**План**

I. Товарная информация

1. Виды и формы товарной информации………………………….3

2. Средства товарной информации………………………………...5

II. Резиновая обувь

1. Производство резиновой обуви………………………………..10
2. Материалы для производства резиновой обуви……………...12
3. Методы производства резиновой обуви………………………13
4. Ассортимент резиновой обуви………………………………...14
5. Оценка качества резиновой обуви…………………………….16
6. Проверка маркировки и упаковки резиновой обуви…………18

III. Практическое задание……………………………………………20

IV. Литература………………………………………………………...21

**I. Товарная информация**

Насыщение рынка товарами, расширение и углубление ассортимента являются одним из достижений перехода к рыночным отношениям. Однако потребителю зачастую труд­но разобраться в этом товарном многообразии, сделать ком­петентный выбор достаточной и достоверной информации о каждом наименовании выпускаемых в продажу товаров. Причем необходима информация не только о новых, но и о давно известных товарах.

**1. Виды и формы товарной информации**

Товарная информация — сведения о товаре, предна­значенные для пользователей — субъектов коммерческой деятельности.

Первичными источниками товарной информации и одно­временно исполнителями услуг по информированию про­давцов и/или потребителей о продаваемых товарах явля­ются производители. От того, насколько качественны эти информационные услуги, зависят скорость продвижения то­варов по каналам распределения, интенсивность сбыта, сти­мулирование продаж, создание потребительских предпо­чтений и в конечном счете жизненный цикл товара. В то же время изготовитель не является единственным источ­ником информации. Производственную информацию может дополнять продавец.

В зависимости от назначения товарную информацию подразделяют на три вида: основополагающую; коммерчес­кую; потребительскую.

Основополагающая товарная информация — основ­ные сведения о товаре, имеющие решающее значение для идентификации и предназначенные для всех субъектов рыночных отношений. К основополагающей информации относятся вид и наименование товара, его сорт, масса нет­то, наименование предприятия-изготовителя, дата выпус­ка, срок хранения или годности.

Коммерческая товарная информация — сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназна­ченные для изготовителей, поставщиков и продавцов, но малодоступные потребителю. Эта информация содержит данные о предприятиях-посредниках, нормативных доку­ментах о качестве товаров, ассортиментных номерах про­дукции по ОКП, ТН ВЭД и т. п. Типичным примером ком­мерческой информации является штриховое кодирование.

Потребительская товарная информация — сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений, показывающие выгоды вследствие приме­нения конкретного товара и нацеленные в конечном счете на потребителей. Эта информация содержит сведения о наиболее привлекательных потребительских свойствах то­варов: пищевой ценности, составе, функциональном назна­чении, способах использования и эксплуатации, безопас­ности, надежности и др. Красочные изображения на товаре и/или упаковке также предназначены для усиления эмо­ционального восприятия их потребителями.

Для доведения сведений до субъектов рыночных отно­шений применяют многообразные формы товарной инфор­мации: словесную; цифровую; изобразительную; символи­ческую; штриховую.

Каждая из указанных форм характеризуется как пре­имуществами, так и недостатками.

Словесная информация наиболее доступна для грамот­ного населения, если она дана на соответствующем языке (например, на русском языке для России или одном из язы­ков субъектов Российской Федерации).

К недостаткам словесной информации относится ее гро­моздкость: для размещения ее требуется значительная пло­щадь на упаковке и/или товаре. Для ее восприятия (чте­ния и осмысливания) необходимо время, причем при чрез­мерной насыщенности словесной информации потребитель не может или не хочет тратить много времени на ее осмы­сливание.

Цифровая информация применяется чаще всего для дополнения словесной и в тех случаях, когда требуется количественная характеристика сведений о товаре (напри­мер, порядковые номера продукции, предприятия, масса нетто, объем, длина, даты и сроки). Цифровую информа­цию отличают лаконичность, четкость и единообразие, од­нако в ряде случаев она доступна лишь профессионалам и непонятна потребителям (например, ассортиментные номера продукции, порядковые номера предприятий требу­ют расшифровки с помощью ОКП и ОКПО).

Изобразительная информация обеспечивает зритель­ное и эмоциональное восприятие сведений о товарах с по­мощью художественных и графических изображений непо­средственно товара или репродукции с картин, фотогра­фий, открыток или других эстетических объектов (цветов, животных, насекомых и т. п.) либо иных изображений. Ос­новным назначением этой формы информации является со­здание потребительских предпочтений за счет удовлетво­рения эстетических потребностей покупателей.

К достоинствам изобразительной информации относят­ся наглядность, лаконичность, доступность восприятия, эс­тетичность и эмоциональность. Вместе с тем возможности этой формы по представлению разносторонних сведений очень ограниченны, поэтому она не заменяет, а лишь до­полняет словесную или цифровую информацию.

