



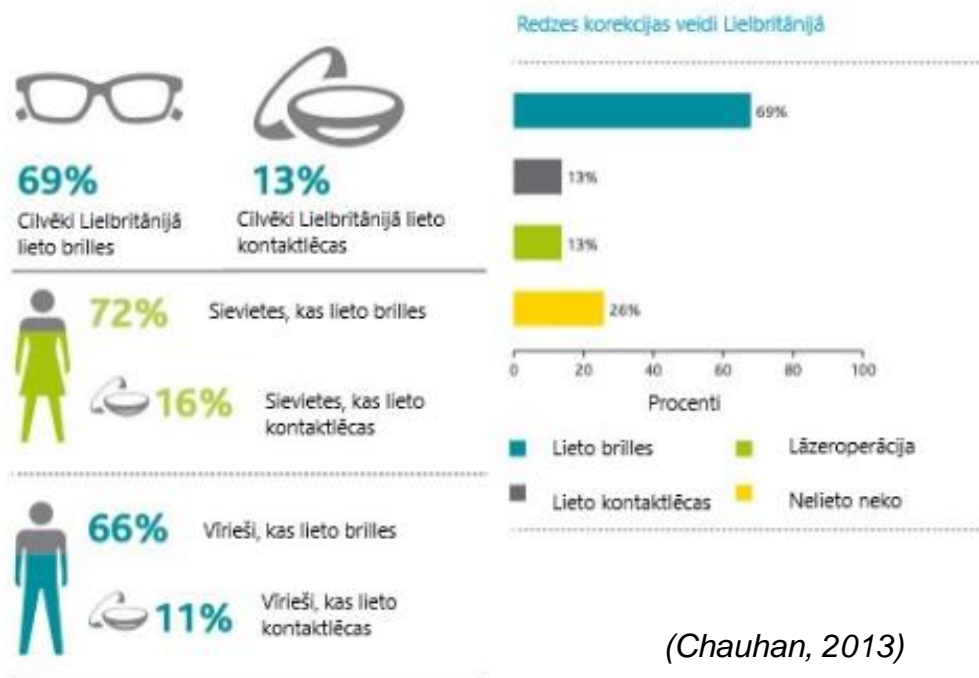
IETVARU UN SAULESBRIĻĻU IZVĒLI NOTEICOŠIE FAKTORI

Autori: Liene Podreza, PhD Kaiva Juraševska

Ietvaru un saulesbrīļu izvēli noteicošie faktori

Autorei svarīgi bija salīdzināt un izprast atšķirības klientu motivācijā, izvēloties optisko brīļu ietvaru, vai saulesbrilles, noskaidrot, cik lielā mērā katrs no faktoriem ietekmē izvēli, pirms tiek iegādāts optiskais ietvars, vai saulesbrilles.

Literatūrā ir informācija par to, ka liela nozīme ir kvalitātei, dizainam un materiālam, to īpaši uzsver Lielbritānijas patērētāji. Ķīnas, Indijas un Meksikas brīļu lietotāji min, ka primārā izvēle ir balstīta uz kvalitāti. (Chan, 2021). Amerikas Savienoto valstu pircēju izvēles rezultāti parāda, ka svarīga ir cena un ērtums (Staff, 2014).



Darba mērķis: noskaidrot klientu izvēli noteicošos faktoros, izvēloties optiskās brilles un saulesbrilles.

Darba uzdevumi:

- apzināt un analizēt zinātniskas publikācijas un nozares literatūru;
- izziņāt brīļu izvēli noteicošos faktoros, kādā optikas salonā, Valmierā, izmantojot autores veidoto strukturēto anketu;
- apkopot aptaujas rezultātus, izvirzīt secinājumus.

Hipotēze: estētika un stila aspekti ietekmē ietvara izvēli, ne mazāk, kā citi izvēli noteicošie faktori

Metodes: lai sasniegtu izvirzītos darba mērķus un uzdevumus, autore izmanto bibliogrāfijas metodi un pašas izveidotu strukturēto anketu.

Zinātniskais aparāts

Autores anketas veidošanas procesā autore sastādīja dažādu veidu jautājumus. Papildus tam, tika veikts pilot pētījums. Tika aptaujāti 4 cilvēki. Šo anketu datus autore neizmantoja savā pētījumā, bet tas bija labs pamats anketas uzlabošanai.

