

УДК 685.34

**ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ДИТЯЧОГО ОРТОПЕДИЧНОГО ВЗУТТЯ
ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ****Дунаєвська К. С., Бойко О. І., Бабич А. І.**

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета. Виявлення потреб постійних клієнтів-замовників і потенційних покупців дитячого ортопедичного взуття, виготовленого на Київському казенному експериментально протезно-ортопедичному підприємстві (ККЕПОП).

Методика. Експериментальною основою дослідження стали теоретико-аналітичні дослідження з питань попиту на взуття, особливостей конструкції взуття згідно медичних показань та загальновідомі методики проведення експериментальних досліджень соціологічно-аналітичного спрямування.

Результати. Розглянуто питання формування асортименту дитячого ортопедичного взуття за результатами польових досліджень, проведених в умовах медичного стаціонару і пункту індивідуального замовлення взуття на ККЕПОП в 2019 році.

Наукова новизна. Вперше проведено дослідження вимог і потреб реальних замовників ортопедичного дитячого взуття щодо характеристик і властивостей ортопедичного дитячого взуття з використанням *on-line* калькулятора.

Практична значимість. За результатами дослідження розроблено асортиментний ряд виробів, виготовлено зразок взуття, який апробовано на ККЕПОП.

Ключові слова: дитяче ортопедичне взуття, дослідження, анкетування, *on-line* калькулятор

Сукупність споживчих властивостей взуття щодо якості, вартості, зовнішнього вигляду та лікування чи корекції ортопедичних відхилень стоп дітей при носінні дитячого ортопедичного взуття формує на сучасному ринку товарів його асортимент і конкурентоспроможність. Рівень конкурентоспроможності залежить від корисного ефекту, який отримує споживач взуття та тих витрат, які він має за умови його придбання та експлуатації. Тому важливим питанням наукового дослідження є виявлення і оцінка чинників, що спонукають покупця до придбання взуття та критеріїв, за якими він обирає товар даної сегментної групи [4].

Постановка завдання

Метою статті є обґрунтування результатів досліджень, вивчення і аналіз думок і потреб покупців, визначення переваг батьків – замовників споживачів з проблемними стопами щодо асортименту дитячого ортопедичного взуття, поліпшення його якості і відповідно збільшення попиту на взуття, яке виробляє ККЕПОП.

Результати досліджень

Для обчислення обсягу вибору було використано on-line калькулятор [2, 3], яким ми скористалися при проведенні дослідження на ККЕПОП.

Респонденти відповідали на одне просте питання: «Ви задоволені якістю дитячого ортопедичного взуття, придбаного на ККЕПОП?»

Результати вибірки наглядно представлені на рис. 1.

Доверительная вероятность ("точность")	<input type="radio"/> 85% <input type="radio"/> 90% <input checked="" type="radio"/> 95% <input type="radio"/> 97% <input type="radio"/> 99% <input type="radio"/> 99.7%
Доверительный интервал ("погрешность" ± %)	<input type="text" value="5"/>
Генеральная совокупность ("всего респондентов")	<input type="text" value="519"/>
<input type="button" value="Рассчитать"/>	
Требуемый размер выборки:	192

Рис. 1. Розрахунок необхідної кількості респондентів [3]

Довірча ймовірність – це показник точності вимірювань. А довірча похибка – це можлива помилка результатів дослідження.

Наприклад, при генеральній сукупності 519 чоловік вибірка буде дорівнювати 192 чоловікам при довірчій ймовірності 95% і похибки 5% (при довірчому інтервалі $95 \pm 5\%$).


Що з цього випливає? При проведенні 100 досліджень з такою вибіркою (192 чоловіка) в 95 % випадків одержувані відповіді за законами статистики будуть знаходитися в межах $\pm 5\%$ [1].

І ми отримаємо репрезентативну вибірку з мінімальною ймовірністю статистичної помилки. Після того, як підрахунок обсягу вибірки виконаний, можна подивитися чи є достатня кількість респондентів.

Для проведення дослідження на ККУПОП була розроблена on-line анкета (рис. 2), за допомогою якої проведено опитування замовників взуття.

