

KRŪŠTURU SORTIMENTS RĪGAS TC VEIKALĀ CASE STUDY OF AN ASSORTMENT OF BRAS WITHIN A STORE IN RIGA

N. Dakša, I. Krieviņš

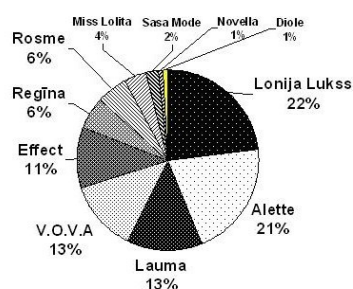
Atslēgas vārdi: krūšturis, sortiments, cena, noiets, krāsa, augumlielums

Viens no apģērbu prečzinību uzdevumiem ir sortimenta dažādības aprakstīšana, lai no preču uzskaites datiem varētu izgūt konkrētu, objektīvu un kvantitatīvu informāciju par to, cik lielā mērā veikala komercdarbības kopējos rezultātus ietekmē apģērbu modeļu izskatus atributīvi vispāriņšie prototipi, kurus izraudzījušies veikala iepircēji [1].

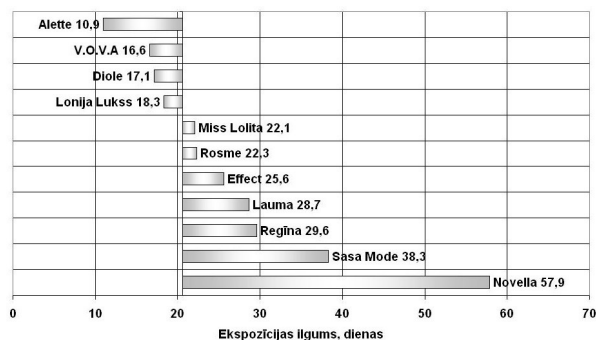
Pētījuma objekts ir krūšturu sortiments, kuru „ABC” veikalā tirgoja laikposmā no 2005.gada augusta līdz 2007.gada jūlijam. Par krūšturi dēvē virsvidukļa korsešģērbu, kas paredzēts sieviešu krūšu dziedzeru formas pārveidošanai un (vai) balstīšanai. Tas varētu būt darināts: bez vai ar blodiņu vilēm, ar vai bez pamatnes, ar vai bez stiegrām, ar vai bez ieliktņiem vai popējumiem, bez vai ar lencēm, arī ar maiņgaruma, noņemamām un (vai) mainīga platuma lencēm [2]. Krūšturu patēriņpašības ietekmē ne vien to balstfunkcija, bet arī estētiskā, erotiskā, koriģējošā, higiēniskā un profilaktiskā funkcija [3].

Šī pētījuma vajadzībām ar *MS Excel* programmatūru tika izveidota datubāze, kurā reģistrēti visi 24608 krūšturi, kas pārdoti „ABC” veikalā minētajā 2 gadu laikposmā. Krūšturu iepircēju preferenču sistematizācijas nolūkos izpētei tika pakļauti krūšturu lenču, blodiņu, formveidotāju, pamatņu, šķiedru materiālu, virsdrānu, to krāsojumu un augumlielumu varianti, kas te pieņemti par krūšturu izskatu veidojošo atribūtu nepieciešamajām un pietiekošajām pazīmēm.