Символическая информация — сведения о товаре, пере­даваемые с помощью информационных знаков. Символ (от греч. symbolon — знак, опознавательная примета) — ха­рактеристика отличительных свойств товара для краткого отражения их сущности. Для этой формы информации ха­рактерны лаконичность, однозначность, однако их воспри­ятие требует определенной профессиональной подготовки для расшифровки или оповещения потребителя через сред­ства массовой информации, консультации и т. п.

**2. Средства товарной информации**

Средствами товарной информации служат: маркиров­ка; технические документы; нормативные документы; спра­вочная, учебная и научная литература; реклама и пропа­ганда.

Указанные средства информации различаются соотно­шением основополагающей, коммерческой и потребитель­ской информации. Общим для них является наличие осно­вополагающей информации. Так, в маркировке наиболь­ший удельный вес приходится на основополагающую и по­требительскую информацию, а самый низкий — на ком­мерческую.

**Маркировка**

Маркировка — текст, условные обозначения или рису­нок, нанесенные на упаковку и (или) товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для иденти­фикации товара или отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях (исполнителях), количественных и качественных характеристиках товара.

Основные функции маркировки — информационная; идентифицирую-щая; мотивационная; эмоциональная.

Информационная функция маркировки как одного из средств товарной информации является основной. Наиболь­ший удельный вес приходится на основополагающую и по­требительскую информацию, меньший — на коммерчес­кую. При этом основополагающая информация на марки­ровке дублирует тот же вид информации в товаросопро­водительных документах (ТСД). Несовпадение данных основополагающей информации может быть следствием фаль­сификации товаров.

Необходимость такого дублирования обусловлена об­щностью идентифицирующей функции маркировки и ТСД. Однако в отличие от ТСД маркировка предназначена для всех субъектов коммерческой деятельности, а для основ­ной массы потребителей является практически единствен­но доступным средством товарной информации. Поэтому в маркировке удельный вес коммерческой информации зна­чительно меньше.

Идентифицирующая функция маркировки чрезвычай­но важна, так как это обеспечивает прослеживаемость то­варных партий на всех этапах товародвижения.

Эмоциональная и мотивационная функции маркиров­ки взаимосвязаны. Красочно оформленная маркировка, по­ясняющие тексты, применение общепринятых символов вызывают у потребителя положительные эмоции и слу­жат важной мотивацией для принятия решения о покупке товара.

В зависимости от места нанесения различают марки­ровку производственную и торговую.

Маркировка должна соответствовать требованиям стандартов, других нормативных документов.

Производственная маркировка — текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем (испол­нителем) на товар и (или) упаковку и (или) другие носите­ли информации.

Носителями производственной маркировки могут быть этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контроль­ные ленты, клейма, штампы и др.

Этикетки наносятся типографским или иным спосо­бом на товар или упаковку. Кроме того, они могут быть самостоятельным носителем информации, который прикле­ивается или прикладывается к товару. Например, боль­шинство упакованных в производственных условиях продовольственных товаров имеют на упаковке этикетку, на которую текст, рисунки и другая информация нанесены типографским способом. Этикетирование консервных банок осуществляется путем приклеивания бумажной этикетки или нанесения ее литографским способом. Иногда этикетку наносят непосредственно на товар (например, маркировка на донышке посуды, на электробытовых товарах).

Этикетки отличаются значительной информационной емкостью. Кроме текста, они часто содержат изображения, символы. Из всех носителей маркировки этикетка содер­жит наиболее обширные по количеству характеризуемых признаков сведения. Маркировка на этикетках может со­держать пояснительные тексты.

Кольеретки — разновидность этикеток, имеют особую форму, наклеиваются на горлышко бутылок. Кольеретки не несут большой информационной нагрузки, в основном их назначение — эстетическое оформление бутылок. При­меняются для бутылок с алкогольными, безалкогольными напитками и пивом вместе с основной этикеткой, самостоя­тельного значения не имеют. На кольеретке могут быть указаны наименование напитка, изготовитель, год изготов­ления или информационные знаки. Иногда на кольеретках вообще отсутствует информация.

Вкладыши — это разновидность этикеток, отличающиеся от них направленностью товарной информации, предназна­ченные для сообщения кратких сведений о наименовании товара, изготовителе (наименование организации, номер сме­ны). Иногда вкладыши могут содержать краткую характе­ристику потребительских свойств товара, в первую оче­редь — функционального назначения. Тогда вкладыш при­обретает дополнительные функции — рекламного листка или проспекта, но в отличие от них рекламная функция вкладыша не является основной, а реализуется через ха­рактеристику товара. Такие вкладыши часто встречаются в упаковке различных косметических средств. Наиболее часто применяют вкладыши для кондитерских изделий: конфет, печенья, пряников в коробках; для парфюмерно-косметических и лекарственных средств; товаров бытовой химии.