Tālāk sekoja pieteikuma iesniegšana Ētikas komitejai. 15.03.2023. tika gūts pozitīvs atzinums, lai uzsāktu anketēšanas procesu. Lēmums Nr. 36

Autore pētījumā izmantoja kvantitatīvo datu vākšanas metodi.

Anketa ir strukturēta, sastāv no 11 jautājumiem, latviešu valodā, papīra formātā.

Pielikums iesniegumam Ētikas Komitejai

Labdien!

Es esmu Latvijas Universitātes Rīgas Medicīnas koledžas studiju programmas "Optometrista asistents" 2. kursa studente Liene Podreza. Sava kvalifikācijas darba pētījuma ietvaros veicu pētījumu "Ietvars kā stila elements, vai praktisks tā pielietojums?". Šī pētījuma mērķis ir noskaidrot klienta izvēli noteicošos faktoros, izvēloties optiskās brilles un saulesbrilles.

Aicinu Jūs atbildēt uz anketas jautājumiem, kas prasīs aptuveni 10 minūtes Jūsu laika. Piedalīšanās pētījumā ir brīvprātīga, iegūtie dati ir anonīmi un konfidenciāli, tie tiks izmantoti apkopotā veidā tikai šī pētījuma ietvaros.

Aizpildot anketu Jūs piekrītat piedalīties pētījumā, Jums ir tiesības anketas aizpildīšanu pārtraukt jebkurā laikā. Vajadzības gadījumā sazinieties ar mani epastā liene_podreza@inbox.lv. Pētījums veikts ar Latvijas Universitātes Rīgas Medicīnas koledžas Ētikas komitejas atļauju (. . .2023. lēmums Nr. /2023).

Izvēloties atbildi, atzīmējiet to ar krustiņu. Ja jautājumā iespējams vairākas atbildes, tas tiks norādīts pie attiecīgā jautājuma.

Anketa

1. Jūsu dzimums:

- Sieviete
- Vīrietis

2. Vecums:

- ____

3. Vai Jums ir kādas redzes problēmas?

- Jā
- Nē

4. Kuru no redzes korekcijas līdzekļiem Jūs izmantojat biežāk?

- Brilles
- Kontaktlēcas
- Abus iepriekš minētos

5. Cik bieži Jūs iegādājaties redzes korekcijas brilles?

- Apmēram reizi pusgadā (vai biežāk)
- Apmēram reizi gadā
- Retāk kā reizi gadā
- Cits variants _____

6. Kādam nolūkam jūs iegādājaties redzes korekcijas brilles? Vairākas atbildes ir iespējamās:

- Pastāvīgai lietošanai
- Tuvumam/lasīšanai
- Tālumam
- Darbam ar datoru
- Kā stila elementu/aksesuāru
- Cits variants _____

7. Ar krustiņu norādiet, cik lielā mērā katrs no faktoriem Jums ir svarīgs, izvēloties ietvaru optiskajām brillēm:

- Ja nekad neesat apsvēris optisko briļļu ietvara iegādes iespēju, lūdzu norādiet to ar krustiņu un pārejiet pie 9. jautājuma.

	Ļoti svarīgi	Svarīgi	Daļēji svarīgi	Mazsvarīgi	Nesvarīgi
Cena					
Kvalitāte					
Zīmols					
Stils					
Aktuālās modes tendences					
Ērtums					
Krāsa					
Materiāls					
Forma					
Optikas darbinieka ieteikums					
Apkārtējo domas					
Lietišķās etiķetes prasības darba vietā					
Izdevīgs piedāvājums (atlaides)					
Cits (norādīt)					

8. Ja esat apsvēris zīmola ietvara iegādi, vai kādreiz esat iegādājies zīmola ietvaru, ar krustiņu norādiet, cik lielā mērā katrs no faktoriem ir ietekmējis Jūsu vēlmi to iegādāties?

- Ja nekad neesat apsvēris zīmola ietvara iegādes iespēju, lūdzu norādiet to ar krustiņu un pārejiet pie nākošā jautājuma.

