

інструмента у ігровій діяльності, з метою визначення базової основи для формування асортименту розмірно – параметричної структури об'ємно – просторових композицій промислових м'яких іграшок.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Шевелев И.Ш. Принцип пропорции. – М.: Стройиздат, 1986. – с.99 – 109.
2. Національний стандарт України. Класифікування іграшок. Настанови. – К.: Держспоживстандарт України, 2008. - с.15 – 17.
3. Быков З.Н., Крюков Г.В., Минервин Г.Б. Художественное конструирование. Проектирование и моделирование промышленных изделий. – М.: Высшая школа, 1986.- с. 22- 45.
4. Рунге В.Ф., Манусевич Ю.П. Эргономика в дизайне среды. – М.: Архитектура – С, 2005. – с. 56 – 77.
5. Волкотруб И.Т. Основы художественного конструирования.- К.: Выща школа, 1988. – с. 66 – 89.
6. Сомов Ю.С. Художественное конструирование промышленных изделий. – М.: Машиностроение, 1967. – с.23 – 44.
7. Миклашевская Н.Н. Рост и развитие ребенка. – М.: МГУ, 1973. – с. 68 – 104.
8. Сперанский В.С. Основы анатомии детского возраста. – Саратовский медицинский институт, 1979. – с. 129 – 130.
9. Патент на корисну модель № 48818. Іграшка – конструктор. Зареєстровано в Державному реєстрі патентів на корисні моделі 12.04.2010.
10. Патент на промисловий зразок № 19530. Іграшка – конструктор. Зареєстровано в Державному реєстрі патентів на промислові зразки 25 вересня 2009 року.

Надійшла 29.06.2010

УДК 685.34(088.72)

## ІНФОРМАЦІЙНІ ТОВАРНІ ЗНАКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ВЗУТТЯ

О.В. ШУМСЬКИЙ, М.С. БЕДНАРЧУК

*Львівська комерційна академія*

*Показана роль інформаційних товарних знаків у підвищенні ефективності інформаційного забезпечення взуттєвих товарів*

В межах розширення та оновлення об'єкту сучасних теоретичних досліджень товарів легкої промисловості (зокрема, взуття) ми проводили тривалі дослідження в галузі інформаційного забезпечення. Як складова частина діяльності на ринку товарів і послуг, інформаційне забезпечення взуття можна розглядати як подання відомостей про нього усім суб'єктам ринку: виробникам, продавцям і споживачам. Такі відомості у сучасній літературі називають товарною інформацією, яку ми трактуємо як структуровану інформацію – сукупність, і водночас різновид двох її видів: довідково-енциклопедичної (науково-технічної) і комерційної інформації. Вона подається всім суб'єктам ринку у всіх можливих формах, всіма можливими засобами, на всіх можливих носіях.

Предметом наших досліджень у галузі товарної інформації були, зокрема, інформаційні товарні знаки (ІТЗ) як структурний елемент товарного маркування, котре, на нашу думку, є основним засобом товарної інформації (ЗТІ). Нами сформульоване власне визначення ІТЗ – це умовні позначення у вигляді сукупності символів, емблем, піктограм, ідеограм та кодів тощо, з допомогою яких частково реалізуються функції товарного маркування як виду ЗТІ. Досліджуючи зміст, функції і класифікацію інформаційних товарних знаків ми встановили, що у сучасному товарному виробничому маркуванні більшості товарів легкої промисловості присутні майже всі групи ІТЗ, однак, найуживанішими є знаки екологічні, попереджувальні, експлуатаційні, знаки відповідності і товарні знаки (знаки для товарів і послуг, які є об'єктом промислової та інтелектуальної власності).

Таблиця 1. Інформаційні товарні знаки для молодіжного взуття

Інформаційний товарний знак	Зміст інформаційного товарного знаку
	Взуття має водонепроникний (водоопірний) пакет матеріалів верху
	Взуття має основну (вкладну) устілку з хорошими (відмінними) характеристиками поглинання і провідності (поту, вологи), захисту, амортизації, рельєфу тощо чи особливими властивостями (бактерицидними, дезодоруючими і т.д.)
	Взуття має жорсткий задник взуття, який щільно облягає п'ятку, утримує її вертикально, унеможливорює ковзання стопи поздовж устілки ("повна п'ятка")
	Взуття повністю закриває стопу, добре її фіксує (жорстко утримує стопу в потрібному положенні), дозволяє регулювати повноту, легко взувати і знімати, має м'який (комфортний) край довкола п'ятки і кісточок
	Взуття має оптимальну жорсткість при згинанні і відмінно утримується (не ковзає) при пересуванні нахиленими поверхнями (підощва взуття має хороші фракційні властивості, еластична, гнучка, міцна і дозволяє стопі здійснювати ті ж рухи, що і при ходьбі босоніж
	Взуття має відмінні амортизаційні властивості («торшон»-конструкція) – нівелює ударні навантаження на стопу, рівномірно розподіляє навантаження на стопу, зменшує втому стопи тощо
	Взуття має підощву оптимальної товщини і максимальної площі опорної поверхні (найкраще утримує рівновагу тіла)