Veikals „ABC” atrodas vienā no Rīgas tirdzniecības centriem, kur pastāv liela pircēju plūsma. Veikala piegādātāju vidū ir 11 firmas ar Latvijas mērogā pazīstamiem krūšturu zīmoliem. Šo 11 ražotājfirmu devuma daļu gadījumlīeluma variācijas koeficients bija 7,8% līmenī (1.att.). Vislielākajos daudzumos veikals iegādājās „Lonija Lukss” krūšturus (22% krūšturu kopskaita) un „Alette” krūšturus (21%), bet pavisam nēcīgā daudzumā te tika tirgoti „Dirole” (1%) un „Novella” (1%) krūšturi. Veikala iepircēji ilgstoši dod priekšroku „Lonija Lukss” krūšturiem to konkurētspējīgo vairumcenu dēļ. Visā pētījuma laikposmā arī firmu „Lauma”, „Rosme”, „Regīna” krūšturus veikals iegādājās regulāri. Turpretim dažu citu firmu krūšturi, tādi kā „V.O.V.A” un „Sasa Modes” firmu krūšturi, veikalā parādījās epizodiski, šādi ierobežojot attiecīgo firmu krūšturu piedāvājumu pētījuma objektu iztvērumā. Tādēļ, līdzās krūšturu ražotāja zīmola vienumu relatīvā (%) daudzuma rādītājam, kuru nereti mēdz uzskatīt nevis par galapatērētāju, bet gan par iepircēju subjektīvo preferenču rādītāju, tika izmantoti arī preču noieta ātruma rādītāji. Reģistrēto 11 zīmolu noieta gadījumlīelumu variācijas koeficients bija 63% līmenī (2.att.). Pēc noieta ātruma rādītājiem par galapatērētāju vidū iecienītākajiem jāatzīst „Alette” krūšturi, jo to vidējai 11 dienu ilgajai preces eksemplāra ekspozīcijai atbilst zīmolu vidū augstākais krūšturu grupas noieta varbūtīgais ātrums 0,1 gabali dienā. Piem., „Dirole” krūšturi bija pieejami pavisam mazā daudzumā (1%), toties to noieta ātrums bija augsts (17 ekspozīcijas dienas). Tas liecina, ka šīs firmas produkcija bija iecienīta, kaut gan ar sortimenta politiku nesaistāmu iemeslu dēļ iepirkumi no firmas „Dirole” bija pārtraukti jau pētījuma sākuma posmā. Ar *MS Excel* programmatūras funkciju *CHITEST* abu noieta rādītāju relatīvo devumu gadījumlīeluma sadalījumu līdzīguma pakāpei tika aprēķināts hī kvadrāta kritērijs ($\chi^2 \approx 1 < \chi^2_{0,1;10} = 16$). Tas nozīmē, ka nebūtu noraidāms, ka starp abiem rādītājiem ar 95% varbūtību pastāv statistiski būtiska kontingence.

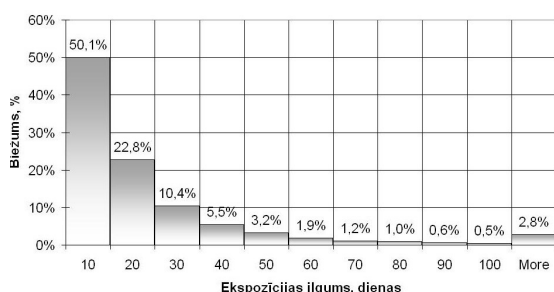


1.att. Piegādātāju devumi krūšturu noieta
Fig.1. Suppliers' shares within bra sales

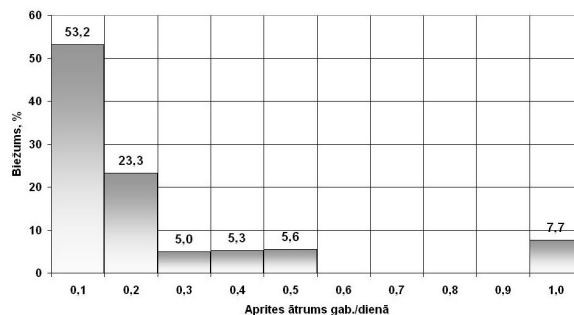


2.att. 11 firmu krūšturu ekspozīcijas vidējie ilgumi
Fig.2. Average durations of bra display depending on 11 suppliers brands

Tātad, par vienu no informatīvākajiem modes preču aprites rādītājiem uzskata pirkuma ekspozīcijas ilgumu, kurš rāda, cik dienas paiet no atsevišķas preces ievaduma veikalā līdz tās pirkuma brīdim. Reģistrēto krūšturu kopumā ekspozīcijas vidējais ilgums bija 20,6 dienas, bet ar samērā lielu šī gadījumlīeluma variācijas koeficientu 170 % līmenī (3.att.). Tas vedina meklēt skaidrojumus, kādēļ iegādāto preču atbilstība pieprasījumam ir tik dažāda. Lielākā daļa (ap 50%) krūšturu tika pārdota pirmo 10 dienu laikā. Tomēr datubāzē ir reģistrēti arī 2,8 % krūšturu, kuri tika pārdoti tikai pēc 100 dienu ilgas ekspozīcijas. Preču eksemplāra ekspozīcijas ilgumam apgriezti proporcionālais lielums ir noieta ātrums, kurš rāda, cik ātri tiek pārdots atsevišķs krūšturs (4.att.). Noieta ātruma vērtības varētu svārstīties robežās no 0 līdz 1 gabalam dienā. Datubāzē ierakstītais "nullārais" ātrums nozīmētu to, ka šis krūšturs vēl nav pārdots. Savukārt aprites ātruma maksimālā vērtība „1 gabals dienā” nozīmētu to, ka šāds krūšturs ir pārdots momentāni, proti, ievaduma dienā vai nākamajā dienā. Kopumā veikala krūšturu sortimenta aprites ātrumu dažādībai piemīt samērā straujš krūšturu eksemplāru pārdošanas vidējais ātrums - 0,197 gabali dienā, kaut gan ar statistiski ievērojamu šī gadījumlīeluma izkriedi, proti, ar variācijas koeficientu 133% līmenī.