	Pilnībā nepiekrītu	Nepiekrītu	Piekrītu	Pilnībā piekrītu	Grūti pateikt
Kvalitatīvs					
Elegants					
Stilīgs					
Inovatīvs					
Jautrs					
Pievilcīgs					
Prestižs					
Atpazīstams					
Dārgs					
Cits (norādīt)					

9. Cik bieži Jūs iegādājaties saulesbrilles?

- Apmēram reizi pusgadā (vai biežāk)
 Apmēram reizi gadā
 Retāk kā reizi gadā
 Cits variants _____

10. Ar krustiņu norādiet, cik lielā mērā katrs no faktoriem Jums ir svarīgs, izvēloties saulesbrilles:

	Ļoti svarīgi	Svarīgi	Daļēji svarīgi	Mazsvarīgi	Nesvarīgi
Cena					
Kvalitāte					
Zīmols					
Stils					
Aktuālās modes tendences					
Ērtums					
Krāsa					
Materiāls					
Forma					
Asistenta ieteikums					
Apkārto domas					
Izdevīgs piedāvājums (atlaides)					
Cits (norādīt):					

11. Ja esat apsvēris zīmola saulesbrīļu iegādi, vai kādreiz esat iegādājies zīmola saulesbrilles, ar krustiņu norādiet, cik lielā mērā katrs no faktoriem ir ietekmējis Jūsu vēlmi tās iegādāties?

- Ja nekad neesat apsvēris zīmola saulesbrīļu iegādes iespēju, lūdzu norādiet to ar krustiņu un pārejiet uz anketas beigām.

	Pilnībā nepiekrītu	Nepiekrītu	Piekrītu	Pilnībā piekrītu	Grūti pateikt
Kvalitatīvas					
Elegantas					
Stilīgas					
Inovatīvas					
Jautras					
Pievilcīgas					
Prestižas					
Atpazīstamas					
Dārgas					
Cits (norādīt):					

Paldies par Jūsu atbildēm!

Respondenti un pētījuma bāze:

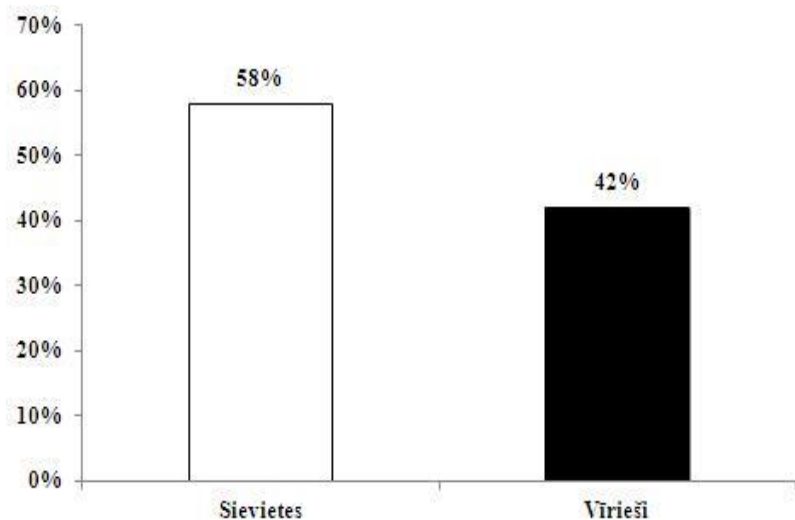
Aptauja tika veikta 2023. gada martā un aprīlī, Valmierā, kādā optikas salonā, ar mērķi aptaujāt 100 respondentus.

Kopumā tika aizpildītas 74 anketas, 65 tika atzītas kā derīgas, 9 nevarēja izmantot, jo tās nebija atbilstoši atzīmētas un 13 anketu aizpildīšana tika atteikta.

