

Рисунок 1 – Шкала отношений для измерения уровня качества новой бумаги

Таким образом, в работе проведена комплексная товароведная оценка фильтровальной бумаги, на основе которой можно утверждать о хорошем качестве и конкурентоспособности новой бумаги. Результаты экспериментальных исследований показывают, что новая фильтровальная бумага на основе целлюлозы из волокон льна масличного имеет улучшенные функциональные свойства и рекомендована для производства и использования.

Список использованных источников

1. Путінцева, С. В. Властивості фільтрувального паперу на основі целюлози з волокон льону олійного: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук: спец. 05.18.08 / С.В. Путінцева. – Луцьк, 2015. – 20 с.

УДК 658.62(476.5)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБУВИ ИЗ СИНТЕТИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

Шевцова М.В., доц., Шеремет Е.А., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Ключевые слова: обувь, потребительская оценка, искусственные и синтетические кожи, потребитель, надежность.

Реферат. В статье представлены результаты проведения и анализа опроса потребителей в виде анкетирования. Целью анкетирования было выявление отношения потребителей к торговой марке «Красный Октябрь» и к обуви из синтетической или искусственной кожи. Потребитель считает обувь торговой марки «Красный Октябрь» удобной и доступной в цене.

На обувном рынке стран ЕАЭС, в том числе Республики Беларусь, наметилась устойчивая тенденция выпуска обуви с верхом из синтетических и искусственных кож. Это относится как к обуви для взрослых, так и к обуви для детей, за исключением некоторых половозрастных групп детской обуви, для которых выпуск обуви из вышеуказанных материалов запрещен Техническим регламентом ТР ТС 007/20011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков».

В городе Витебске, где сконцентрировано большое количество обувных предприятий, объединенных в холдинг «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко», обувь из искусственных и синтетических кож в основном производит ОАО «Красный Октябрь». Существенным преимуществом такой обуви по сравнению с обувью с верхом из натуральных кож, является ее цена.

Однако критерии, по которым потребитель оценивает товар, включают в себя гораздо больше аспектов, чем цена. Для потребительской оценки качества женской и мужской обуви из синтетических материалов, выпускаемой ОАО «Красный Октябрь» был проведен опрос потребителей, проживающих в городе Витебск. В опросе принимали участие как женщины (74 % опрошиваемых), так и мужчины (26 %). 51 % от всех опрошенных составляли люди в возрасте от 21 года до 40 лет.

Первоочередной задачей опроса респондентов являлось выяснение их информированности о торговой марке «Красный Октябрь» и осуществления покупок обуви данного предприятия. Было установлено, что большинство респондентов (56 %) уже приобретали обувь торговой марки «Красный Октябрь», 30 % видели обувь торговой марки «Красный Октябрь», но не приобретали и лишь 14 % никогда не видели обувь торговой марки «Красный Октябрь».

В ходе опроса респондентов также были выявлены основные ассоциации потребителей, связанные с обувью производства ОАО «Красный Октябрь». Причем респонденты должны были указать на самое главное, что характеризует на их взгляд обувь данного производителя. Можно отметить, что в целом обувь предприятия была охарактеризована как надежная и удобная, но не всегда соответствующая современным тенденциям моды. Относительно последнего критерия высказались лишь 29 % опрошенных, причем 3 % из них указали на невысокую цену, как преимущество обуви производства ОАО «Красный Октябрь».

Опрос потребителей, которые осуществили покупку обуви производства ОАО «Красный Октябрь» позволил установить достоинства (рис. 1) и недостатки (рис. 2) данной обуви. Как видно 38 % респондентов не дали ответ или затруднились ответить на вопрос относительно достоинств обуви торговой марки «Красный Октябрь», а 58 % не указали недостатков обуви.

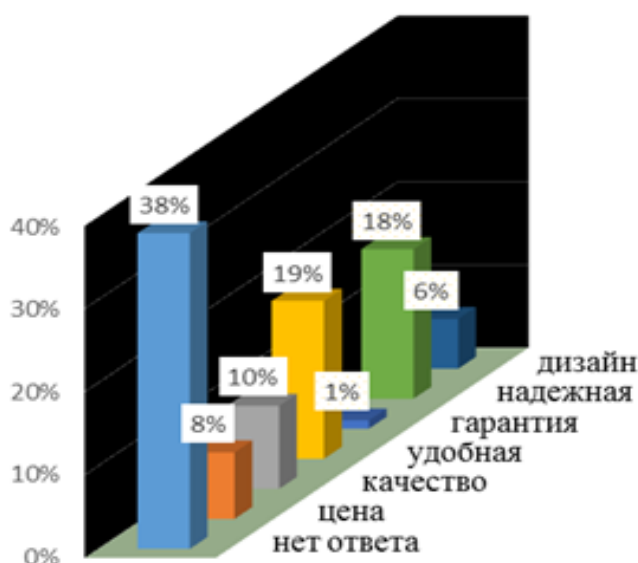


Рисунок 1 – Достоинства обуви торговой марки «Красный Октябрь»