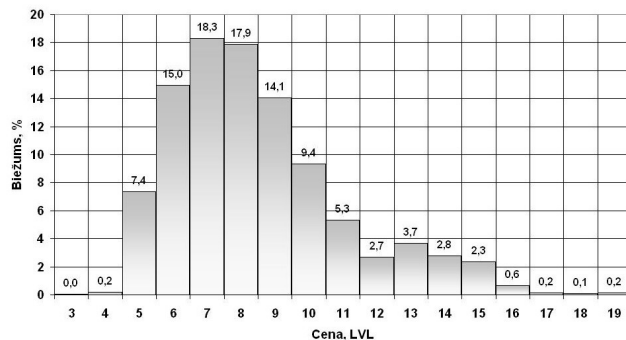


3.att. Krūšturu ekspozīcijas ilgumu sadalījums
Fig.3. Distribution of bra display durations



4.att. Krūšturu noieta ātrumu sadalījums
Fig.4. Distribution of bra selling rates

Reģistrēto 24,6 tk. krūšturu vidējā mazumcena bija 8 LVL ar variācijas koeficientu 31 %, kas liecina par to, ka mazumcenas krūšturu piedāvājumā ir samērā līdzīgas (5.att.). Krūšturu mazumcenu savstarpējās atšķirības lielākoties ietekmē ražotāju vairumcenas. Parasti augstākas vairumcenas ir Latvijā pazīstamāko firmu krūšturiem, tādiem kā „Laumas”, „Rosmes” un „Regīnas” firmu krūšturiem. Tomēr krūšturu modeļu cenas ietekmē arī fasonīpatnības, piem., augstāka cena ir polsterētajiem un stiegotajiem krūšturiem. Starp krūšturu cenām un to noieta ātrumiem nebija konstatējama vērā ņemama korelācija. Šādos apstākļos intereses vērta kļūst fasonīpatnību ietekme uz krūšturu noieta ātrumu.



5.att. Krūšturū mazumcenu sadalījums, vidējā cena 8 LVL ar variācijas koeficientu 31 %

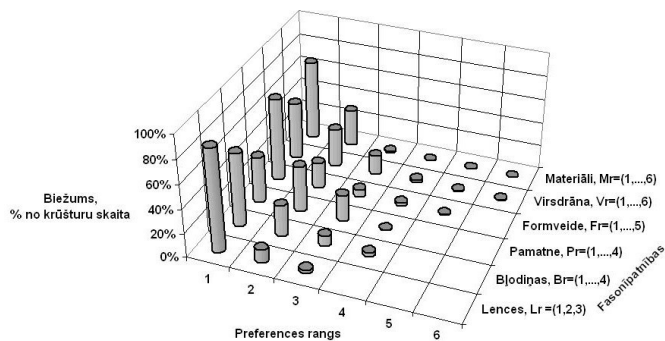
Fig.4. Distribution of bra retail prices, mean price is 8 LVL, coefficient of variance is 31 %

Lai vispārinātu datus par krūšturū fasonu piedāvājumu un pieprasījumu, tādējādi balstot arī turpmākos prečvedības lēmumus, datubāzē apkopotos faktus var noformēt uzskatāmā fasonīpatnību risinājumu kopainā. Ikvienai no krūšturū izskata pazīmēm (M- šķiedru materiāli, V- virsdrānas, F- formveides, B- bļodiņas, P- pamatnes, L- lences) tabulā tika ierakstīti to varianti (atribūti), kuri savukārt tika sakārtoti reģistrēto pirkumu daudzumu dilstošā secībā. Tādējādi katras pazīmes ietvaros vissastopamākajam atribūtam tika piešķirts pirmā ranga ordinālskaitlis, bet vismazākajā mērā sastopamajam atribūtam - pēdējā ranga ordinālskaitlis. Aplūkoto krūšturū izskata pazīmju variantu viendimensionālo sadalījumu nevienmērīgie biežumi ļauj izvērtēt sortimenta atribūtu (pazīmju variantu) ietekmi uz veikala ieņēmumu līmeni (6.att.).