Співвідношення кількості груп знаків та кількості одиниць знаків (окремих символів), які присутні на окремому носії маркування чи в окремому виді товаросупровідного документу, дуже неоднакове і коливається залежно від специфіки товарної групи, виду і різновиду виробу.

Також ми доповнили класифікацію ІТЗ окремою групою – “власне інформаційні товарні знаки”, сформулювавши визначення цього терміну.

Ми трактуємо їх як сукупність умовних позначень (піктограм, символів, ідеограм, кодів тощо), призначених для інформування споживачів і фахівців про особливості окремих споживних властивостей товарів або матеріалів, з яких вони виготовлені, про специфіку їх призначення, конструкційні особливості, видовий чи модельний асортимент виробів тощо. Нами також встановлено, що за класифікацією Ч. Пірса

практично всі знаки цієї групи можна віднести до символічних, тобто тих, для яких зв'язок між формою і змістом встановлюється довільно.

Відзначимо, що дане доповнення пропонується нами, виходячи з переліку та формулювання змісту функцій ЗТІ. З цього погляду ми дослідили інформаційні товарні знаки (пiктограми), які зустрічаються у виробничому товарному маркуванні взуття (табл. 1). Аналіз змісту поданих знаків дозволяє стверджувати, що вони виконують три функції засобів товарної інформації: власне інформаційну – сприяють чіткому, своєчасному і повному доведенні до споживача максимального обсягу відомостей про виріб (взуття); описову – узагальнена характеристика окремих конструктивних особливостей і споживних властивостей взуття; мотиваційно-емоційну – спонукають споживача до обґрунтованого досвідом і знаннями, тобто вмотивованого здійснення покупки взуття, і, таким чином, до ефективного задоволення своїх потреб.

Звідси можна зробити висновок, що вказані ІТЗ сприяють якіснішому інформаційному забезпеченню взуття на сучасному ринку, оскільки подають споживачам товарну інформацію, яка відповідає їх потребам в інформації. З погляду споживача, така інформація повинна захистити його від потенційної шкоди, якої може завдати йому експлуатація недоброякісного та фальсифікованого взуття, і, таким чином, сприяти реалізації прав споживача, гарантованих чинним законодавством.

Надійшла 07.07.2010

УДК 685.34.02

## ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПРОЦЕСУ ЗВОЛОЖЕННЯ МАТЕРІАЛІВ ЗАГОТОВКИ В ЕМУЛЬСІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Г.П. ЯКИМОВА

Хмельницький національний університет

*Здійснено дослідження процесу зволоження взуттєвих матеріалів із застосуванням емульсій розчинників. Розглянуто механізм процесу зволоження з метою визначення впливу змочуваності поверхні на характер протікання процесу*

Виготовлення взуття в сучасних умовах передбачає використання сучасних інтенсифікованих технологій процесів зволоження і сушіння матеріалів заготовки.

Тому дослідження нових способів зволоження матеріалів заготовки як складного гіротермічного і технологічного процесу є актуальним. Особливо цікавим є дослідження способів зволоження, у яких застосовуються різні елементи, що сприяють підвищенню змочуваності молекул колагену, зокрема способи зволоження із застосуванням емульсій розчинників.

### **Об'єкти та методи дослідження**

Сьогодні дуже широко для верху взуття використовують шкіри, які виготовляють за сучасними технологіями, що передбачають в першу чергу покращення експлуатаційних властивостей, підвищення водостійкості взуття в процесі експлуатації, підвищення його зносостійкості та інше. Для цього проводять наповнення дерми різними полімерами, ефект наповнення підсилюється шляхом радіаційної полімеризації структурних наповнювачів; застосовують методи подублювання різними органічними речовинами. В результаті цього досягається блокування вільних аміногруп колагену, що приводить до