

ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА РОЗМІРНИХ ПОКАЗНИКІВ ТА МАРКУВАННЯ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ ПРОВІДНИХ ФІРМ-ВИРОБНИКІВ

Авторами проаналізовано існуючі сітки розмірів спортивного одягу провідних виробників: Adidas, Puma, Reebok та Nike, а також порівняно їх між собою. Досліджено відповідність розмірних показників та маркування спортивного одягу обов'язковим вимогам стандартів.

The authors analyzed the existing grid sizes leading sportswear manufacturers: Adidas, Puma, Reebok and Nike, and compared them with each other. Investigated compliance with the dimensional parameters and labeling sportswear mandatory requirements of standards.

Ключові слова: розміри одягу, спортивний одяг, експертиза якості.

Вступ

Експертиза якості виробів на споживчому ринку України є сьогодні однією з найсерйозніших та гострих проблем. Одяг є предметом першої необхідності для людини, засобом захисту від несприятливого впливу оточуючого середовища та небезпечних факторів.

Аналіз ринку швейних виробів показав, що не дивлячись на популярність спортивного одягу, йому приділяється недостатньо уваги. В країні переважає продукція іноземних фірм-виробників, найпопулярнішими з яких є: Nike, Adidas, Wilson, Reebok, Puma, Lotto, Craft. Ці промислові гіганти при виготовленні своєї продукції використовують найновіші технології, останні досягнення в області науки та техніки, найбільш високоякісні матеріали. Продукція цих фірм представлена в Україні виключно в спеціалізованих фірмових магазинах і відділах, які є лише у великих містах та обласних центрах.

Постановка завдання

На сьогоднішній день на ринку спортивного одягу переважають товари імпортного виробництва. Проблемою таких товарів є те, що кожна провідна фірма-виробник має свою систему розмірів, які відрізняються між собою, але немає уніфікованої систематизації даних. Тому актуальною задачею є аналіз існуючих сіток розмірів виробів та створення уніфікованої системи розмірів спортивного одягу.

Метою статті є товарознавче експертне дослідження відповідності розмірних показників та маркування спортивного чоловічого та жіночого одягу обов'язковим вимогам стандартів. Досягнення поставленої мети вирішуються за допомогою наступних задач: збір інформації про маркування спортивного одягу; аналіз міжнародних сіток розмірів одягу; удосконалення процесу проектування спортивного одягу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

В практичній діяльності експертів, які проводять експертизу якості спортивного одягу, часто виникають питання щодо співвідношення розмірних показників вітчизняного та зарубіжного одягу. Невірне визначення розмірних показників ускладнює ідентифікацію виробів, призводить до фальсифікації такого важливого для споживачів показника якості, як відповідність розмірів одягу фактичним розмірам фігури людини.

Сьогодні в міжнародній практиці [2] прийнято чотири найбільш поширених розмірних системи одягу:

1. Метрична система. Прийнята в країнах СНД, використовується українськими та російськими виробниками. Розмір визначається, як півобхват грудей P_{III} . Інтервал між розмірами складає 2 см.

2. Англійська система. Вимірювання розмірів проводять в дюймах: 1 дюйм = 2,54 см. Щоб визначити розмір одягу, необхідно S_{III} в сантиметрах поділити на 2,54 і отримаємо об'єм в дюймах. Далі визначити розмір згідно таблиці.

3. Американська система подібна до англійської, розміри позначаються в дюймах. Різниця між ними стосується лише чоловічого одягу. В американській системі чоловічий одяг на один розмір більший ніж в англійській системі.

4. Німецькі розміри одягу залежать від зросту. Щоб отримати німецький розмір необхідно відняти 6 см від українсько-російського розміру.

Розмірні показники швейних виробів вказуються на товарних ярликах у певному порядку: зріст – обхват грудей (розмір) – обхват стегон (талії). Співвідношення розмірів різних систем одягу подано в таблицях 1 та 2.

Розміри повсякденного одягу не співпадають з розмірами спортивного одягу, так як кожна з провідних всесвітньовідомих фірм-виробників спортивного одягу має свою встановлену систему визначення розмірів одягу. Це пов'язано з особливостями проектування спортивного одягу та властивостями матеріалів, які використовуються. Тому доцільно розглянути розмірні показники виробників спортивного одягу.