Tabula: Krūšturū fasonīpatnību pazīmes un to atribūtu rangi pirkumu daudzuma dilstošā secībā

Table: Bra characteristics and their attributes ranged according sales

Noieta rangs, Xr	1	2	3	4	5	6
Šķiedras, Mr=(1,...,6)	PA>85 +EL>10	PA>50 +EL>10	PES>50 +EL>10	(PES+PA)>65 +EL>10	CO>50+CV +EL>10	CO>85 +EL>10
Noiets, f _r %	67,2%	31,0%	1,0%	0,5%	0,3%	0,1%
Virsdrāna, Vr=(1,...,6)	mežģīnes	garenadījums	garenad. +mežģīnes	ažūrizšuvums	ažūrizš. +garenad.	audums
Noiets, f _r %	48,1%	32,3%	16,2%	2,3%	0,7%	0,4%
Formveide, Fr=(1,...,5)	ar ieliktniem	ar porolonu	ar stiegrām	ar formējumu	bez formveides	
Noiets, f _r %	69,5%	21,8%	5,9%	2,3%	0,4%	
Bļodiņas, Br=(1,...,4)	divdaļīgas	ar iešuvēm	trīsdaļīgas	vienlaidu		
Noiets, f _r %	61,9%	26,2%	8,7%	3,3%		
Pamatne, Pr=(1,...,4)	bez pamatnes	taisna	šaura	ar priekšzaidari		
Noiets, f _r %	38,9%	38,7%	21,9%	0,5%		
Lences, Lr=(1,2,3)	šaurlences	noņemlences	platlences			
Noiets, f _r %	85,9%	11,0%	3,1%			



6.att. Krūšturū fasonīpatnību preferences iepirkumos.

Fig.6. Diversity of the sales depending on the preferred bra attributes

Sortimentā dominēja šādi preferētākie (r=1) ranga atribūti:

PA>85%+EL>10% šķiedru materiāls:

$$f_{\max(6)} = f(M1) = 0.672;$$

mežģīņu virsdrāna:

$$f_{\max(6)} = f(V1) = 0.481;$$

stiegrojums un ieliktni:

$$f_{\max(5)} = f(F1) = 0.695;$$

divdaļīga bļodiņa:

$$f_{\max(4)} = f(B1) = 0.619;$$

bez pamatnes:

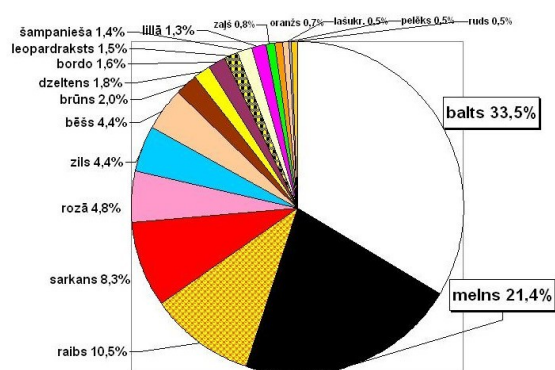
$$f_{\max(4)} = f(P1) = 0.389;$$

šaurās lences:

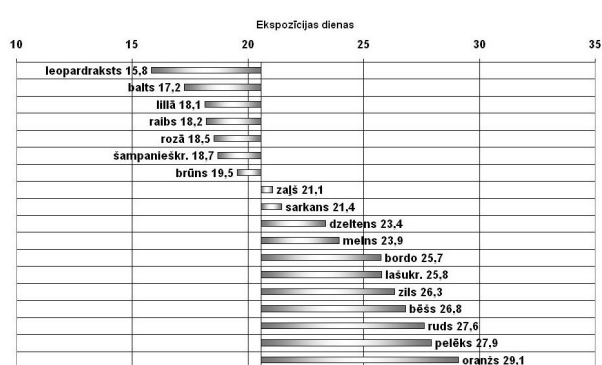
$$f_{\max(3)} = f(L1) = 0.859.$$

Nemot vērā eksplicētos šķiedru materiālu 6 variantus, virsdrānu 6 variantus, formveides 5 variantus, bļodiņu 4 variantus un pamatņu 4 variantus, krūštur modeļu izskata pazīmju kopumā varētu izdalīt $6 \times 6 \times 5 \times 4 \times 4 = 2880$ krūštur modeļu prototipus (katru ar atšķirīgu atribūtu kombinējumu). Daudzdimensionālās izpētes uzdevums ir noskaidrot modeļu izskata atribūtu kombinējumu preferences. Vairākumam potenciālo kombinējumu nav patērnieciski pieņemamu modeļu prototipu. No potenciāli iespējamajiem 2880 kombinējumiem modeļos tiek lietiskoti apmēram 100 krūštur prototipu veidi. To vidū visvairāk tika pirkti krūštur modeļi ar šādu fasonīpatnību kombinējumu: ar divdaļīgām ieliktnu bļodiņām bez pamatnes, kas darināti no $PA > 85\% + EL > 10\%$ šķiedru maisījuma pavedieniem garenadītām virsdrānām (3387 gab.). Skatot piecu pazīmju kombinējumus, visstraujākais aprites ātrums piemīt bezpamatnes modeļu tipam ar iešūtām porolona bļodiņām, kas darināts no $PA > 50\% + EL > 10\%$ šķiedru materiāla garenadījumiem un mežģīnēm (0,67 gab./dienā). Pārējo krūštur prototipu pirkšanas ātrumu vidējais radītājs nepārsniedza 0,4 gabalus dienā. Datubāzē atklājās arī tādi modeļi, kuru vidējais aprites ātrums nesasniedza pat 0,01 gab./dienā, piem., tāds bija bezpamatnes krūsturis ar trīsdalīgu porolona bļodiņu (tā mežģīņu virsdrāna bija no „ $PA > 50\% + EL > 10\%$ ” šķiedru maisījuma), proti, šim vienumam līdz pirkuma brīdim bija jāgaida 605 ekspozīcijas dienas.