Бирки и ярлыки — носители маркировки, которые при­клеиваются, прикладываются или подвешиваются к това­ру. Для них характерны: меньшая информационная емкость, ограниченный перечень сведений, отсутствие рисунков.

Бирки отличаются от ярлыков меньшей информатив­ностью. Они могут быть очень лаконичными, указывая только наименование либо фабричную марку, либо только назва­ние фирмы-изготовителя.

Ярлыки обычно содержат наименование товара, фирмы изготовителя, его адрес, сорт, цену, дату выпуска, а также ряд идентифицирующих данных. Так, на ярлыках, которые подвешиваются к одежде, указываются артикул изделия, номер модели, размер, дата выпуска. Ярлык может содер­жать фирменный и товарный знаки, другие необходимые условные обозначения.

Контрольные ленты — это носители краткой дубли­рующей товарной информации, выполняемой на неболь­шой ленте и предназначенной для контроля или восстанов­ления сведений о товаре в случае утраты этикетки, бирки или ярлыка. Они могут применяться в дополнение, реже взамен других носителей информации. Особенностью кон­трольных лент является преобладание цифровой или сим­волической информации, цель которой — указание арти­кула изделий, номера модели, размера, сорта, иногда арти­кула тканей, эксплуатационных знаков и др. Контрольные ленты наиболее часто применяются для одежно-обувных товаров, причем у обуви сведения контрольной ленты чаще наносятся на подкладку или внутреннюю часть.

Клейма и штампы — носители информации, предна­значенные для нанесения идентифицирующих условных обозначений на товары, упаковку, этикетки с помощью спе­циальных приспособлений установленной формы.

В зависимости от места нанесения различают клейма и штампы производственные и торговые; от назначения — ветеринарные, товароведные, карантинные и прочие; от формы — овальные, прямоугольные, квадратные, треуголь­ные, ромбовидные.

Клеймение и штампование как способ маркирования применяются для отдельных продовольственных и непро­довольственных товаров. Для мяса и мясопродуктов, вклю­чая субпродукты и жир-сырец, ветеринарное клеймение является обязательным. Клеймят мясные туши убойных животных и тушки птицы. Штампы могут быть нанесены на донышко металлических консервных банок и металли­ческие крышки стеклянных банок, упаковки из полимер­ных и комбинированных материалов для соков, напитков, вина, молока и других продуктов.

Штампы и клейма на непродовольственных товарах или на их упаковке встречаются реже. Но, например, на тканях, на хазовых концах с изнаночной стороны, обязательно должно быть клеймо. Кроме того, штампы, выполненные производственным способом, наносятся на отдельные комплектую­щие детали сложнотехнических товаров (двигатели авто­мобилей, холодильные агрегаты холодильников и др.).

Существует несколько способов клеймения и штампо­вания товаров и упаковок: нанесение клейма или штампа несмываемой краской, разрешенной органами Минздрава РФ; выжигание электроклейма; выдавливание штампов; вдавливание пластмассовых или казеиновых цифр, букв в продукт.

Наиболее распространенный способ, применяемый для большинства товаров, — нанесение клейма или штампа несмываемой краской. Электроклейма выжигают в основ­ном на тушках птиц.

Рельефная маркировка в виде выдавленных букв, цифр, иных условных обозначений встречается на металлических консервных банках, реже на крышках стеклянных банок. Кроме того, этим способом маркируют двигатели автомо­билей, а также некоторые товары сложнотехнического на­значения. Рельефная маркировка встречается и на стек­лянной упаковке (бутылки, банки), иногда на стеклянной посуде (например, на донышке граненых стаканов). Вдавли­вание пластмассовых или казеиновых цифр применяется для маркировки сыров.

К клеймам и штампам предъявляют следующие требо­вания: четкость оттисков клейм; сохраняемость независимо от внешних воздействий; безопасность применяемых спо­собов клеймения и штампования; сохранение товарного вида продуктов и изделий, на которые наносят клейма и штам­пы; соблюдение установленных правил клеймения и штам­пования.

Торговая маркировка — текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем на товарные (или) кассовые чеки, упаковки и (или) товар.

Носителями торговой маркировки служат ценники, то­варные и кассовые чеки. В отличие от производственной торговая маркировка наносится не на товар, а на указан­ные носители или эксплуатационные документы.

Другое отличие торговой маркировки от производст­венной заключается в том, что ее идентифицирующая функ­ция в большей степени связана с указанием данных о про­давце, в меньшей — с информацией о товаре. Это обуслов­лено особенностями носителей торговой маркировки: не­большие размеры, заполнение для каждого товара или по­купки, большие затраты ручного труда на маркирование, ограниченные технические возможности нанесения информационных данных. Благодаря идентифицирующей функ­ции торговая маркировка служит основанием для предъ­явления претензий продавцу в случае выявления дефек­тов товаров и нанесения ущерба потребителю.