**Київське казенне експериментальне
протезно-ортопедичне підприємство (ККЕПОП)**

Адреса ККЕПОП:
04070, м. Київ, вул. Фролівська, 4
www.kievprotez.com.ua
реєстрація: +38 (044) 425-35-02
приймальня: +38 (044) 425-21-88
магазин «Здоров'я»: +38 (044) 425-33-42



АНКЕТА
клієнтів-покупців дитячого ортопедичного взуття

Дата заповнення анкети: _____ року

Стать: дівчинка
хлопчик вік дитини _____ років

1) Звідки Ви дізналися про наше взуття вперше?

В інтернеті / на веб-сайті	
У знайомих або друзів	
В іншому місці	


2) Ви задоволені взуттям?

Зовсім незадоволені	
Незадоволені	
Задоволені	
Дуже задоволені	

3) Довжина стопи дитини (розмір):

Довжина стопи	
Розмір	

4) Бажаний колір взуття:



5) Оцініть, будь ласка, наведені аспекти у ставленні до вибору продукту за важливістю:

1 зовсім неважливе, 5 найважливіше

	1	2	3	4	5
Колір					
Комфорт					
Якість					
Ціна					
Бренд					
Популярність					
Інше (дописати):					

6) У порівнянні з дитячим ортопедичним взуттям інших фірм, якість нашого:

Набагато гірше	
Гірше	
Тотожне	
Краще	
Набагато краще	

7) Ви б рекомендували наше взуття іншим особам?

Так	
Ні	

Дякуємо за співпрацю!

Рис. 2. Зразок анкети для проведення дослідження

На ККЕПОП було проведено анкетування з 10.06.2019 по 28.10.2019 року. Із кількості запланованих респондентів 519 чоловік в анкетуванні прийняли участь 187 батьків, діти яких мають проблемні стопи, вади стоп та різні ортопедичні захворювання нижніх кінцівок. Анкетування проводилось в режимі on-line.

Результати анкетування опрацьовано і представлено на діаграмах відповідно до критеріїв вагомості (рис. 3-9).



Рис. 3. Оцінка факторів споживчого вибору щодо дитячого ортопедичного взуття за статевими ознаками

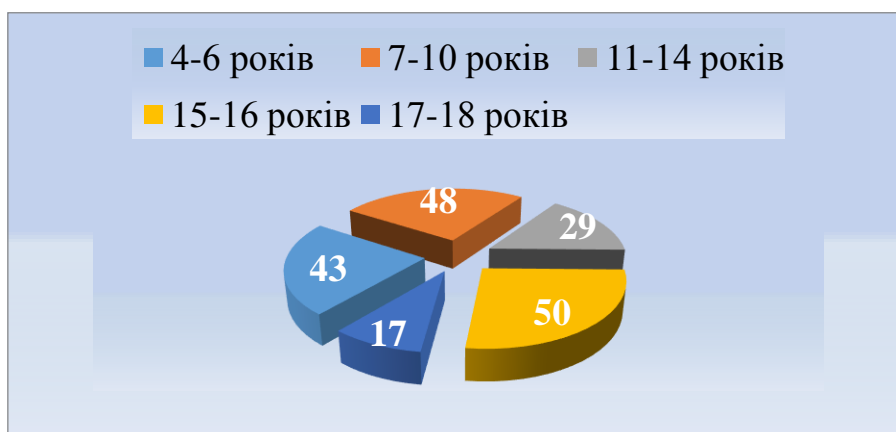


Рис. 4. Оцінка факторів споживчого вибору щодо дитячого ортопедичного взуття за віковими ознаками