Krūštur virsdrānas krāsojuma variantu viendimensionālo sadalījumu nācās aplūkot atsevišķi no krūštur pārējām fasonīpatnībām, jo šim krūštur sortimenta raksturotājam piemīt lielāka dažādība nekā fasonīpatnību variācijām. Krūštur modeļus veikals visvairāk piedāvāja baltā (33,5%) un melnā (21,4%) krāsā, jo šīs krāsas pārstāv krūštur tradicionālo koloristiku (7.att.). Kaut gan krūštur modeļus raibā (10,5%) un sarkanā (8,3%) krāsā iepirka daudz, tomēr to skaidro ar veikala iepircēju operatīvajiem lēmumiem kārtējos konjunktūras apstākļos. Lai izvērtētu, cik pareiza ir izrādījusies iepircēju veiktā krāsu dažādības izvēle, tās piedāvājumu sadalījums jāsalīdzina ar krūštur krāsu noieta ātrumu sadalījumiem, ievērojot, ka 18 krāsojuma skaita gadījumieluma variācijas koeficients bija 8,7%, bet 18 krāsu noieta ātruma gadījumielumu variācijas koeficients bija 20,7% līmenī (8.att.). Pēc noieta ātruma rādītājiem melnā krāsa vairs nebūtu uzskatāma par iecienītāko, jo tajā darināto krūštur 24 ekspozīcijas dienu skaits pārsniedza iztvēruma vidējo 20,6 ekspozīcijas dienu skaitu, kurpretim baltā krāsa paliek par iecienītāko krāsu balto krūštur īsā 17 dienu ekspozīcijas ilguma dēļ. Oranžās, pelēkās un rudās krāsas krūšturiem bija lēns noieta (28-29 ekspozīcijas dienas), bet tie nebija iepirkti lielos daudzumos (<1%). Uzmanības vērts ir leopardraksts (16 eksp. dienas), jo tā noieta ātruma rādītājs izrādījās negaidīti augsts ne vien modeļa savdabības, bet arī tā necīgā (1,5%) piedāvājuma dēļ.



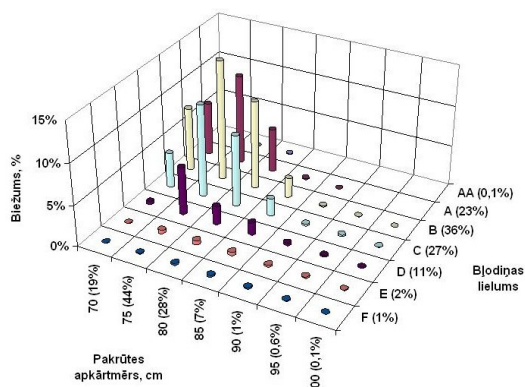
7.att. Krūštur koloristikas sadalījums
Fig.7. Distribution of bra colours within sales



8.att. Krūštur ekspozīcijas ilgumi atkarā no krāsojuma
Fig.8. Average display durations depending on bra colour

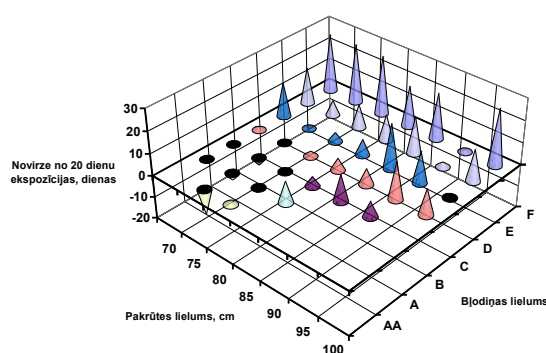
Veikalā piegādāto 40 krūštur lielumu tipu vidū pircējam vislielākajā daudzumā piedāvāja 75B lieluma krūšturus (15%), jo to lielumizmēri pieder pie LR sieviešu populācijas attiecīgo mērījumu normālsadalījuma modālo (sastopamāko) vērtību intervāla. (9.att.). Neraugoties uz atsevišķo lielumu iepirkuma daudzumu ārkārtīgo dažādību (no 0,001% līdz 15%), izrādījās, ka vairākumam krūštur lielumu bija samērā līdzīgi noieta ātrumi (10.att.). Tas apliecina, ka veikala sortimenta iepirkumu antropometriskā politika kopumā ir bijusi pamatota. Pēc ekspozīcijas ilguma rādītāja visu krūštur

