 2. **Зараховувати наукові статті, опубліковані в журналі «Легка промисловість» (Державний комітет промислової політики України, Державне центральне бюро технічної інформації з легкої та текстильної промисловості, Київський державний університет технологій та дизайну) на підставі висновку експертної ради ВАК України з технологій харчової та легкої промисловості, як фахові в галузі технічних наук...**

Перелік усіх фахових видань подано у рубриці «Наукова періодика України» на сайті:

www.nbu.gov.ua