Требования, предъявляемые к содержанию торговой маркировки, регламентируются рядом нормативных актов: Правилами продажи отдельных видов продовольственных и непродовольственных товаров (п. 51 — требования к то­варному чеку, выдаваемому при покупке радиотоваров и электробытовых товаров), Типовым положением о приме­нении контрольно-кассовых машин (реквизиты кассового чека). Правила регламентируют также наличие и правиль­ное оформление ценников.

Кассовые чеки и ценники как носители торговой мар­кировки обязательны при реализации всех товаров в орга­низациях розничной и мелкорозничной торговли, общест­венного питания. Разрешается реализация товаров без при­менения контрольно-кассовых машин и вручения покупа­телю кассового чека в случаях, определенных «Перечнем отдельных категорий предприятий, организаций и учреж­дений, которые в силу специфики своей деятельности либо особенностей местонахождения могут осуществлять денеж­ные расчеты с населением без применения контрольно-кас­совых машин».

Товарные чеки применяются только при продаже не­продовольственных товаров, причем Правилами установ­лен обязательный порядок выдачи вместе с погашенным кассовым чеком и товарного чека с обозначением номера (названия) магазина, даты покупки, артикула, сорта, цены только при покупке радио- и электробытовых товаров. При продаже тканей, одежды и обуви покупателю вместе с то­варом в обязательном порядке выдаются кассовый и то­варный чеки с обозначением реквизитов предприятия, даты покупки, цены.

**II. Резиновая обувь**

Резиновой называется обувь, выработанная с верхом из резины и тканей и низом из резины. В группу резиновой обу­ви включается также обувь с верхом и низом из пластмасс.

Главным достоинством резиновой обуви являются влаго­защитные свойства (водонепроницаемость), что позволяет использовать эту обувь в наиболее неблагоприятных услови­ях носки.

Кроме того, резиновая обувь должна соответствовать сле­дующим требованиям:

* соответствовать форме и размерам стопы, если рези­новая обувь надевается на необутую стопу, и определенному виду обуви, если она надевается на другую обувь;
* обладать по возможности небольшой массой и гибкос­тью;
* защищать покрываемую ею обувь либо стопу от дей­ствия влаги; наружные детали резиновой обуви и места их взаимного соединения должны быть непромокаемыми; под действием воды не должно происходить каких-либо измене­ний внешнего вида, прочности и других свойств наружных деталей обуви;
* иметь продолжительный срок носки; в процессе эксп­луатации внешний вид форма и размеры обуви должны со­храняться как можно длительнее;
* по возможности меньше впитывать разлитые загряз­нения, которые должны легко смываться с обуви;
* легко надеваться и сниматься со стопы и хорошо удер­живаться на ней;
* не изменять внешнего вида и потребительских свойств при нормальных условиях хранения до эксплуатации;
* отвечать вкусам потребителей и назначению по внеш­нему виду форме конструкции.

**1. Производство резиновой обуви**

Производство резиновой обуви в настоящее время осу­ществляется тремя основными методами: сборкой (склеива­нием), штампованием и формованием. Общая технологичес­кая схема производства резиновой обуви методами сборки, штампования и формования приведена на рис.1.

**Детали резиновой обуви**

Резиновая обувь состоит из отдельных соединенных одна с другой деталей. Количество, форма, размеры и материалы деталей резиновой обуви отличаются значительным разнообра­зием и зависят от вида обуви и метода ее производства. Наи­большим количеством деталей обладает клееная обувь. Так, клееные галоши собирают из 13-17 деталей, клееные боти­ки из 16-21 деталей. В штампованной и формованной рези­новой обуви количество деталей в 3-4 раза меньше, чем в клееной.

**Рис. 1. Технологическая схема производства резиновой обуви**

По расположению в обуви детали можно разделить на три основные группы: наружные, внутренние и промежу­точные. Наружные детали образуют внешний покров, защи­щающий обувь или стопу от механических и атмосферных воздействий и одновременно определяющий внешний вид обу­ви. Внутренние текстильные детали образуют каркас рези­новой обуви; в процессе носки последней внутренние тек­стильные детали непосредственно соприкасаются с обувью, на которую надета резиновая, или же со стопой (чулком). Промежуточные детали резиновой обуви увеличивают устой­чивость и прочность каркаса обуви, улучшают ее теплоза­щитные свойства, обеспечивают ровность внешней и внут­ренней поверхности обуви, служат для взаимного соединения деталей.

**2. Материалы для производства резиновой обуви**

Основными исходными материалами для производства резиновой обуви служат компоненты резиновых и тряпичных смесей, органические растворители, трикотаж и ткани.