Співвідношення міжнародних розмірних сіток жіночого одягу

Міжнародні	XS		S	M		L	XL		XXL
Росія, Україна	40	42	44	46	48	50	52	54	56
Німецькі	34	36	38	40	42	44	46	48	50
Англійські	6	8	10	12	14	16	18	20	22
США	6	8	10	12	14	16	18	20	22

Таблиця 2

Співвідношення міжнародних розмірних сіток жіночого одягу

Міжнародні	XS	S	M	L	XL	XXL
Росія та Україна	42-44	46-48	50-52	54-56	58-60	62-64
Німецькі	36-38	40-42	44-46	48-50	52-54	56-58
Англійські	8	10	12	14-16	18-20	22
США	10	12	14	16-18	20-22	24

Результати досліджень

Стандартні методи визначення розмірних показників одягу та правила його маркування регламентовані в нормативно-технічній документації, що є чинною в Україні. Оскільки одяг маркують з використанням багатьох стандартів, то такий підхід привів до цілого ряду проблем:

1. Прийнятий в даній країні або виробника спосіб маркування створює складнощі у виборі.
2. Розміри змінювалися через "роздування розмірів", ситуації, коли з часом одяг, який випускається одного і того ж розміру стає більшим. Це робиться для того, щоб уникнути конфліктів із споживачами, які з часом втрачають форму, але не бажають собі в цьому зізнаватися.
3. Під час замовлення одягу за каталогами необхідно застосовувати особливі точні способи для вибору найкращого розміру.
4. Для багатьох видів одягу недостатньо просто одного якогось числа, щоб визначити коло осіб, для яких він буде виготовлений: необхідно, щоб одяг підходив по двом або більше параметрів тіла.
5. Скалярні розміри засновані на антропометричних дослідженнях 1950-х, тепер неадекватні, оскільки з тих пір істотно змінилося харчування і стиль життя людей, що призвело до перерозподілу розмірів тіла.

За результатами аналізу співвідношення розмірних показників було виявлено невідповідність розмірів одягу та його маркування. На промислових ринках міста та в спеціалізованих магазинах з продажу фірмового спортивного одягу було виявлено велику кількість низькосортних виробів-підробок виготовлених в Китаї та інших країнах. Внаслідок цього необхідно створити сучасну систему розмірів одягу, яка б задовольняла всі вимоги споживачів та виробників.

В роботі проаналізовано фірмові бренди спортивних виробів Adidas, Puma, Reebok та Nike. Результати аналізу та порівняння розмірних сіток чоловічого та жіночого спортивного одягу різних фірм-виробників представлено в таблиці 3 та 4.

Таблиця 3

Порівняння розмірних сіток жіночого спортивного одягу різних фірм-виробників

Назва країни	Жіночий спортивний одяг													
	Розміри одягу													
	Adidas													
Міжнародні	2XS	XS	S	M	L	XL	XXL	XXXL						
В Росії та Україні	38	40	42	44	46	48	48	50	52	54	56	58	60	62
Європейські	28	30	32	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	56
Американські	6	8	10	12	14	16	18	20	-	-	-	-	-	-
	Puma та Reebok													
Міжнародний	2XS	XS	S	M	L	XL	XXL	XXXL						
В Росії та Україні	38-40	40-42	42	44	46-48	50-54	56-58	60-62						
Європа	32-34	34-36	36-38	40-42	42-44	46-48	50	52						
В США	4-6	6-8	8-10	12-14	16	18-20	22	24						
	Nike													
Міжнародні	2XS	XS	S	M	L	XL	XXL	XXXL						
В Росії та Україні	40	42	42-44	44-46	46-48	50	52	54						
Європа	34	36	38	40	42	44	46	48						
США	6	8	10	12	14	16	18	20						