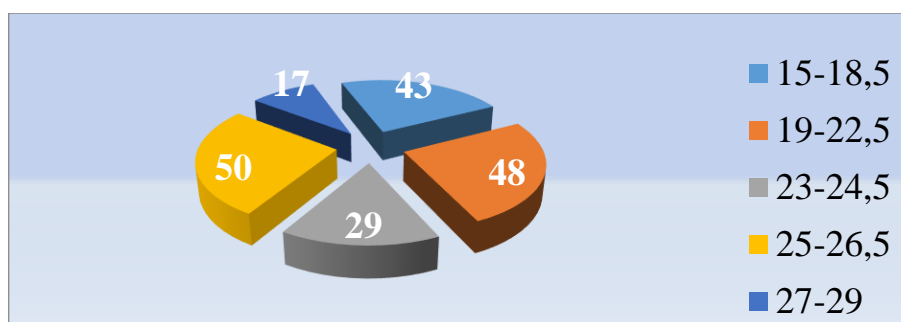


Рис. 5. Оцінка факторів споживчого вибору щодо дитячого ортопедичного взуття за довжиною ступні, см

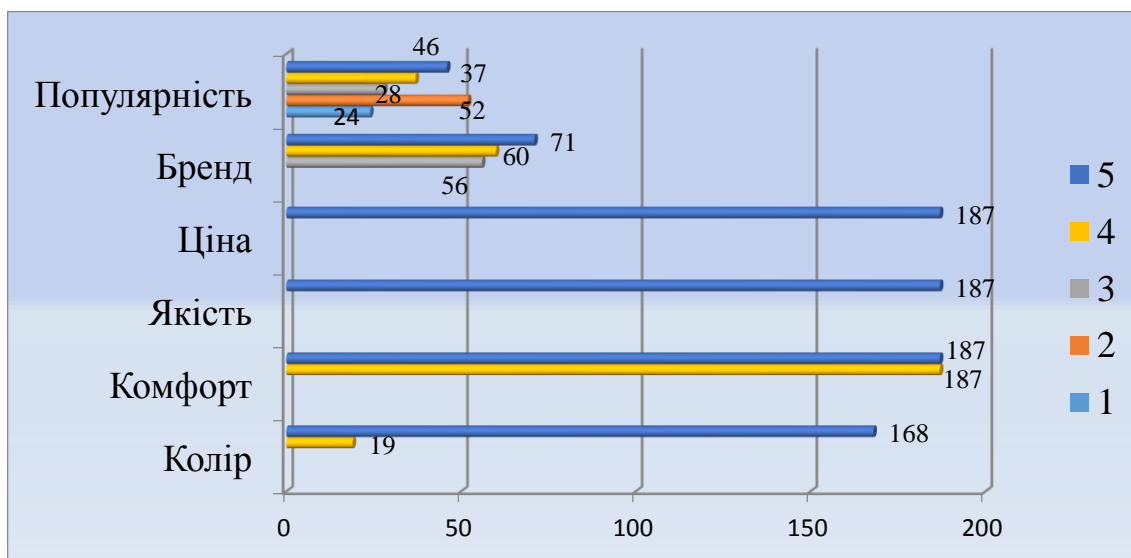


Рис. 6. Бальна оцінка факторів споживчого вибору щодо дитячого ортопедичного взуття за важливістю: 1 – зовсім не важливе; 5 – найважливіше