Назначение резиновых смесей в производстве резиновой обуви разнообразное. Обработанная на каландрах резиновая смесь, превращенная в листовую резину, используется для выкраивания наружных деталей верха обуви; из профи­лированной листовой подошвенной резиновой смеси выкраи­вают подошвы обуви; резиновой смесью промазывают и об­кладывают на каландрах текстильные материалы; тряпич­ные смеси служат для обкладки тканей, применяемых на внутренние и промежуточные детали резиновой обуви, или же непосредственно для выкраивания отдельных промежу­точных деталей; резиновая смесь при растворении в органи­ческих растворителях (бензине) дает жидкие и густые клеи (мази), необходимые для промазывания тканей и для склеи­вания деталей при изготовлении резиновой обуви.

Основными компонентами резиновых смесей для произ­водства резиновой обуви являются каучуки, наполнители, вулканизующие вещества, ускорители вулканизации и пиг­менты, регенерат.

Изготовление резиновых смесей в производстве резино­вой обуви по существу совпадает с их получением при выра­ботке резиновых изделии для низа кожаной обуви; различие проявляется лишь в подборе компонентов и их количествен­ных соотношениях. Состав резиновых смесей изменяется в широких пределах в зависимости от их назначения в произ­водстве.

Тряпичные смеси приготовляют смешиванием резиновой смеси с соответствующим образом обработанными невулканизованными обрезками прорезиненных тканей, получающи­мися при выкраивании внутренних и промежуточных дета­лей резиновой обуви. Количественные соотношения резино­вой смеси и измельченных обрезков тканей при изготовлении тряпичных смесей изменяются в зависимости от того, пред­назначаются ли последние для обкладки тканей или для вык­раивания тряпичных деталей.

Из трикотажных материалов используются хлопчато­бумажный трикотаж для подкладки галош, ботиков, сапожек, полусапожек, сапог, чулочная трубка для подкладки формованных сапог и др.

Хлопчатобумажные ткани употребляются на различные детали резиновой обуви: бумазея — на текстильные задники и цветные стельки галош и сапожек, суровый миткаль — на задники, серые ленточки, носки; цветной миткаль — на цвет­ные стельки и другие внутренние детали ботиков и туфель; полубархат, кирза, другие ткани различных цветов — на верх туфель и т. п. Шерстяные ткани применяются на детали вер­ха матерчатых ботиков, а шерстяная байка — на подкладку ботиков, полу высоких и высоких галош.

Конструирование резиновой обуви, предшествующее ее массовому производству, складывается из разработки фор­мы и размеров колодок или соответствующих пресс-форм и построения моделей обуви.

Форма и размеры резиновой обуви определяются ее на­значением. В зависимости от того, предназначается ли она для надевания поверх другой обуви или же на необутую сто­пу, форма и размеры резиновой обуви существенно изменя­ются.

Проектирование резиновой обуви, предназначенной для надевания на необутую ногу, обычно выполняется по образ­цам затяжных колодок, применяемых в обувной промышлен­ности.

**3. Методы производства резиновой обуви**

Для получения резиновой (полимерной) обуви приме­няются клеевой метод, штампование, формование, литье под давлением, жидкое формование и формование из пластизоля (термоформование).

Клеевым методом вырабатывают цельнорезиновую и резинотекстиную обувь, которую собирают (склеивают) на колодке из отдельных деталей. Соединение деталей произ­водится резиновым клеем. Собранную обувь лакируют и вул­канизируют. В клееной обуви подошва и облицовочная ре­зина имеют различную толщину, четко видны места соеди­нения деталей. Метод склеивания применяется при произ­водстве всех видов резиновой обуви, но в последние годы вытесняется другими из-за значительной трудоемкости.

Методом штампования вырабатываются галоши цельнорезиновые. Наружные детали и подошва обуви фор­мируются в прессформе из резиновой смеси. Готовую обувь лакируют и вулканизируют. Штампованные галоши имеют толстые стенки облицовочной резины и поэтому грубые и тяжелые, но отличаются высокой износостойкостью. Внеш­ней отличительной особенностью штампованной обуви яв­ляется наличие следов от прессформы.

Формованием вырабатывают цельнорезиновые сапоги и галоши. При производстве формовой обуви используются жесткие или эластичные сердечники, на которые надева­ется подкладка. Сердечники с подкладкой обкладывают невулканизированной резиной и помещают в прессформу, где обувь приобретает готовый вид и вулканизируется. Формо­ванная обувь выпускается нелакированной и используется для носки в тяжелых условиях. Методом формования при­крепляется также подошва в резинотекстильной обуви.

Литьевой метод применяется при производстве обуви из пластиката поливинилхлоридного (сапоги, галоши).

Метод жидкого формования из микроячеистых поли­уретанов (МПУ) используется при производстве обуви с верхом из тканей, трикотажа, кожи, искусственных обув­ных материалов с подошвой и союзкой из полиуретана. Об­разование подошвы и облицовочных деталей (союзки) про­исходит в форме, в которую поочередно заливают смесь, состоящую из диизоцианатов (компонент А) и гликолей (ком­понент Б). При взаимодействии этих компонентов образует­ся твердая пористая масса, которая затем скрепляется с текстильными деталями обуви. Метод жидкого формования применяется при изготовлении сапог, сапожек, а также двухслойной обуви.

