

терміну служби, тому їх бажано включати через стабілізатор напруги.

Ще одним із недоліків слід відзначити, що температура поверхні колби галогенних ламп може досягати 500 °С, тому слід неухильно дотримуватися норми протипожежної безпеки при установці ламп.

Отже, сформулюємо недоліки галогенних ламп:

- чутливість до перепаду напруги;
- чутливість до органічних речовин;
- висока температура колби (до 500 °С).

Але ці незначні недоліки компенсуються рядом переваг галогенних ламп порівняно з лампами розжарювання:

- незмінне яскраве світло протягом усього терміну служби;
- гарне, насичене світло, що забезпечує неймовірну яскравість і можливість створення привабливих світлових ефектів;
- більше світла при такій же потужності, завдяки більш високій світловій віддачі, а відповідно і підвищена економічність;
- більший термін служби порівняно з лампами розжарювання;
- зменшені розміри.

Галогенні високовольтні лампи з циліндричною або свічкоподібною колбою з успіхом замінюють звичайні лампи розжарювання в усіх сферах їх використання, особливо там, де потрібні невеликі габарити за умови розміщення в зменшеному об'ємі.

Дзеркальні лампи, особливо низьковольтні, практично є незамінними в техніці акцентованого освітлення виставок, вітрин, музеїв, житлових приміщень і т. д.

Таким чином, заміна звичайних ламп розжарювання на галогенні лампи дозволяє істотно зменшити витрати електроенергії, отримавши при цьому ряд переваг порівняно з лампами розжарювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гуторов М. М. Основы светотехники и источников света / М. М. Гуторов. – М. : Энергоатомиздат, 1983. – 492 с.
2. Денисов В. П. Производство электрических источников света / В. П. Денисов. – М. : Энергия, 1975. – 488 с.
3. Денисов В. П. Перспективы развития источников света / В. П. Денисов, П. В. Пляскин. – М. : Светотехника, 1969. – № 2. – С. 1–5.

УДК 685.341.355.1:685.341.83:685.34.03

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ШКІРЯНОГО ЖІНОЧОГО МОДЕЛЬНОГО ВЗУТТЯ

Л. І. Молебна, кандидат технічних наук

Ринок модельного жіночого взуття з кожним роком помітно зростає. Це пояснюється тим, що більшість українських жінок прагне носити стильне і високоякісне взуття, яке виготовлене з натуральної шкіри та застосуванням різноманітних матеріалів. Модельне взуття характеризується не лише гарними споживчими властивостями, але й має приємний зовнішній вигляд. На ринку взуття з'явилося досить багато торгових марок, які займаються виготовленням модельного взуття. Торгова

марка «Монарх» є однією з найпопулярніших марок на Україні.

Актуальність проблеми аналізу асортиментної політики пов'язана з великою кількістю пропозицій на ринку, зі зростаючими потребами покупців до шкіряного взуття [1].

Для вирішення поставленої проблем формування оптимального асортименту модельного жіночого шкіряного взуття магазину «Монарх» м. Полтава необхідно проаналізувати раціональність асортименту взуття і здат-

ність задовольняти потреби споживачів.
Об'єктом дослідження є асортимент шкі-

ряного модельного взуття, що реалізується в
магазині «Монарх» м. Полтави.