Порівняння розмірних сіток чоловічого спортивного одягу різних фірм-виробників

Назва країни	Чоловічий спортивний одяг															
	Розміри одягу															
	Adidas															
Міжнародні	2XS		XS		S		M		L		XL		XXL		XXXL	
В Росії та Україні	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60	62	64	66
Європейські	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60	62	64	66
Американські	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	-	-	-
	Puma та Reebok															
Міжнародний	2XS		XS		S		M		L		XL		XXL		XXXL	
В Росії та Україні	40		42		44		46-48		50-52		54-56		58-60		62-64	
Європа	40		42		44		46-48		50-52		54		58		60	
В США	10		12		14		16		18		20		22		24	
	Nike															
Міжнародні	2XS		XS		S		M		L		XL		2XL		3XL	
В Росії та Україні	40-42		42-44		44-46		46-48		48-50		52-54		54-56		56-58	
Європа	34		36		38		40		42		44		46		48	
США	6		8		10		12		14		16		8		20	

Для аналізу розмірів спортивного чоловічого та жіночого одягу було обрано російсько-українські, європейські, американські та міжнародні розміри, які порівнювалися між собою. При їх аналізі стало видно, що різниця між двома сусідніми європейськими та російсько-українськими розмірами становить 2 см, а між американськими – 5,08 см. При дослідженні розмірів вибрано базовий, а саме розмір М. Проаналізувавши сітки провідних фірм-виробників спортивного одягу видно, що деякі розміри не співпадають між собою у числовому значенні, саме один міжнародний розмір може відповідати двом російсько-українським, європейським або американським розмірам, що викликає дискомфорт при підборі та покупці спортивних виробів. Тому актуальним завданням є створення уніфікованої розмірної системи. На рисунку 1, 2 наведено співвідношення між розмірними системами жіночого та чоловічого спортивного одягу різних країн.

Проаналізувавши розмірні сітки спортивного одягу різних всесвітньо відомих фірм-виробників була виявлена їх невідповідність співвідношення розмірів спортивного одягу між собою. Тому основною задачею було створення єдиної розмірної сітки спортивного одягу для чоловіків та для жінок. Для вирішення цієї проблеми автори статті запропонували найбільш оптимальні та раціональні співвідношення розмірів імпортного і вітчизняного спортивного одягу (таблиця 5 та 6).

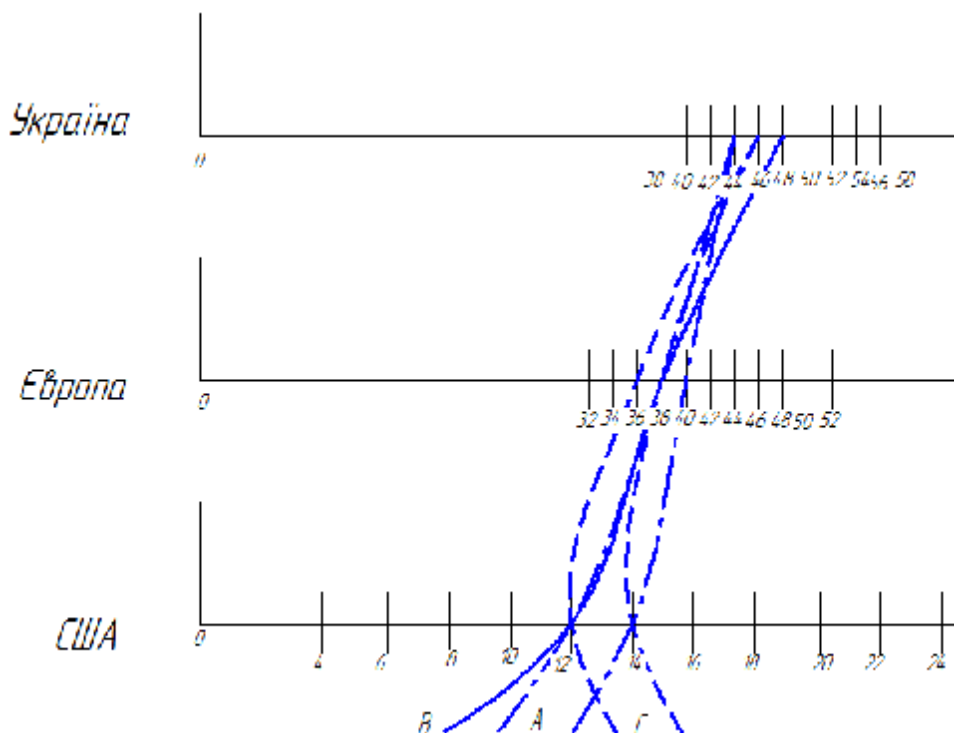


Рис. 1. Співвідношення між розмірними системами жіночого спортивного одягу різних країн: А – шкала фірм Puma та Reebok; В – шкала бренду Nike; С – шкала Adidas