Методом литья из пластизоля поливинилхлоридного (термоформование) вырабатывают полимерную обувь, по внешнему виду напоминающую кожаную. Для получения обуви этим методом используются поливинилхлоридные пласты — пластизоли. При повышенной температуре (180-200°С) частицы пластизоля слипаются и образуют пленку. Бесшовную оболочку обуви из пластизоля получают в гер­метичных полых формах, в которые заливают композицию пластизоля. Формы затем помещают в печи, в которых при нагреве на внутренней поверхности откладывается слой по­лимера требуемой толщины. К полученной оболочке обуви каблук приливают отдельно. Оболочки с каблуком охлаж­дают и соединяют с подкладкой наиритовым клеем.

Термоформование относится к наиболее перспективным методам производства полимерной обуви, а обувь из полиуретана и поливинилхлорида вытесняет резиновую.

**4. Ассортимент резиновой обуви**

Резиновую обувь подразделяют по следующим призна­кам:

* целевому назначению — на обувь бытового потребле­ния, техническую обувь, применяемую в качестве спецодеж­ды, и спортивную;
* характеру использования — на обувь, надеваемую по­верх другой обуви, и на обувь, надеваемую непосредственно на ногу (на чулок, носок);
* полу и возрасту потребителей — на мужскую, женс­кую, мальчиковую, девичью и детскую;
* видам — на галоши, ботики, сапожки и полусапожки, сапоги, ботинки, туфли и полуботинки, сандалии;
* материалу верха — на обувь с цельнорезиновым вер­хом (галоши, чуни, сапожки, полусапожки, сапоги, санда­лии), с текстильным верхом (ботинки, полуботинки) с цель­норезиновым или текстильным верхом (ботики, туфли);
* цвету материалов верха — на черную и цветную;
* высоте каблуков — на обувь с низкими, средними и высокими каблуками;
* методу производства — на клееную, штампованную, формованную и латексную.

Резиновую обувь подразделяют также по фасонам в за­висимости от конструктивных особенностей верха обуви, фор­мы носка (круглый, полукруглый, тупой, широкий, узкий), формы каблука и других признаков.

Рассмотрим основные виды резиновой обуви.

Галоши — один из наиболее распространенных видов резиновой обуви. В зависимости от высоты и конструкции верха галоши подразделяются на мелкие (низкие) — без язычков и с язычками, полувысокие, прикрывающие подъем стопы, и высокие, закрывающие полностью тыльную сторону стопы выше лодыжки. В настоящее время выпускаются в основном высокие галоши.

Высокие галоши вырабатывают мужские и мальчиковые, на подкладке из трикотажного хлопчатобумажного полотна с начесом или из шерстяной байки, с резиновым или тек­стильным задником, с узким носком; они предназначаются дня ношения без обуви или на кожаной обуви в зимнее время. Наряду с различными видами галош, изготовляемых с под­кладкой, выпускаются также клееные и латексные галоши без подкладки, для надевания на валяную обувь.

Особую группу составляют технические галоши, подраз­деляемые на диэлектрические, противокислотные и противощелочные, диэлектрические (высоковольтные) боты с от­воротами и чуни. Последние представляют собой формован­ные изделия типа полуглубоких галош без подкладки, с утол­щенными бортами и подошвами. Технические галоши изго­товляют с нелакированным цельнорезиновым верхом.

Сапожки и полусапожки предназначаются для надевания непосредственно на ногу. Их изготовляют цельнорезиновыми клееными, на подкладке из трикотажного хлопчатобумаж­ного или полушерстяного полотна (подкладка под голенища также из саржи или бумазеи), без застежек, с накладными формованными каблуками, с складными утепленными стель­ками или без них, женские, девичьи и детские. Сапожки вы­пускают различных цветов, преимущественно лакированные, с отделкой (в особенности в обуви для детей) в виде декора­тивных утолщений, накладных (наклеенных) резиновых ук­рашений, фигурных голенищ, бордюров, опушек из меха.

Сапоги, так же как сапожки и полусапожки, предна­значаются для надевания на необутую стопу. Различаются са­поги по высоте голенищ, материалу подкладки и другим при­знакам. Наряду с сапогами без удерживающих приспособлений выпускаются высокие (рыбацкие) сапоги со штаниной, доходя­щие до пояса, и с ушками для продевания поясного ремня

Вырабатываются сапоги с верхом из нелакированной ре­зины, с подкладкой из обрезиненной ткани, специальной ткани для сапог (ТДС), чулочной трубки, трикотажного полотна, саржи и бумазеи (для подкладки под голенища), с формован­ными накладными каблуками, мужские (короткие и высокие) и женские. В небольших количествах изготовляют дру­гие виды сапог: без подкладки; утепленные с прокладкой из губчатой резины, а также с внутренней двухслойной про­кладкой из полушерстяной и шерстяной ткани; морозостой­кие и т. д.