noietā ātruma **vidējā** vērtība bija 20,6 dienas, ar komerciāli mērenu šī gadījumlīkuma variācijas koeficientu 49% līmenī (10.att.). Ilgāks ekspozīcijas ilguma rādītājs bija ļoti dziļo E un F blodiņu (vidēji 31 un 42 ekspozīcijas dienu) krūšturiem un arī vairākiem pakrūtes prāvo lielumu {85, 90, 95, 100} krūšturiem (vidēji - 30 ekspozīcijas dienu apkaimē). Kaut gan visvairāk un visstraujāk izpērk 75. un 80. pakrūtes lieluma krūšturus ar A un B blodiņām, tomēr veikalam nemitīgi jāuztur augumlielumu piedāvājuma dažādība. Tālab regulāri jāpasūtina augumlielumu skalas malējo lielumu krūšturi, ja tiem piemīt komerciāli vērtīgs antropometriskais pieprasījums, neraugoties uz to lēnāko noietā ātrumu.



9.att. Krūšturu lielumu īpatsvars noietā.

Fig.9. Distribution of sizes within bra sales



10.att. Krūšturu lielumu ekspozīcijas ilgumu novirzes no vidējā 20 dienu skaita

Fig.10. Deviations from the mean 20 days display duration depending on bra sizes

Lai pārbaudītu krūšturu lieluma marķējumu pareizību, ar kvotu atlasas paņēmieni mērīšanai tika atlasīti 90 krūšturu eksemplāri. Ar metālisku mērlineālu katram krūšturim tika mērīts lejasmalas garums: vispirms - neizstieptā stāvoklī L_0 , pēc tam - ar 500 g atsvaru spriegotā stāvoklī L_s , tā tuvināti modelējot fizioloģiski pieļaujamo krūštura pamatnes spiedienu uz ķermeņa pakrūtes joslu, ko izraisa stāipīgās lejasmalas elastības spēki. Tad ar lejasmalas relatīvo pagarinājumu ϵ (%)

$$\epsilon = 100 \cdot (L_s - L_0) / L_0 \quad (1)$$

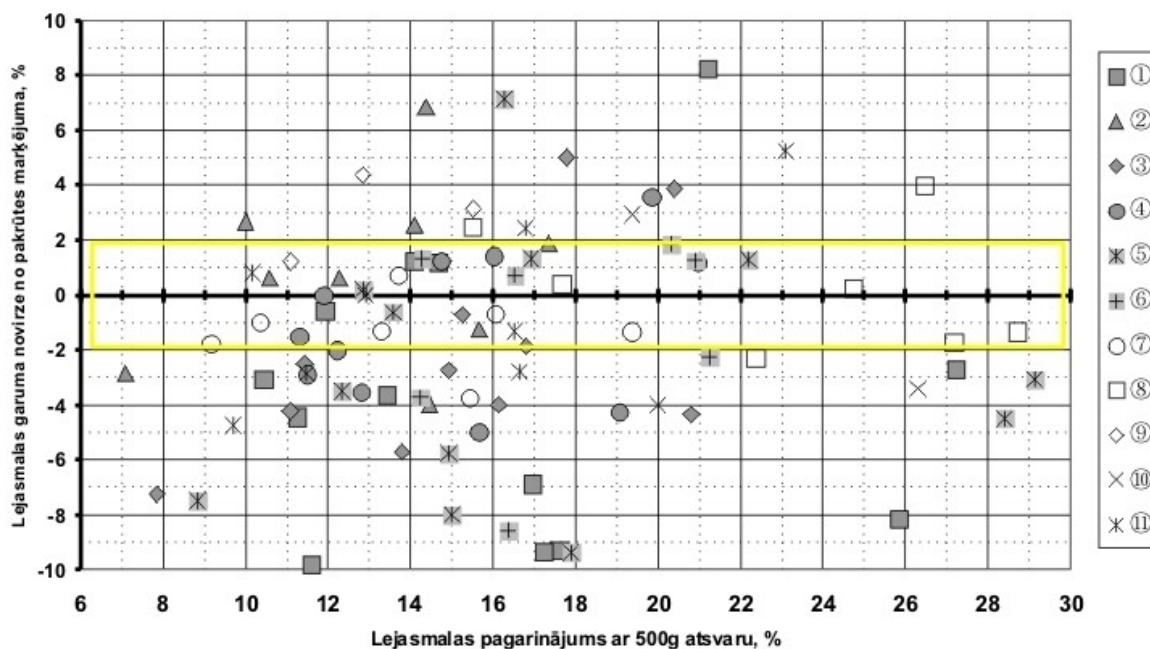
var vispārinoši raksturot pārbaudāmo krūšturu lejasmalu stāipīgumu, sniedzot priekšstatu gan par virsdrānas, gan par tās apstrādes paņēmieni ietekmi, tostarp par lenšu, šujamdiegu, šuvju, vīļu u.c. konstruktīvi tehnoloģisko faktoru izraisīto un valkānot izjūtamo lejasmalas piekļāvuma pakāpi, turklāt sniedzot šo informāciju salīdzināmā % izteiksmē, proti, neatkarīgi no pakrūtes standartizēto apkārtmēru dažādajām vērtībām lineārajās mērvienībās (no 70 cm līdz 100 cm). Pārbaudīto 90 krūšturu relatīvie pagarinājumi svārstījās robežās no 7 % līdz 29 %, kam lineāro mērvienību izteiksmē atbilstu pagarinājumi robežās no 4,5 cm līdz 18,5 cm. Kopumā šī gadījumlīkuma vidējā vērtība bija 16 % ar mērenu variācijas koeficientu - 33 % (11.att.).

