

УДК 66.064.2(086.43)

СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ТА СПОЖИВЧІ ПЕРЕВАГИ ГЛОБУСІВ

Сіренко Світлана Олександрівна

к.т.н., доцент

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

м.Вінниця, Україна

Sirenko-72@ukr.net

Анотація: В статті наведені результати досліджень споживних властивостей та споживчих переваг глобусів. Споживчі переваги глобусів вивчалися за такими ознаками: вікові характеристики споживачів, рід занять, діаметром глобусів, ціною, якістю, зовнішнім виглядом.

Ключові слова: картографічно-геодезична галузь, глобус, споживні властивості, споживчі переваги.

Картографічно-геодезична галузь України – це система спеціалізованих державних підприємств, які створюють та актуалізують карти різного виду, глобусі, різні геодезичні вироби [1, с. 42].

Картографічна і топографічно-геодезична діяльність – це специфічна сфера діяльності суспільства, результат якої насамперед представлений у вигляді картографічної продукції, в тому числі і глобусів. Виготовлення такого виду продукції ґрунтується на виробничих потужностях, на науково-методичному, інформаційному та технологічному забезпеченні, специфіка яких визначається особливостями всього процесу створення картографічної продукції.

Ринок картографічної продукції України за функціонально-галузевою ознакою належить до видавничого і має низку специфічних ознак, серед яких основними можна назвати такі: значна науковість видань, об'єктивна

необхідність постійного оновлення інформаційно-наукової бази, національна значущість галузі (розвиток навігації, геодезії) [1, с.43].

Будь-який товар, в тому числі і глобуси, має безліч властивостей, різних за своєю природою. Властивостями товару називають його об'єктивні особливості, які виявляються на кожній стадії життєвого циклу товару (проектування, виготовлення, розподіл і споживання).

Номенклатура споживних властивостей для конкретного товару може включати десятки найменувань.

Споживні властивості товарів та їх показники визначають ефективність використання виробів за призначенням, їх соціальну значимість, практичну корисність, надійність і зручність використання, естетичну досконалість, безпечність для людини і оточуючого середовища [2].

Для різних груп товарів характерні різноманітні комплекси споживних властивостей, які проявляються під час безпосереднього використання або експлуатації товару і характеризують його корисність.

Тому дуже важливо з комплексу споживних властивостей виділяти ті, які мають вирішальне значення при визначенні якості товару, встановлювати їхню значущість, граничні значення.

Виявлення споживних властивостей, з одного боку, залежить від речовинно(матеріально)-морфологічних, технічних та інших властивостей товарів (розмірів, конструкції, матеріалів і т.д.).

А з іншого - від виду і характеру потреб, на задоволення яких вони спрямовані - утилітарних, естетичних і т.д.

Структура споживних властивостей та показники якості залежно від призначення товару, функцій, які він виконує, рівня науково-технічних досягнень і наших знань про товар – можуть змінюватись.

Залежно від того, яка з особливостей товару виявляється або характеризується при визначенні якості виробів, споживні властивості поділяються на групи (рис.1).



Рис.1. Групи споживних властивостей

Соціальні і функціональні показники в глобусів – це виконання ними інформаційних функцій і призначенні для надання науково-пізнавальної інформації географічного напрямку (наприклад інформації про розташування країн, їх столиць, кордони, форму Землі, розташування материків, островів, морів та океанів тощо).

Показник універсальності застосування визначає діапазон умов і можливостей застосування глобусів за їх призначенням з урахуванням допоміжних функцій. Так, глобуси випускають навчальні, довідкові, сувенірні (брелки, глобуси-бари, глобуси-м'ячі, глобуси годинники), планет, держав, населених пунктів тощо.

Довговічність глобусів обумовлена такими їх властивостями, як міцність, стійкість до різних впливів (до мийних засобів, хімікатів та інших агресивних середовищ, до гарячої води, світла, деформацій тощо), міцністю декоративно-захисного покриття до сухого тертя та інше.

Глобуси мають відмінні показники стійкості до різного роду агресивних

середовищ. Вони не кородують, не вступають в взаємодію з контактними середовищами і не підпадають під вплив гнилісних бактерій. Пластмасові деталі глобусів не повинні мати тріщин, недопресовок або здуття, також на деталях з дерева не повинні бути тріщини, прорості, цвілі і гнилі.