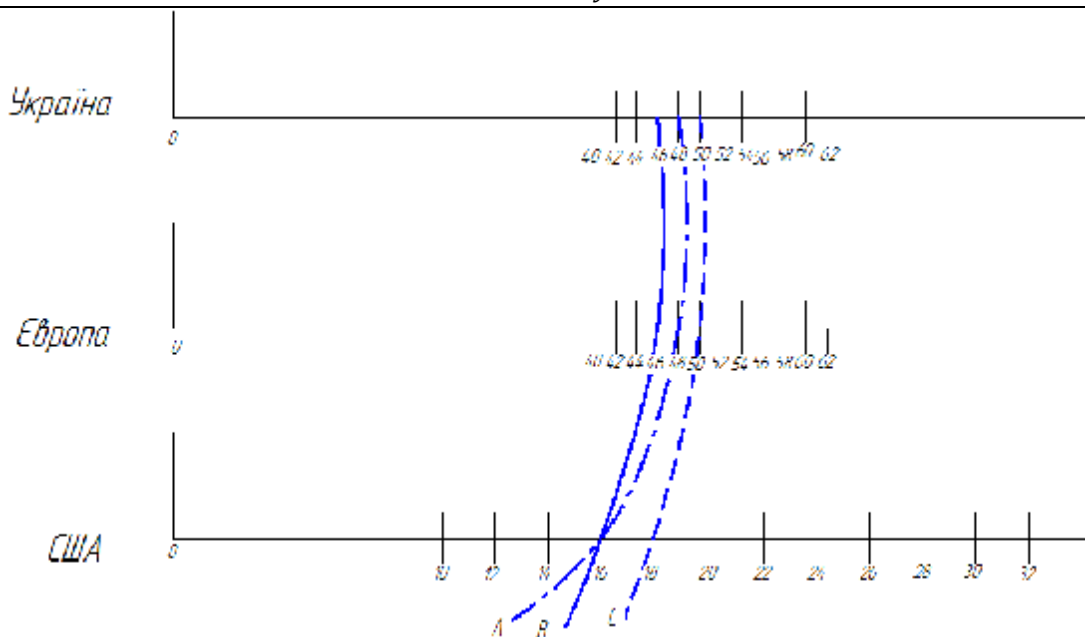


Рис. 2. Співвідношення між розмірними системами чоловічого спортивного одягу різних країн:
А – шкала фірм Puma та Reebok; В – шкала бренду Nike; С – шкала Adidas

Таблиця 5

Міжнародна розмірна сітка для жіночого спортивного одягу

Міжнародні	2XS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL
Росія, Україна	40	42	44	46	48	50	52	54

Таблиця 6

Міжнародна розмірна сітка для чоловічого спортивного одягу

Міжнародні	2XS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL
Росія та Україна	42	44	46	48	50	52	54	56

Створення уніфікованої розмірної сітки чоловічого та жіночого спортивного одягу допоможе споживачам при підборі виробів необхідного їм розміру.

Висновки

На ринку спортивного одягу було виявлено чимало підробок сумнівної якості. Реалізація підроблених та фальсифікованих товарів призводить до зниження рівня здоров'я, матеріальних збитків, зниження рівня культури споживання. На наш погляд на сьогоднішній день одним з найпростіших та найбільш дієвих способів запобігання розповсюдженню фальсифікованих товарів є інформування споживачів через засоби масової інформації та спеціальну літературу.

Література

- ОСТ 17 – 326 – 81. Изделия швейные, трикотажные, меховые. Типовые фигуры женщин. Размерные признаки для проектирования одежды.
- ОСТ 17 – 325 – 81. Изделия швейные, трикотажные, меховые. Типовые фигуры мужчин. Размерные признаки для проектирования одежды.
- Дунаевская Г.Н. Размерная типология населения с основами анатомии и морфологии / Дунаевская Г.Н., Коблякова Е.Б., Ивалаева Г.С. – М., Легкая индустрия. – 1980.

Рецензент: к.т.н. Вірник М.М.
Надійшла 8.2.2012 р.