В группе резиновых сапог существенное значение имеет различная производственная специальная обувь: рыбацкие сапоги, горнорудные сапоги, противокислотные и противощелочные сапоги для работы в химической промышленнос­ти, бензостойкие сапоги для работы в нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей промышленности и т. п.

Ботинки предназначаются для надевания на необутую стопу. В настоящее время наряду со спортивными ботинками находят распространение бытовые утепленные ботинки. Их изготовляют преимущественно методом формования, с вер­хом из различных шерстяных тканей и сукон, на подкладке из шерстяной байки (иногда с верхом из утепленных хлопча­тобумажных тканей, дублированных хлопчатобумажной бай­кой), различных видов кроя, на шнурках с блочками или с застежкой "молния", хлястиком на пряжке, клапаном на кноп­ках, с резиновой обсоюзкой, с накладным каблуком (в клее­ных изделиях), с вкладной утепленной стелькой или без нее, мужские, женские и девичьи.

Полуботинки и туфли. В последние годы ассортимент по­луботинок и туфель, вырабатываемых резиновой промышлен­ностью, значительно расширился за счет выпуска наряду со спортивными туфлями туфель для ношения на улице и дома.

Текстильно-резиновые туфли изготавливаются с верхом из различных тканей с различной фактурой и цветовым офор­млением.

**5. Экспертиза (оценка) качества резиновой обуви**

Резиновая обувь должна соответствовать ГОСТам: 126, 5375, 6410, 9155, 14037.

Она должна быть парной; все одноименные детали в паре должны быть одинаковыми по толщине, форме, размерам, положению в обуви и цвету. Требуется, чтобы лаковая пленка на резиновой обуви имела блестящую сухую поверхность. Рези­новая обувь не должна иметь механических повреждений и выступающей на поверхности серы.

Из физико-механических показателей свойств резиновой обуви действующими стандартами нормируются: минималь­ная толщина передовой и подошвенной резины; предел проч­ности при растяжении и относительное и остаточное удлине­ния передовой и подошвенной резины; истираемость подо­швенной резины; прочность отдельных частей резиновой обуви и их взаимного скрепления; водонепроницаемость обуви; от­сутствие трещин в лаковой пленке при растяжении резины на 20%.

Нормы минимальной толщины устанавливаются диф­ференцированно для передовой и подошвенной резины. Для определения толщины передовой и подошвенной резины ее снимают осторожно руками с обуви и далее толщемером с мерительным давлением 2 н измеряют толщину. В резиновой обуви, изготовленной методами штампования и формования, толщину измеряют вместе с текстилем.

Минимальная толщина передовой резины в клееных гало­шах, ботиках, сапожках и туфлях независимо от поло­возрастного назначения равна 0,65 мм. Минимальная толщи­на подошвенной резины в пяточной (каблучной) части клее­ной резиновой обуви в зависимости от половозрастного на­значения и вида обуви находится в пределах 4,8-6,5 мм, а в подметочной части — в пределах 2-3,8 мм.

В штампованных галошах толщина резины (вместе с текстилем) должна составлять в носковой части верха 3,6±0,5 мм, в подметочной части подошвы — 5,7±0,7 мм, пя­точной части подошвы — 8,7±0,7 мм. В формованных сапогах толщина верха должна быть не менее 3 мм в носковой части и 4 мм в пяточной части, толщина низа — не менее 11 мм в подметочной части и 27 мм в каблучной.

Предел прочности при растяжении, относительное и остаточное удлинения передовой и подошвенной резины и истираемость подошвенной резины, характеризующие эксплуатационные свойства деталей резиновой обуви, опре­деляют по общей методике испытания резины.

Прочность отдельных частей резиновой обуви нормиру­ется лишь для клееных галош. В этих галошах предел проч­ности при растяжении отдельных частей проверяют на об­разцах, вырезанных по верхнему краю.

Из показателей прочности связи отдельных частей резино­вой обуви государственными стандартами нормируются от­рыв подошвы от носка и задника (без внутренних деталей) в клееной обуви (галошах, сапожках и ботиках) и отслоение передовой резины от матерчатого или тонкого задника в кле­еных и штампованных галошах.

Для определения прочности связи подошвы с носком и задником из испытуемой клееной обуви вдоль носка и попе­рек задника вырезают соответствующие полоски шириной 10 мм длиной 60 мм, полоски осторожно освобождают от внут­ренних деталей. Подготовленные вырезанные полоски испы­тывают на разрывной машине по принципу расслаивания. Подошвы должны отрываться от носка и задника в галошах ботиках и сапожках при нагрузке не менее 4 н/см.