Par pakrūtes lieluma marķējuma atbilstības rādītāju te pieņemta ar 500 g atsvaru spriegotā lejasmalas garuma L_s (cm) relatīvā novirze Δ (%) no krūštura marķējumā norādītā pakrūtes lieluma L_m (cm).

$$\Delta = 100 \cdot (L_s - L_m) / L_m \quad (2)$$

Pārbaudīto 90 krūšturu valkājamības nostiepumam atbilstoši spriegoto lejasmalu garumu novirzes no ražotāju marķējumiem svārstījās nepieļaujami plašās robežās, proti, no (-10) % līdz (+8) %. Lineāro mērvienību izteiksmē tam atbilstu novirzes robežās no (-9) cm līdz (+6) cm. Pēc stingras tehniskās kontroles prasībām šīm novirzēm neklātos pārsniegt ± 1 cm vai vismaz ± 2 cm robežvērtības (11.att.). Šo 90 noviržu vidējā vērtība bija (-1,4) %, nevis nomināli sagaidāmā vidējās novirzes 0% vērtība, kā tam jābūt ideālā gadījumā. Kopumā novirzēm piemīt pārmērīga izkliede - noviržu dispersija bija 15%% līmenī. Vislielākā marķējumu neatbilstība konstatēta „Lonija Lukss” krūšturu vidū ($s_1=4$ cm), bet vismazākā - „Rosmes” krūšturu vidū ($s_7=1,1$ cm). Kopumā ražotāju marķējumam neatbilst aptuveni puse pārbaudīto krūšturu, jo to lejasmalas garumu novirzes pārsniedz ne vien

pienācīgās precizitātes pielaižu robežas, bet pat vairāku blakus lielumu robežas. Šādos apstākļos individuālo lielumatbilstību pircējam nāktos pārbaudīt ar uzlaikšanu pirms krūštura iegādes pat tad, kad savam augumlielumam atbilstošais marķējums būtu labi zināms.



11.att. Nostieptās krūštura lejasmalas mērījumu novirzes no pakrūtes lieluma marķējuma
Fig.11. Deviations of the strained bra measurement from the number of the bra under-bust size labelling

Secinājumi

Kaut gan veikalā piedāvāto krūšturu mazumcenas nav augstas un ir samērā līdzīgas (to vidēja cena ir 8 LVL ar variācijas koeficientu 31%), krūšturu preču noieta ātrumu ievērojamā statistiskā izkliede (170% līmenī) apliecināja, ka veikala iepircēju izraudzītajam sortimentam piemīt nelīdzvērtīgi galapatērētāju vērtējumi. Krūšturu noieta ātrumu izpēte ļāva atklāt dažas iepirkumu struktūras neatbilstības patērētāju pieprasījumam koloristikas un augumlielumu pasūtījumu skatījumā. Patērētāji lielākoties iegādājas bezpamatnes šaurleņču krūšturus ar divdaļīgam bļodiņām un ieliktņiem, šādu modeļu piedāvājums veikalā arī bija vislielākais. Krūšturu lejasmalas garuma marķējuma atbilstības pārbaudes atklāja, ka aptuveni puse pārbaudīto krūšturu izmēru neatbilst lieluma marķējumu pielaidēm.