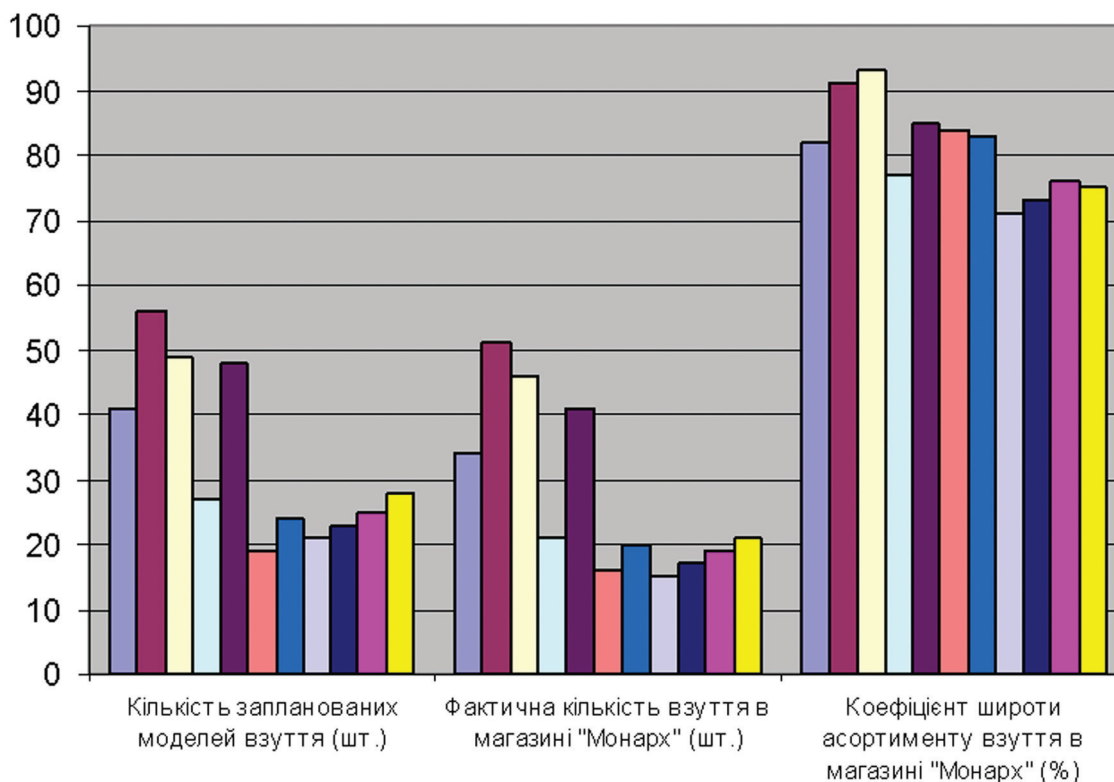


Рис. 1. Коефіцієнт широти асортименту шкіряного жіночого модельного взуття в магазині «Монарх»:

■ – чобітки з натуральної шкіри; ■ – чобітки із замші; ■ – чобітки з верхом з натурального хутра; ■ – чобітки ковбойські; ■ – чобітки з різними видами фурнітури; ■ – чобітки із вишивкою бісером; ■ – напівчобітки із замші; ■ – напівчобітки з різними видами фурнітури; ■ – напівчобітки з верхом із натуральної шкіри; ■ – черевики із замші; ■ – черевики з верхом з хутра

Аналізуючи рис. 1, можна зробити висновок, що найбільш задоволений попит споживачів у видовому асортименті на чобітки з верхом з натурального хутра, коефіцієнт широти якого становить 93 %. Наближується до цього показника коефіцієнт широти чобітків із замші, який становить 91 %. Найменш задоволений попит споживачів у видовому асортименті на напівчобітки з різними видами фурнітури, коефіцієнт широти – 71 %.

З рис. 2 видно, що найбільш задоволений попит споживачів на модельне жіноче взуття: за матеріалом верху – на чобітки з верхом із натурального хутра, із замші, ковбойські чобітки коефіцієнт повноти асортименту яких становить 94 %; за кольором – на чобітки з верхом із натурального хутра, замші, ковбойські чо-

бітки, коефіцієнт (100 %); за матеріалом низу – на чобітки з верхом із натурального хутра, чобітки із замші, ковбойські чобітки (90 %); за методом кріплення – на чобітки з верхом із натурального хутра, замші, ковбойські чобітки (63 %); за розміром – на напівчобітки з верхом із натурального хутра (71 %).

Найменш задоволені потреби споживачів на модельне шкіряне жіноче взуття за: матеріалом верху і низу – на чобітки із різними видами фурнітури, коефіцієнт повноти становить відповідно – 72 % і 66 %; кольором – на чобітки із вишивкою бісером (66 %); методом кріплення – на черевики із замші (63 %); розміром – на напівчеревики з верхом із натурального хутра (71 %).