По мнению потребителей, осуществлявших покупку обуви торговой марки «Красный Октябрь», ей присущи такие свойства как надежность и комфортность (удобство) обуви, но отмечается несовременный модельный ряд обуви. К сожалению, на их взгляд (20 % покупателей) предприятие выпускает обувь для более возрастных групп покупателей, нежели для молодежи. Следует отметить, что у потребителей остается уже сложившееся ранее представление о том, что обувь данного производителя не соответствует современному направлению моды, однако в последние годы модельный ряд производимой обуви ОАО «Красный Октябрь» значительно расширился, постоянно изменяется и вполне соответствует современным обувным тенденциям в моде.

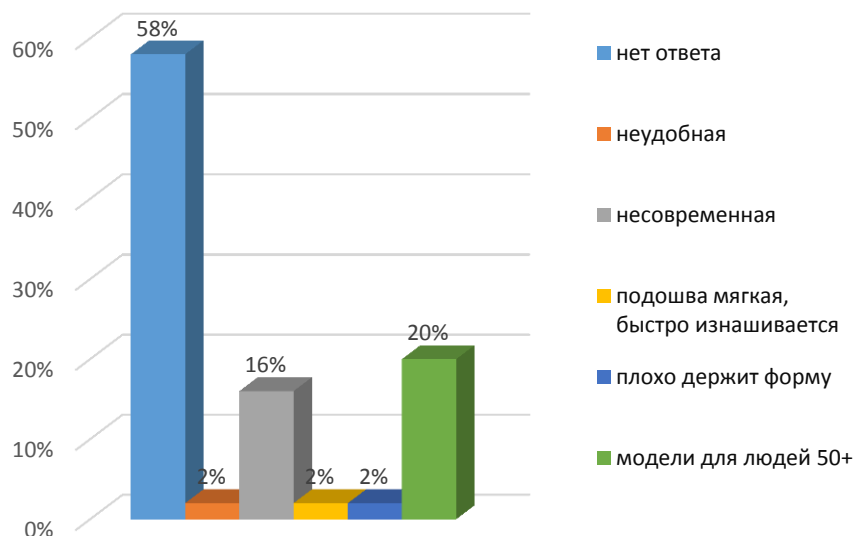


Рисунок 2 – Недостатки обуви торговой марки «Красный Октябрь»

Определиться с потенциальными потребителями обуви с верхом из искусственных и синтетических кож позволил вопрос о том, обувь из какого материала верха они покупают. 51 % участвовавших в опросе ответили, что приобретают обувь только из натуральной кожи. Однако не значительно меньшим оказалось и количество опрошенных, которые покупают обувь из искусственных и синтетических кож (49 %). Основная причина покупки обуви из искусственных и синтетических кож – это доступная цена. Что касается сезонности обуви, то 63 % приобретают обувь из искусственных и синтетических кож для летнего сезона носки, а 30 % – для осенне-весеннего периода. Безусловно, обувь из искусственных и синтетических кож на сегодняшний день пока уступает по комфортности с позиции гигиенических свойств обуви из натуральных кож. Считается, что эта ее особенность не столь важна для летней обуви в виду открытости конструкции. Однако, 37 % опрошенных испытывали дискомфорт при носке обуви с верхом из искусственных и синтетических кож в летнее время, причем у 12 % из них наблюдалось раздражение кожи стопы. А 53 % опрошенных ответили, что ощущения дискомфорта у них отсутствовали.

Как недостатки обуви с верхом из искусственных и синтетических кож среди потребителей, неудовлетворенных ее качеством, при коротком сроке носки отмечается отрыв (отклей) подошв (56 %). При длительной носке указанный дефект также является лидирующим, однако довольно часто в обуви появились трещины на верхе обуви в месте изгиба (так ответили 24 % опрошенных) и трещины в подошве (16 %). На эти моменты производственного качества предприятию следует обратить внимание, чтобы не потерять своего потребителя, считая, что продажа обуви из искусственных и синтетических кож по более низким ценам, может компенсировать недостатки в ее качестве.

Следует также отметить, что ОАО «Красный Октябрь» потеряло свою собственную идентификацию, войдя в холдинг «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко». Потребитель, заходя в фирменные магазины холдинга, не различает, каким именно предприятием произведена та или иная модель. Поэтому предприятию необходимо популяризировать свой имидж и менять отношение потребителя к своим моделям.