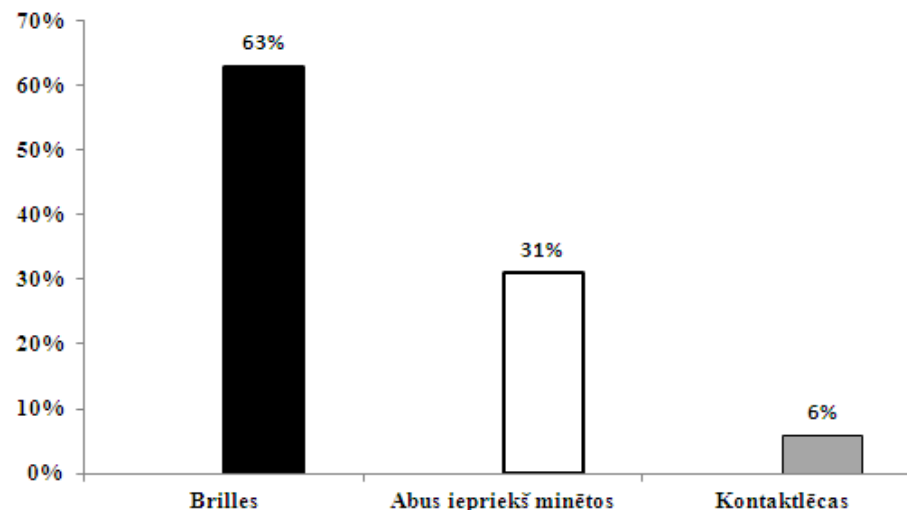
No visiem aptaujātajiem 65 respondentiem 38 ir sievietes un 27 vīrieši.

Vidējais vecums respondentiem ir 34 ± 7 gadi (vecuma diapazons no 18 līdz 56 gadiem).

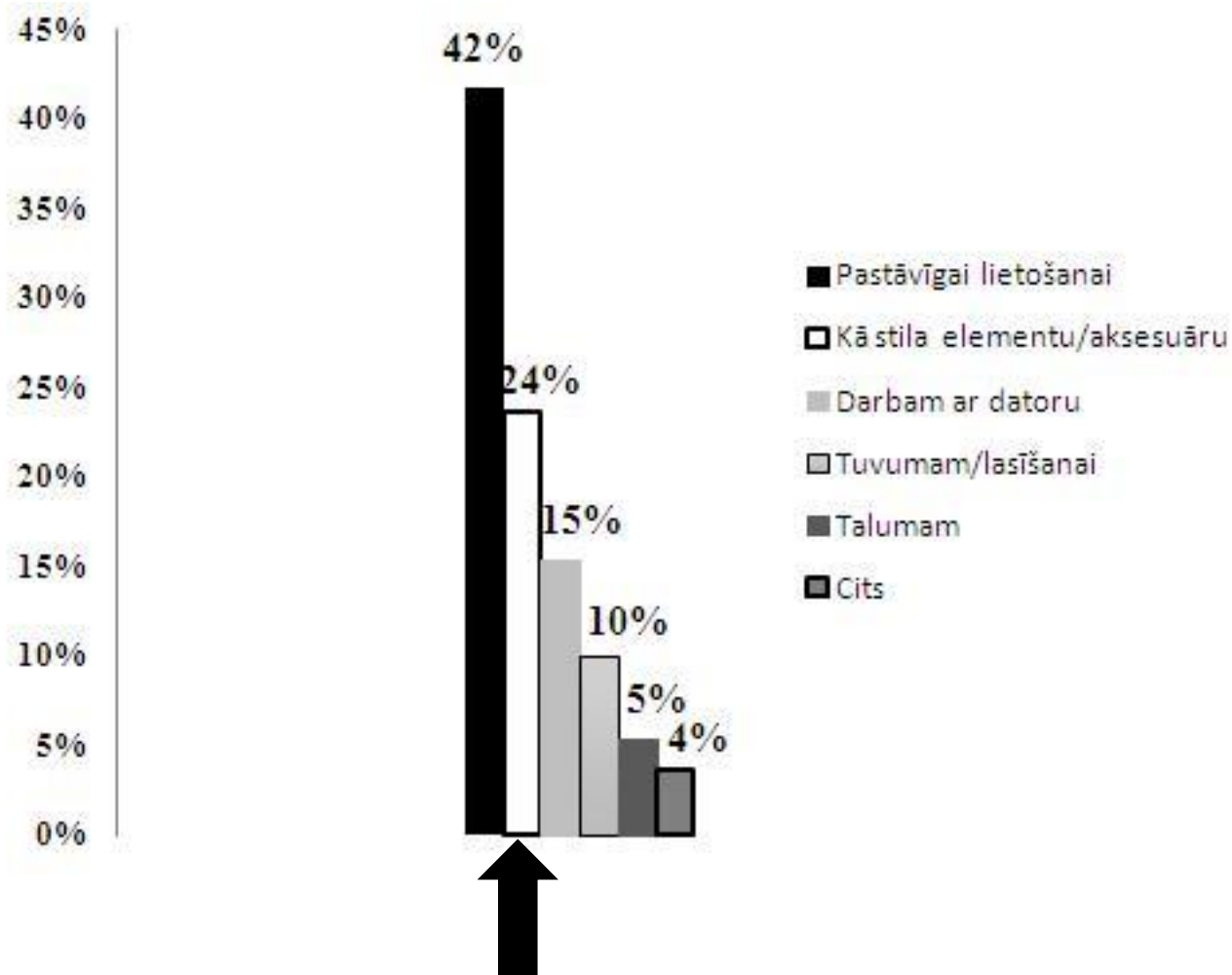
Respondentu ar redzes problēmām sadalījums pēc dzimuma