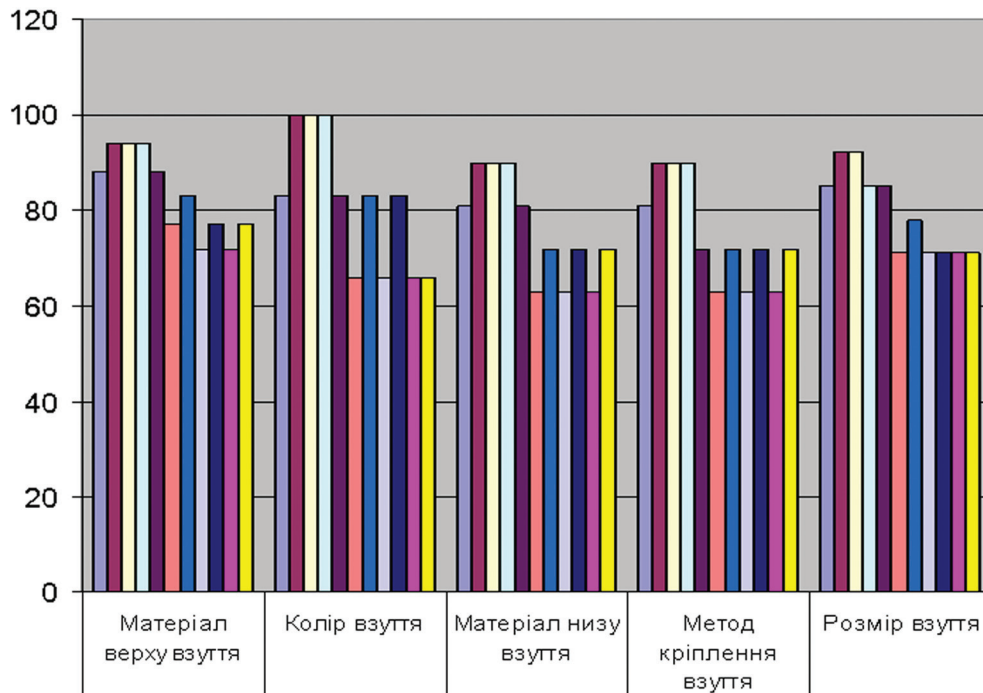


Рис. 2. Різновиди шкіряного модельного жіночого взуття в магазині «Монарх»:

■ – чобітки з натуральної шкіри; ■ – чобітки із замші; ■ – чобітки з верхом з натурального хутра; ■ – чобітки ковбойські; ■ – чобітки з різними видами фурнітури; ■ – чобітки із вишивкою бісером; ■ – напівчобітки із замші; ■ – напівчобітки з різними видами фурнітури; ■ – напівчобітки з верхом із натуральної шкіри; ■ – черевики із замші; ■ – черевики з верхом з хутра

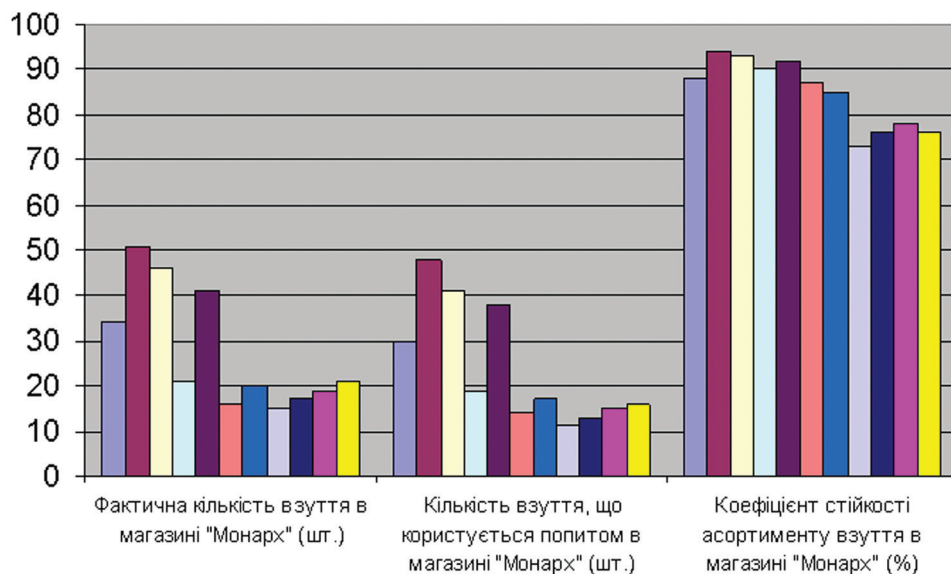


Рис. 3 Коефіцієнт стійкості асортименту шкіряного модельного взуття в магазині «Монарх»:

■ – чобітки з натуральної шкіри; ■ – чобітки із замші; ■ – чобітки з верхом з натурального хутра; ■ – чобітки ковбойські; ■ – чобітки з різними видами фурнітури; ■ – чобітки із вишивкою бісером; ■ – напівчобітки із замші; ■ – напівчобітки з різними видами фурнітури; ■ – напівчобітки з верхом із натуральної шкіри; ■ – черевики із замші; ■ – черевики з верхом з хутра

За результатами даних рис. 3, найбільш стійким попитом у споживачів користуються чобітки із замші (коефіцієнт стійкості – 94 %), з верхом із натурального хутра (93 %) і ковбойські чобітки (90 %). Найменшим попитом користуються: напівчобітки з різними видами фурнітури (коефіцієнт стійкості – 73 %).

