**УДК 685.31**

**АСОРТИМЕНТ ШКІРЯНОГО ЧОЛОВІЧОГО МОДЕЛЬНОГО ВЗУТТЯ**

***А. П. Дудка,*** *магістр спеціальності «Товарознавство і комерційна діяльність»*

***Л. І. Молебна,*** *к.т.н., доцент – науковий керівник*

**Ключові слова:** шкіряне чоловіче модельне взуття, асортимент, черевики, напівчеревики, туфлі.

**Постановка проблеми.** Людство завжди надавало взуттю великого значення. Наші предки шили взуття із добре продубленої і фарбованої шкіри, вишивали кольоровими нитками, часто золотими.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Сучасний ринок взуття також вражає своїм розмаїттям, однак українські виробники поступово втрачають на ньому свої позиції, все більше імпортних виробів, більшість з яких не найкращої якості. Конкурентоспроможності українського взуття на ринку найбільшою мірою заважає нелегально ввезена дешева та неякісна продукція виробництва Китаю та інших країн. Взуття європейських виробників досить високої якості і користується великим попитом на українському ринку взуття.

Сучасний асортимент шкіряного чоловічого модельного взуття, досить широкий і призначений для захисту стопи людини від несприятливих дій зовнішнього середовища у відповідності до пори року та кліматичних умов.

**Формулювання мети.** Метою роботи є вивчення асортименту шкіряного чоловічого модельного взуття, що реалізується у магазині «Інтертоп», м. Полтави, вул. Ковпака, 26.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Об’єкт даної роботи: шкіряне чоловіче модельне взуття. Результати досліджень:

– у магазині «Інтертоп» м. Полтави реалізуються черевики, напівчеревики і туфлі, таких фірм як: «Braska» (Велика Британія), «Clarks» (Велика Британія), «Ecco» (Данія), «Vagabond» (Швеція);

– реалізовано за сезонами: осінньо-весняного – 60 %, зимового взуття – 25 %, літнього – 15 %;

– реалізовано за видами: черевики – 35 %, напівчеревики – 45 %, туфлі – 20 %;

– за матеріалами верху реалізовано: із натуральної шкіри – 42 %, із штучної шкіри – 58 %;

– за матеріалами низу: із звичайної гуми – 50 %, із пористої гуми – 20 %, із поліуретану – 30 %;

– за кольором верху чоловіче модельне взуття реалізовується: чорне, коричневе, сіре, комбіноване;

– найбільшим попитом користується і реалізовується чоловіче взуття 41-44 розмірів.

**Висновки:**

* асортимент шкіряного чоловічого модельного взуття різноманітний і складний;
* представлена досить велика частка взуття із натуральної шкіри, з доступною ціною для споживача.

Пропозиції:

* розширити торгову площу магазину;
* підвищити рівень кваліфікації співробітників;
* частіше оновлювати асортимент взуття в магазині;
* підвищувати рівень задоволення потреб споживачів, шляхом урізноманітнення асортименту за матеріалами та конструкцією.

***Список використаних джерел***

1. Байдакова Л.И. Товароведение обувных и пушно-меховых товаров. - М.: Экономика, 1990. – 351 с.
2. Иванов М.Н., Шакланов И.Г., Панасенко В.Н. Товароведение обувных товаров. – М.: Экономика,1990. – 321 с.
3. Кушнір М.К., Тихонова Н.П. Товарознавство непродовольчих товарів. Частина ІІІ. Товарознавство взуттєвих товарів. К.: НМЦ «Укоопосвіта» 2001. – 266 с.
4. Молебна Л.І. Класифікація і характеристика асортименту шкіряного взуття: Текст лекції. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 29с.
5. Молебна Л.І., Поліщук Л.В. Товарознавство одягу та взуття (спеціальний курс): Методичні рекомендації. – Полтава: РВВ ПКІ, 2000. – 67 с.