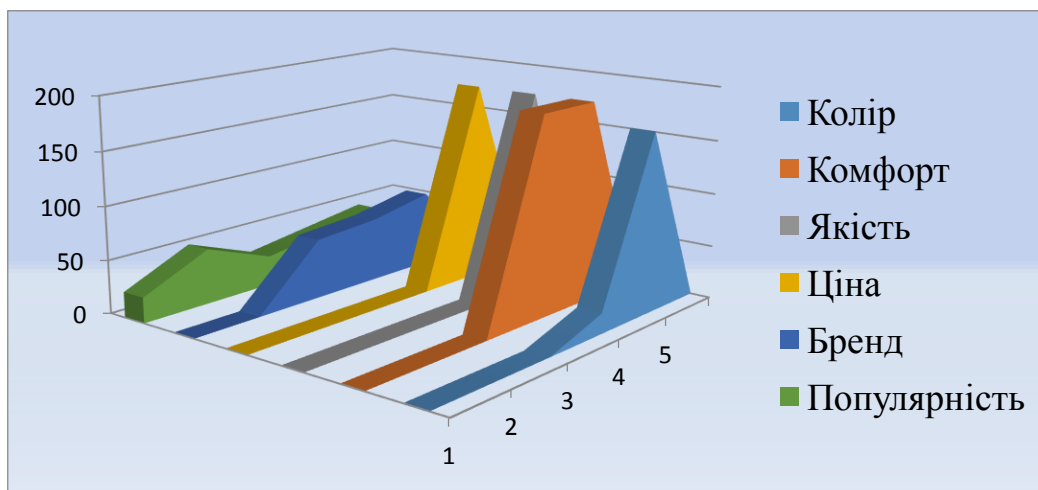


Рис. 7. Оцінка факторів споживчого вибору щодо дитячого ортопедичного взуття за важливістю

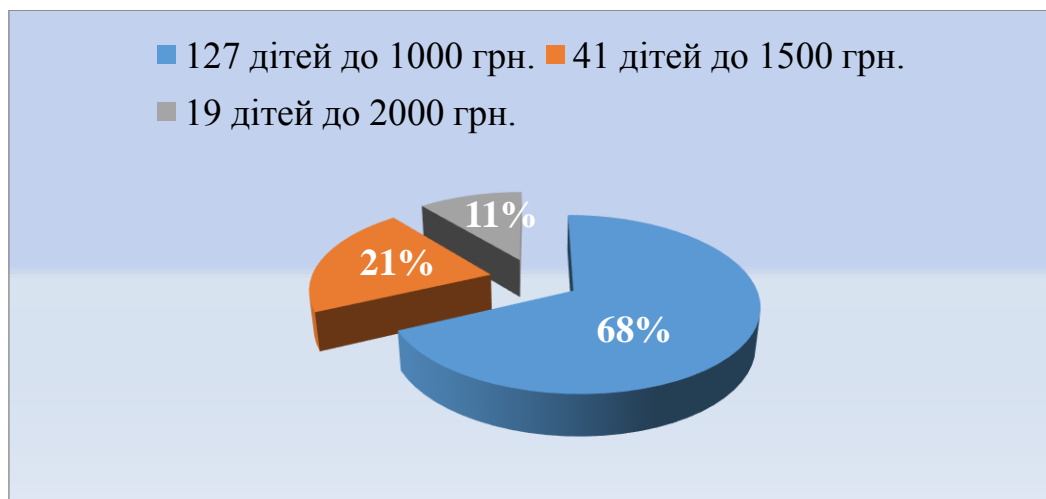


Рис. 8. Аналіз прийнятної вартості взуття для опитаних респондентів



Рис. 9. Оцінка факторів споживчого вибору щодо дитячого ортопедичного взуття за джерелом інформації

Висновки

За результатами анкетування 187 дітей, батьки яких відповідали на питання розробленої нами анкети, можна зробити наступні висновки:

- 1) батьки 70% дівчат проти 30% хлопчиків вважають необхідним використання дитиною профілактичного та ортопедичного взуття;
- 2) найбільша цільова аудиторія клієнтів-замовників і покупців взуття: 7-10 років та 15-16 років;
- 3) за довжиною ступні найбільш затребувані 19-22,5 см та 25-26,5 см;
- 4) за бальною оцінкою найбільш важливими для респондентів виявилися ціна, якість і комфорт, а от популярність і бренд великого значення не мають; із 187 опитуваних покупців для 19 чоловік колір взуття взагалі не важливий;
- 5) прийнятна вартість взуття для батьків – до 1000 грн. за пару (68% дітей); тільки 11% дітей можуть дозволити собі купити взуття ціною до 2000 грн. за пару.
- 6) основне джерело інформації про взуття ККЕПОП – Інтернет.