Порівнявши дані за коефіцієнтом онов-

лення асортименту різних видів взуття, можна зробити висновок, що потреби споживачів найбільше задоволені: у нових видах ковбойських чобіток, коефіцієнт оновлення яких становить 90 %; чобітках із замші (88 %). Найменше задоволені потреби споживачів у нових видах напівчобіток з різними видами фурнітури (73 %), згідно з рис. 4.

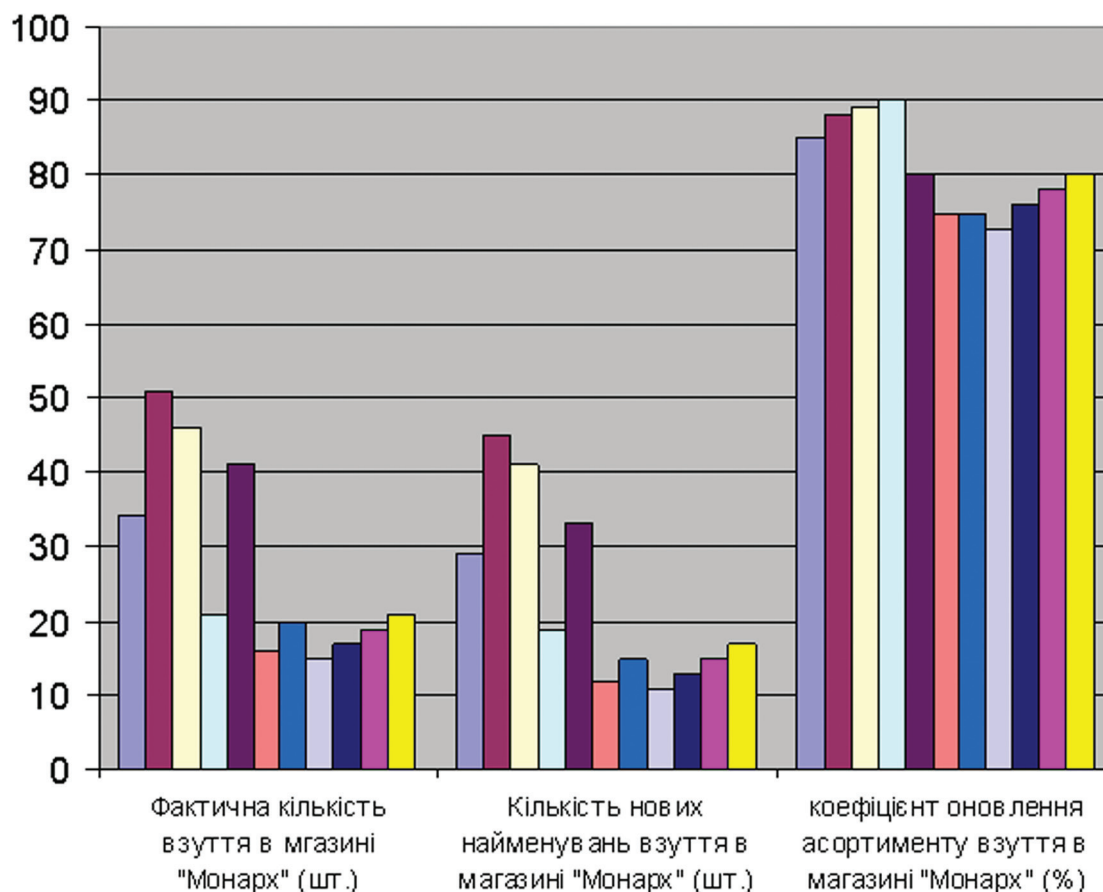


Рис. 4. Коефіцієнт оновлення асортименту шкіряного модельного взуття магазину «Монарх»:

- – чобітки з натуральної шкіри; ■ – чобітки із замші; ■ – чобітки з верхом з натурального хутра; ■ – чобітки ковбойські; ■ – чобітки з різними видами фурнітури; ■ – чобітки із вишивкою бісером; ■ – напівчобітки із замші; ■ – напівчобітки з різними видами фурнітури; ■ – напівчобітки з верхом із натуральної шкіри; ■ – черевики із замші; ■ – черевики з верхом з хутра

Згідно з даними рис. 5, за коефіцієнтом раціональності асортименту шкіряного модельного взуття найбільше задоволені потреби споживачів: у чобітках з натурального хутра, коефіцієнт раціональності яких становить (67,3 %), замші (66,2 %). Найменше задоволені потреби споживачів у черевиках із замші

(58 %), з верхом із натурального хутра і різними видами фурнітуру (57,4 %).