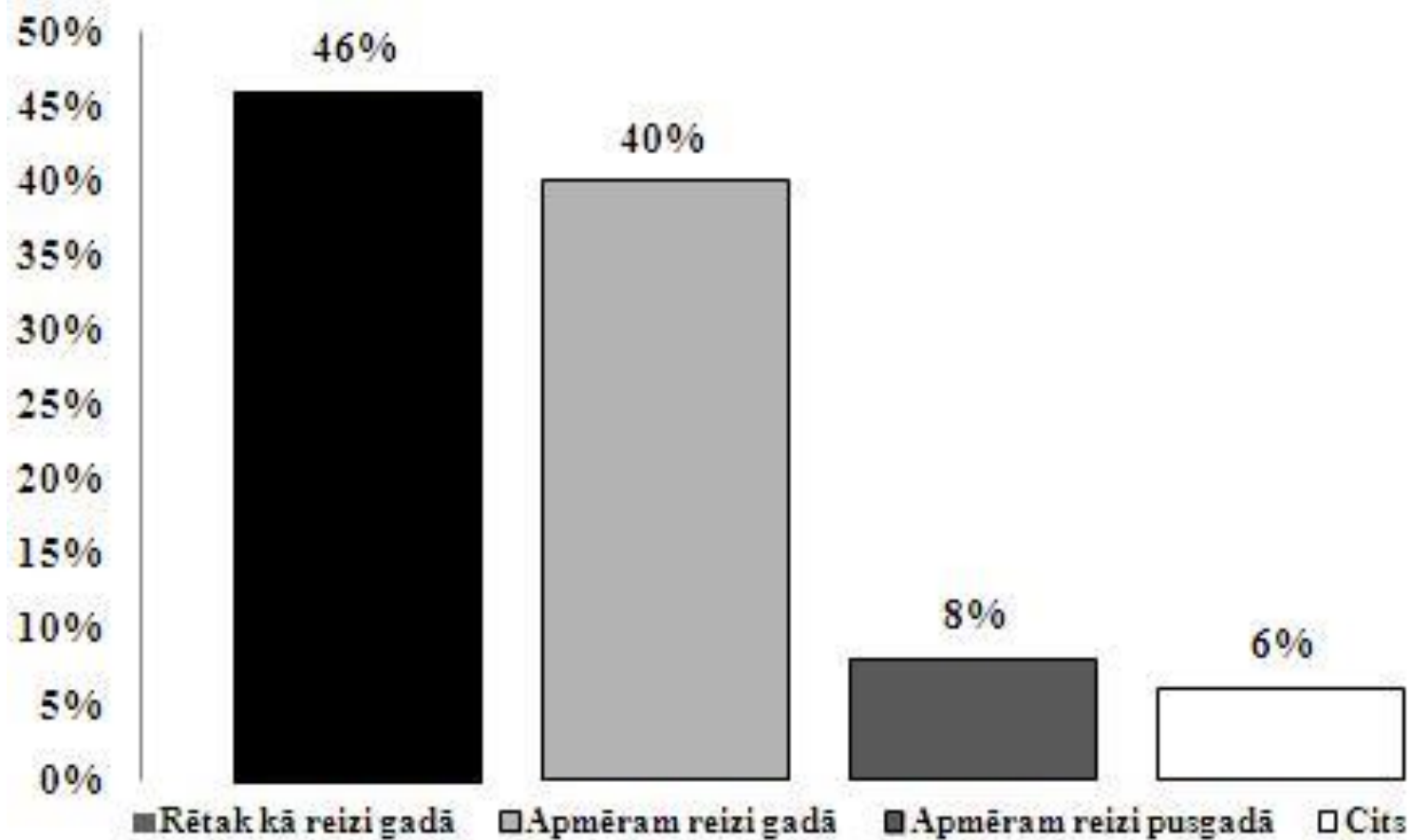
Pamata optikā pieejamo korekcijas līdzekļu izvēles sadalījums respondentu vidū