До ергономічних показників відносяться: гігієнічні, антропометричні, фізіологічні та психофізіологічні.

Гігієнічні показники - це показники, які використовуються для визначення відповідності виробу гігієнічним умовам життєдіяльності та працездатності людини при взаємодії її з виробом. Показники гігієнічних властивостей характеризують гігієнічність, зручність і комфортність при експлуатації виробу в системі «людина - виріб - середовище». Глобуси повинні виготовлятися з екологічно чистих та безпечних для здоров'я людини деталей.

Антропометричні показники - це показники, які використовуються для визначення відповідності виробу розмірам та формі. Зовнішній діаметр півкуль глобусів, габаритні розміри та їх маса повинна відповідати документації на конкретний вид глобусу, північні та південні півкулі глобусів мають бути закріплені по всій поверхні екваторіального поясу тощо.

Фізіологічні та психофізіологічні показники – це показники, які використовуються для визначення відповідності виробу фізіологічним властивостям людини і особливостям функціонування її органів чуття (швидкісні та силові можливості людини, а також пороги слуху, зору, тактильного відчуття тощо). Стосовно фізіологічних та психофізіологічних показників, то глобуси, за рахунок своєї невеликої маси не створюють жодних проблем навіть для дитини.

Естетичні властивості глобусів оцінюють за їх формою, кольором, малюнком, розмірами, які в сукупності характеризують такі комплексні властивості, як зовнішній вигляд, раціональність форми, цілісність композиції, інформаційну виразність, досконалість виробничого виконання. Поверхня глобусів повинна бути гладкою або рельєфною, блискучою або матовою. Форма, розміри і колір повинні відповідати зразкам-еталонам.

Відповідно до технологічних властивостей - форма глобусів повинна бути овальною, а вигравірувальні та рельєфні малюнки - чіткими і ясними. Глобуси складаються з декількох частин (півкуль і підніжки тощо), ці частини повинні бути правильно підібрані за кольором та відтінком, добре підігнані за розмірами. Комплектні вироби (з декількох предметів) повинні мати однотонне забарвлення, за виключенням тих випадків, коли різне забарвлення передбачено завчасно.

Технологічність глобусів характеризується відповідністю складу пластмаси та конструкції виробу своєму призначенню. Це один з показників досконалості виконання основних функцій.

Безпечність глобусів обумовлені такими їх властивостями, як хімічна, біологічна, механічна і пожежна безпека.

Попит на споживчому ринку проявляється у формі просторово-розосередженої сукупності товарів та послуг, що виробники товарів для потреб населення регіону, виражених у грошовій формі.

Для визначення попиту на споживчому ринку глобусів необхідно провести дослідження.

Споживчі переваги – це прагнення, бажання споживачів придбати товар з певними споживчими властивостями.

Споживчі переваги являють собою ранги, які споживач встановлює для альтернативних варіантів задоволення потреб. Ті варіанти, які на думку споживача, здатні краще задовольнити його потреби, будуть займати більш високі місця у цьому «табелі про ранги». Таким чином, на ринку споживач повинен вибирати, як найкраще задовольнити свої потреби, не витрачаючи більше, ніж дозволяє його бюджет.

Для виявлення споживчих переваг глобусів нами було організовано і проведено експрес-спостереження за реалізованим та незадоволеним попитом в м.Вінниця.

Вибірка респондентів для спостереження здійснювалась за методом випадкового відбору серед покупців глобусів різного віку.

Всього було опитано 84 респонденти. Обробка та аналіз спостережень показали, що покупцями глобусів у м.Вінниця є вінничани - 80,2 % , мешканці Вінницької області 16,3 % та мешканці інших міст – 3,5 %. При цьому чоловіки складала – 58,9 %, а жінки – 41,1 %. Вікова характеристика респондентів представлена наступними даними (табл.1).

Таблиця 1

Розподіл респондентів за різними характеристиками

Розподіл респондентів	Частка, %
1	2
За віком:	
- до 20 років	65
- 21-30 років	25
- 31-40 років	7
- за 40 років	3
За родом занять:	
- школярі	50
- студенти	30
- викладачі	12
- наукові працівники	8
1	2
За платоспроможністю:	
- незаможні	65
- середнього достатку	28
- високого достатку	5
- дуже високого достатку	2
З задоволеністю респондентів якістю глобусів:	
- так	77,8
- частково	14,6
- ні	7,6
Разом	100

Вікова характеристика респондентів представлена на рис. 2.