На основі переведеного аналізу шкіряного модельного взуття встановлено:

а) Найбільш задоволені потреби споживачів у жіночому шкіряному модельному взутті торгової марки «Монарх»:

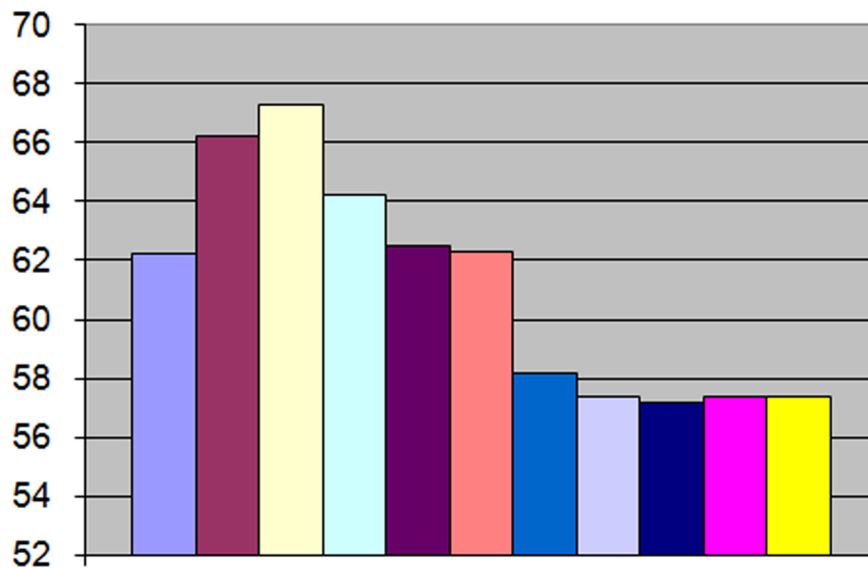


Рис. 5. Коефіцієнт раціональності шкіряного модельного взуття в магазині «Монарх»:

■ – чобітки з натуральної шкіри; ■ – чобітки із замші; ■ – чобітки з верхом з натурального хутра; ■ – чобітки ковбойські; ■ – чобітки з різними видами фурнітури; ■ – чобітки із вишивкою бісером; ■ – напівчобітки із замші; ■ – напівчобітки з різними видами фурнітури; ■ – напівчобітки з верхом із натуральної шкіри; ■ – черевики із замші; ■ – черевики з верхом з хутра

1) чобітки з верхом із натурального хутра, коефіцієнт раціональності яких становить 67,3 %;

2) чобітки із замші, коефіцієнт раціональності яких становить 66,2 %;

3) чобітки ковбойські, коефіцієнт раціональності яких становить 64,2 %;

4) чобітки з різними видами фурнітури, коефіцієнт раціональності яких становить 62,5 %.

б) Найменш задоволені потреби споживачів у жіночому шкіряному модельному взутті торгової марки «Монарх»:

1) напівчобітки із замші, коефіцієнт раціональності яких становить 58,2 %;

2) напівчобітки з різними видами фурнітури, черевики із замші, черевики з верхом з натурального хутра, коефіцієнт раціональності яких становить 57,4 %;

3) напівчобітки з верхом із натурального хутра, коефіцієнт раціональності яких становить 57,2 %.

Враховуючи вищевикладене, доцільно:

- більше уваги приділити оновленню асортименту у магазині «Монарх»;
- провести маркетингові дослідження для визначення асортименту взуття, яке користується стійким попитом у споживачів;
- розширити асортимент у магазині «Монарх» за рахунок різних видів чобітків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кибзун В. Н. Модель портфельного аналізу структури асортименту кожаної обуви, реалізуемой донецким цумом / В. Н. Кибзун, Н. П. Нагорная // Аналитический отчет по маркетинговому исследованию. – 2007. – Июль.