Список використаних джерел

1. Макаричев Ю. А. Методы планирования эксперимента и обработки данных: учеб. пособие / Макаричев Ю. А., Иванников Ю. Н. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2016. – 131 с.: ил.
2. Галяутдинов Р. Р. Формула выборки – простая // Сайт преподавателя экономики. – Режим доступа: <http://galyautdinov.ru/post/formula-vyborki-prostaya>
3. Как правильно рассчитать объем выборки? – Режим доступа: <https://blog.anketolog.ru/2015/12/vyborka/>
4. Бабич А. І. Вплив факторів споживчого вибору на формування асортименту жіночого взуття / А. І. Бабич, З. С. Майорова // Технології та дизайн. – 2016. – № 4. – Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2016_4_19

References

1. Makarichev, Yu.A. & Ivannikov, Yu.N. (2016). *Metody planirovaniya eksperimenta i obrabotkidannykh: ucheb. posobie* [Methods of experimental design and data processing: tutorial]. Samara: Samara State Technical University[in Russian].
2. Galyautdinov, R.R. *Formula vyborki - prostaya // Sayt prepodavatelya ekonomiki* [The sampling formula is simple // Economics Teacher Website]. Retrieved from <http://galyautdinov.ru/post/formula-vyborki-prostaya> [in Russian].
3. *Kak pravilno rasschitat obem vyborki?* [How to correctly calculate the sample size?]. Retrieved from <https://blog.anketolog.ru/2015/12/vyborka/> [in Russian].
4. Babych, A.I. & Maiorova, Z.S. (2016). *Vplyv faktoriv spozhyvchoho vyboru na formuvannia asortymentu zhinochoho vzuttia* [The influence of consumer choice factors on the formation of the range of women's shoes] – *Tekhnolohii ta dizain – Technology and design*, 4. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2016_4_19 [in Ukrainian].

Dunaevskaya Karinaalena1326@ukr.netKyiv National University of
Technologies and Design**Boiko Olena**krinka094@gmail.comKyiv National University of
Technologies and Design**Babych Antonina**ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5061-3292>basienska@ukr.netKyiv National University of
Technologies and Design**Формирование ассортимента детской ортопедической обуви по результатам маркетинговых исследований****Дунаевская К. С., Бойко Е. И., Бабич А. И.**

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Выявление потребностей постоянных клиентов-заказчиков и потенциальных покупателей детской ортопедической обуви, изготовленной на Киевском казенном экспериментальном протезно-ортопедическом предприятии (ККЭПОП).

Методика. Экспериментальной основой исследования стали теоретико-аналитические исследования по вопросам спроса на обувь, особенностей конструкций обуви согласно медицинским показаниям и общеизвестные методики проведения экспериментальных исследований социологически-аналитического направления.

Результаты. Рассмотрены вопросы формирования ассортимента детской ортопедической обуви по результатам исследований, проведенных в условиях медицинского стационара и пункта индивидуального заказа обуви на ККЭПОП в 2019 году.

Научная новизна. Впервые проведено исследование требований и потребностей реальных заказчиков ортопедической детской обуви по характеристикам и свойствам ортопедической детской обуви с использованием on-line калькулятора.

Практическая значимость. По результатам исследования разработан ассортиментный ряд изделий, изготовлен образец обуви, который апробирован на ККЭПОП.

Ключевые слова: детская ортопедическая обувь, исследования, анкетирование, on-line калькулятор

The formation of the range of children's orthopedic shoes according to the results market research**Dunaevskaya K., Boyko O., Babich A.**

Kiev National University of Technology and Design

Purpose. To identify the needs of regular customers and potential buyers of children's orthopedic shoes made by the Kiev State Experimental Prosthesis and Orthopedic Enterprise (KSEPOE).

Methodology. The experimental basis of the study was theoretical and analytical studies on the demand for shoes, the features of shoe designs according to medical indications and

well-known methods for conducting experimental studies in a sociological and analytical direction.

Findings. *The formation of an assortment of children's orthopedic shoes according to the results of studies conducted in a medical hospital and an individual shoe order point at KSEPOE in 2019.*

Originality. *For the first time, a study was conducted of the requirements and needs of real customers of orthopedic children's shoes on the characteristics and properties of orthopedic children's shoes using an on-line calculator.*

Practical value. *According to the results of the study, an assortment of products was developed, a shoe sample was made, which was tested in KSEPOE.*

Keywords: *children's orthopedic shoes, research, questionnaire, on-line calculator*