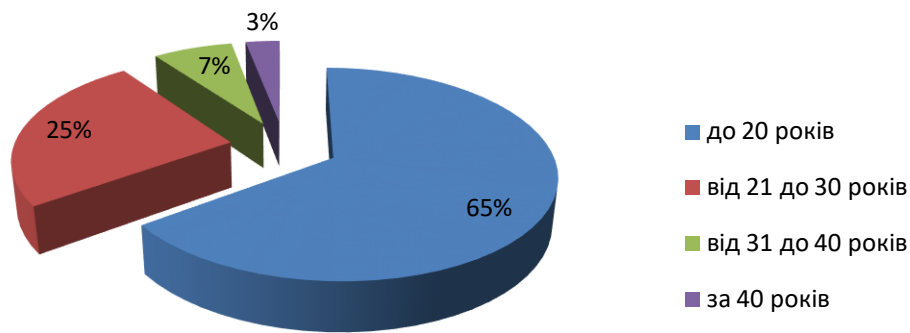


Рис. 2. Розподіл респондентів за віковою ознакою

Встановлено, що найбільшу частку становить споживачі юного віку. Найменшу частку становлять споживачі віком за 40 років (рис. 2).

Нами досліджувались споживачі глобусів за родом занять (рис.3)

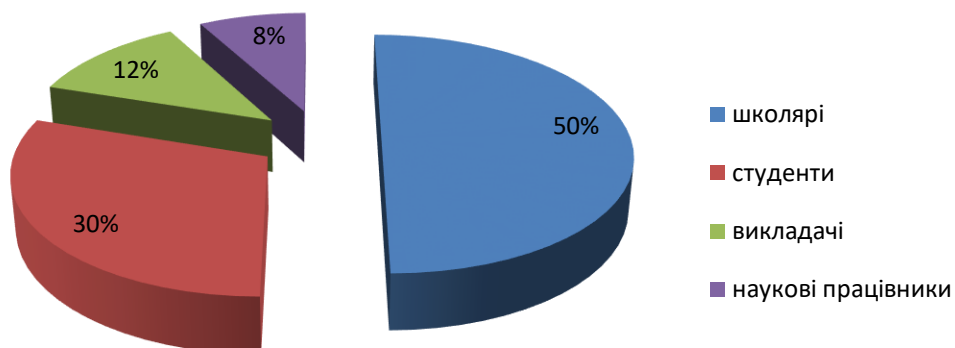


Рис.3. Розподіл покупців глобусів за родом занять

Найбільше купують глобуси саме школярі, трохи менший відсоток становлять студенти. Найменшу частку становлять наукові працівники (рис. 3).

Найбільшу частку за рівнем доходу становлять споживачі з середнім рівнем достатку – 65 %(рис.4).

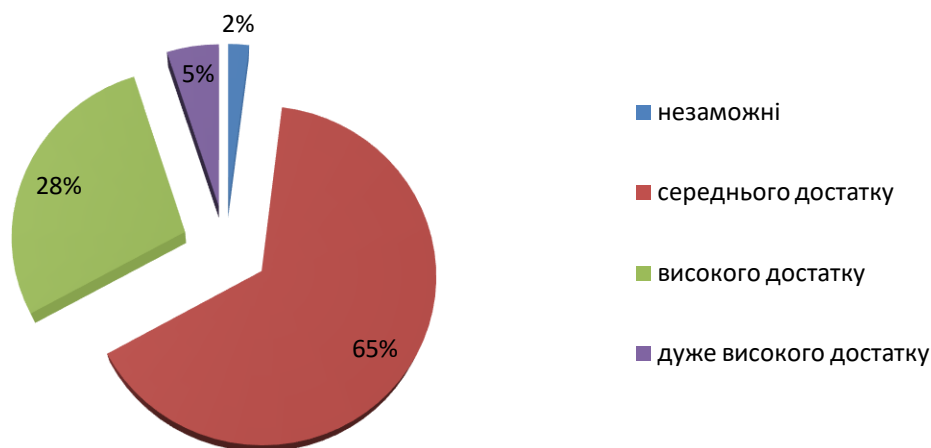


Рис.4 . Розподіл респондентів за рівнем доходів

Щодо якості встановлено, що 77,8% задоволені якістю глобусів, 7,6% - не задоволені і 14,6% задоволені якістю частково (рис.5).