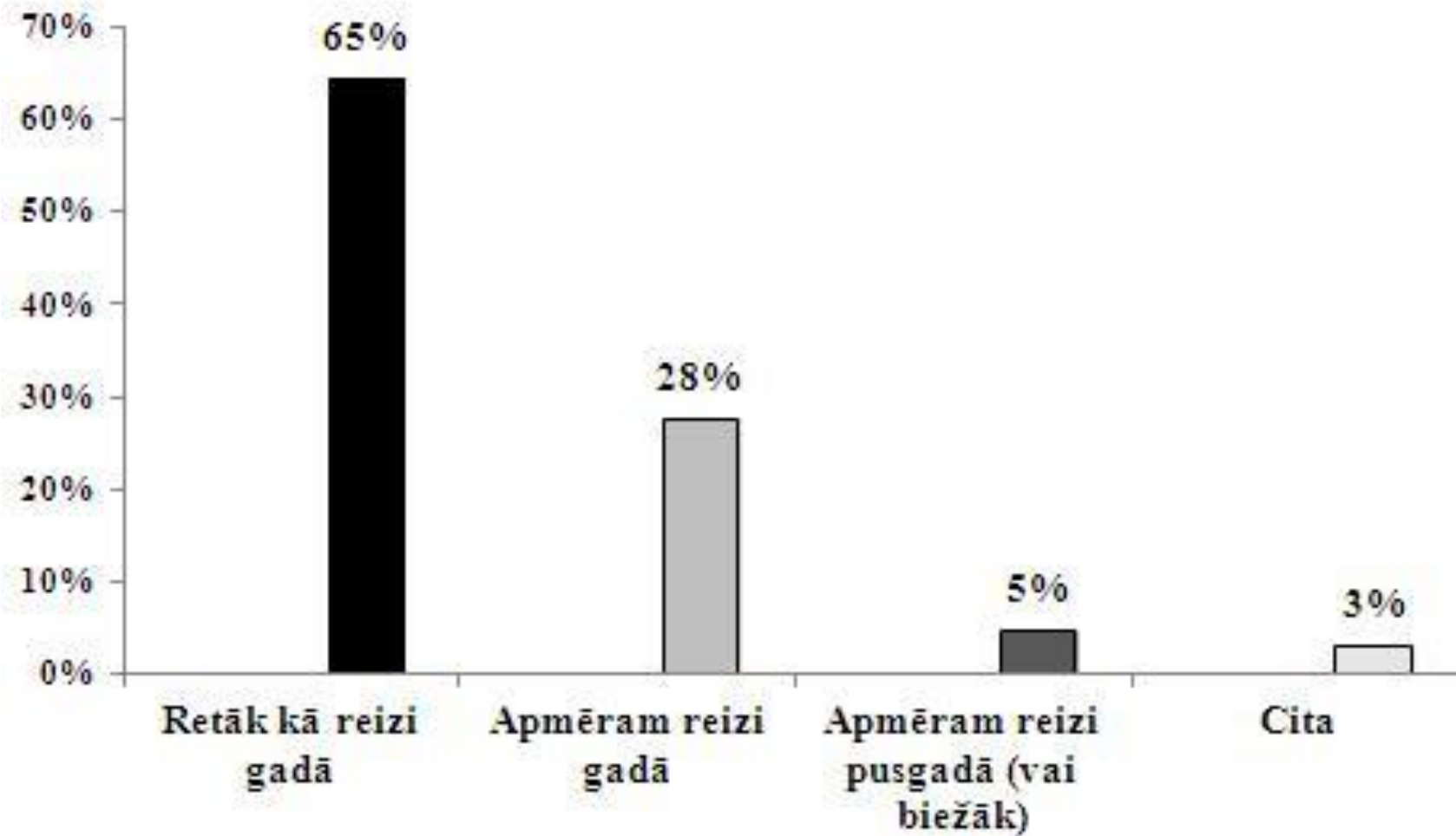
Redzes korekcijas brillu iegādes iemesli