Прочность связи передовой резины с матерчатым или тонким задником в клееных галошах и резиновой обсоюзки с матерчатым верхом в клееных туфлях определяют на вырезан­ных из обуви полосках аналогично предыдущему. Нагрузка при расслаивании передовой резины от матерчатого или тон­кого задника в клееных галошах должна быть не менее 6 н/см.

Штампованные галоши должны выдерживать не менее 500 циклов надевания и снятия с кожаной обуви без разрыва задника и без отслоения текстильной части задника от облицо­вочной резины.

Водонепроницаемость сапог проверяют скручиванием или перегибанием несколько раз голенища, создавая этим самым воздушное давление внутри сапога, с последующим погружением сапога в воду. Если при этом не появятся пузырьки воздуха, то сапог считают водонепроницаемым.

Для определения физико-механических свойств резино­вой обуви отбирают от 0,03 до 0,05% количества всей предъявленной к сдаче партии, но не менее двух пар га­лош, ботиков и туфель и одной пары сапог и двух пар штам­пованных галош.

**6. Проверка маркировки и упаковки резиновой обуви**

На клееных галошах и ботиках наносят следующие обозна­чения: на геленке подошвы — наименование завода-изгото­вителя, фасон, размер (разрешается обозначать и на стель­ке), сорт (клеймится только 1 сорт); на стельке — сорт (клей­мится только 2 сорт); номер бракера. В штампованных гало­шах на геленке подошвы дополнительно обозначают год и квартал выпуска обуви и ее артикул (индекс).

В формованных туфлях (кроме купальных) и в сапогах на геленке подошвы проставляют наименование завода-изготовителя, год и квартал выпуска обуви, фасон и арти­кул, размер; в купальных туфлях эти обозначения наносятся на внутреннюю сторону подошвы. Кроме того, на стельке туфель и на геленке или подкладке сапог клеймится номер ГОСТа, по которому обувь изготовлена.

Резиновую обувь, подобранную попарно, упаковывают в дощатые или фанерные ящики, выложенные внутри бума­гой, причем каждую пару ботиков завертывают в бумагу, а между полупарами галош прокладывают бумагу; цветные ботики, а также ботики с меховой отделкой перед упаковкой в ящики укладывают попарно в картонные коробки; туфли белого цвета завертывают в бумагу, а купальные туфли — в целлофан. В каждую пару резиновой обуви вкладывают га­рантийный ярлык с обозначением артикула, фасона и сорта обуви; при обнаружении скрытых дефектов ранее установ­ленных сроков потребитель может предъявить резиновую обувь с этим ярлыком для обмена.

При транспортировании резиновой обуви в железнодо­рожных контейнерах и при внутригородских перевозках до­пускается ее упаковка в картонные коробки, а не в ящики.

В каждый ящик (в зависимости от вида и рода резино­вой обуви и ее артикула) укладывают (в парах): от 50 до 60 галош, от 20 до 60 ботиков, от 60 до 100 туфель, от 10 до 20 сапог. Упаковка в один ящик резиновой обуви разных ар­тикулов и фасонов не разрешается.

Упаковка резиновой обуви в ящики может быть в соот­ветствии с требованиями торгующих организаций номерной или ассортиментной. При номерной упаковке в ящик уклады­вают резиновую обувь того или иного артикула и фасона толь­ко одного размера (номера). При ассортиментной упаковке в ящик помещают обувь одного артикула и фасона, но всех размеров (номеров) в соотношениях, отвечающих утвержден­ному ростовочному ассортименту.

На торцовую сторону каждого ящика или коробки с упа­кованной резиновой обувью по трафарету наносят черной кра­ской следующие обозначения: наименование завода-изготови­теля, артикул и фасон обуви, ассортимент размеров (номе­ров) обуви и количество пар в ящике, сорт обуви, дату упа­ковки и номер упаковщика, номер ящика, номер стандарта на обувь.

**III. Практическое задание**

Расшифровать код и определить достоверность изготовителя кофе NESCAFE CLASSIC, который имеет цифровой ряд 761.600.766.918 (указать страну-изготовителя).

761600766918

1. 6 + 6 + 0 + 6 + 9 + 8 = 35
2. 35 \* 3 = 105
3. 7 + 1 + 0 + 7 + 6 + 1 = 22
4. 105 + 22 = 127
5. кратное 130 – 127 = 3

Страна-изготовитель – Швейцария.

**IV. Литература**

1. Кирьянова З.В. Коммерческое товароведение: Учебник для вузов. М.: 2001.
2. Магомедов Ш.Ш. Товароведение и экспертиза обуви: Учебник. М.: 2004.
3. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учебник для вузов. М.: 1998.
4. Степанов А.В. Коммерческое товароведение и экспертиза: Учебное пособие для вузов. М.: 1997.