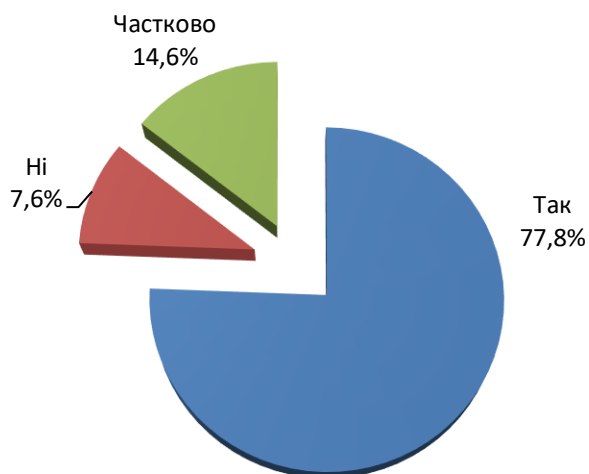


Рис.5. Розподіл респондентів за задоволеністю респондентів якістю глобусів

На ринку України представлені глобуси наступних діаметрів:

- фізичний глобус світу, $d_m = 320$ мм;
- політичний глобус світу, $d_m = 320$ мм;
- фізичний глобус світу, $d_m = 210$ мм;
- політичний глобус світу $d_m = 210$ мм;
- глобус зоряного неба, $d_m = 240$ мм;

- фізичний глобус світу, $d_m = 120$ мм.

Найпопулярнішим глобусом серед споживачів є глобус діаметром 320мм. Глобуси, які виконуються на замовлення користуються меншим попитом (рис. 6).

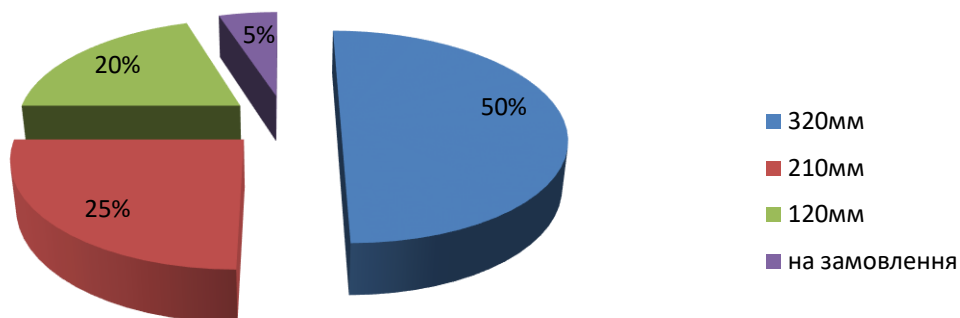


Рис. 6. Споживчі переваги глобусів за розміром

При проведенні анкетування були виявлені пріоритетні показники, при купівлі глобусів (табл.2).

Таблиця 2

Найважливіші показники для респондентів при купівлі глобусів

Фактор, показник	Частка %
Ціна	54,6
Якість	18,7
Кольорова гамма	3,8
Зовнішній вигляд	9,3
Розмір	13,6
Всього	100

Встановлено, що найважливішим показником при купівлі глобусів є ціна – 54,6 %, 18,7% віддають перевагу якості продукції, для 13,6% респондентів вирішальним чинником є розміри глобуса, 9,3% респондентів приділяють увагу – зовнішньому вигляду і лише 3,8% звертають увагу на колір виробу.

Отже, результатом проведених досліджень можуть бути використані при формуванні оптимального асортименту глобусів і більш повного задоволення попиту споживачів.

Список літератури

1. Конопляникова М. Інформаційно-комунікаційні технології в картографії: рівень застосування. // Маркетинг в Україні. – 2010, № 6.
2. Споживні властивості товарів і показники, що їх визначають. Електронний ресурс. URL. <http://www.virtual.ks.ua/essays-term-papers-and-diplomas/3025consumable-goods-properties-and-parameters-that-determine.html>