Literatūra

1. Sorokins V., Krieviņš I. Apģērbu patērētāju pieprasījuma struktūras izpētes metodoloģiskie aspekti // Ekonomiskās problēmas uzņēmējdarbībā: Starptautisks augstskolu zinātnisko rakstu krājums.- Rīga: RTU, 1998.- Lpp. 114.-120.
2. Zinātnes un tehnoloģijas vārdnīca.- Rīga: Norden AB, 2001.-754 lpp.
3. Dewsnap B., Hart C. Category management: a new approach for fashion marketing? // European Journal of Marketing.- 2004.- Vol.38.- No.7.- Pp.809-834.- ISSN 0309-0566.
4. Li Y., Zhang X., Yeung K.W. A 3D Biomechanical Model for Numerical Simulation of Dynamic Mechanical Interactions of Bra and Breast during Wear. // Sen`i Gakkaishi.- 2003.- Vol.50.- No.1.- Pp.46-55.- ISSN 0037-9875

N. Dakša, I. Krieviņš

KRŪŠTURU SORTIMENTS RĪGAS TC VEIKALĀ

Lai noskaidrotu atšķirības starp preču iepircēju un patērētāju preferencēm, apkopotas ziņas par 24608 krūšturu sortimentu, kuru vienā no Rīgas tirdzniecības centru veikaliem tirgoja laikposmā no 2005.gadā augusta līdz 2007.gada jūlijam. Šajā nolūkā salīdzināti šaurāk variējošie iepirkumu apjomi ar plašāk variējošajiem to realizācijas tempiem šādos grupālā sortimenta skatījumos: ražotājfirmas zīmoli, vairumcenu līmeņi, augumlielumi un krūšturu fasonīpatnības. Starp krūšturu cenām un to noieta ātrumu nebija konstatējama vērā ņemama korelācija. Šādos apstākļos interesi izraisīja fasonīpatnību ietekme uz krūšturu noieta ātrumu, kas ļāva atklāt dažas iepirkumu struktūras neatbilstības patērētāju pieprasījumam, īpaši koloristikas pasūtījumu ziņā. Iepircēji priekšroku dod krūšturiem, kas darināti no lielākoties baltām un melnām mežģīnēm (48%), kuras savukārt gatavotas no neilona un elastāna šķiedru maisījuma (67%); tiem ir divdaļīgas (62%) bļodiņas ar stiegrojumu un ieliktņu polsterējumu (70%) un šauras lences (86%). Veiktas arī 90 krūšturu lejasmalas garumu un to marķējuma atbilstības pārbaudes. Ražotāju marķējumam neatbilst aptuveni puse pārbaudīto krūšturu, jo lejasmalas novirzes pārsniedza pienācīgās precizitātes pielaižu robežas.

N. Dakša, I. Krieviņš

ASSORTMENT OF BRAS WITHIN A STORE IN RIGA

An assortment of 24608 bras sold at a Riga store during 2 years (from August 2005 until July 2007) is described with a view to find out differences in buyers' and consumers' preferences. Every stock keeping unit has been recorded into database by a set of characteristics including suppliers' brand, retail price, size, several style attributes etc. On the whole moderate varying retail prices (average = 8 LVL, variation $v=31\%$) do not correlate with highly varying selling rates ($v=170\%$). There are found differences between sale amount and selling rates within brand, colour and style preferences. The most preferred prototypes of bra style are made from nylon and elastane mixture fibres (67%) fabricated into laces (48%), mostly in white and black, being made-up with wired and padded (70%) bipartite cups (62%) and with narrow straps (86%). There have been studied deviations between under-bust size labelling data and that of strained bra measurements. Approximately half of the bras does not fit into their size measurement tolerance limits.

Н. Дакша, И.Кривиньш

АССОРТИМЕНТ БЮСТГАЛЬТЕРОВ В МАГАЗИНЕ Г.РИГИ

С целью выявления различий в предпочтениях закупщиков и покупателей, исследованию был подвергнут ассортимент 24608 бюстгалтеров реализованных в одном из магазинов торгового центра г. Риги в период с августа 2005 года по июль 2007 года. В базу данных занесена каждая торговая единица путем регистрации множества необходимых и достаточных потребительских признаков. Таким образом сопоставлены менее варьирующие объемы закупок с более варьирующим темпом их реализации по следующим групповым признакам ассортимента: бренд поставщика, розничные цены, типоразмерные признаки и фасонные особенности бюстгалтеров. Установлено отсутствие корреляции между мало варьирующим уровнем розничных цен и широко варьирующим темпом реализации товарных единиц. Выявлены наиболее предпочтительные признаки внешнего вида бюстгалтеров в закупках, т.е., из кружева (48%) в смеси полиамидных и эластанных волокон (67%), окрашенных г.о. в белом и черном цвете; с двухшовными (62%) чашками с каркасом и вкладышами (70%), на узких лямках (86%). Проверено соответствие размерной маркировки 90 товарных единиц с фактическими измерениями длины низа бюстгалтера в напряженном состоянии. Около половины подвергнутых измерению бюстгалтеров оказалось несоответствующими допуском маркировки.