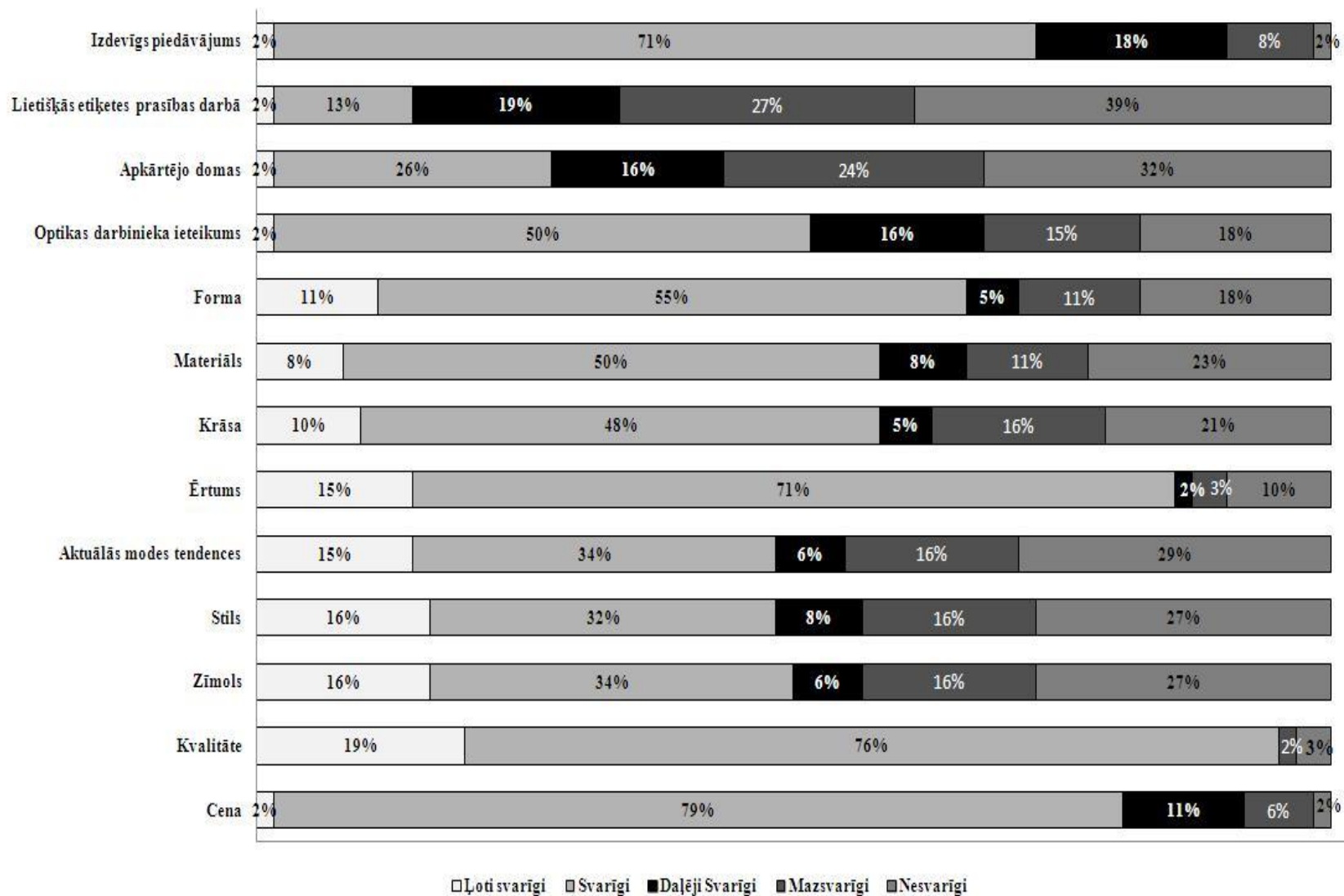
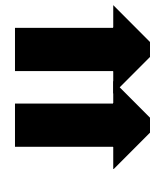
Optisko brīļu iegādes paradumi



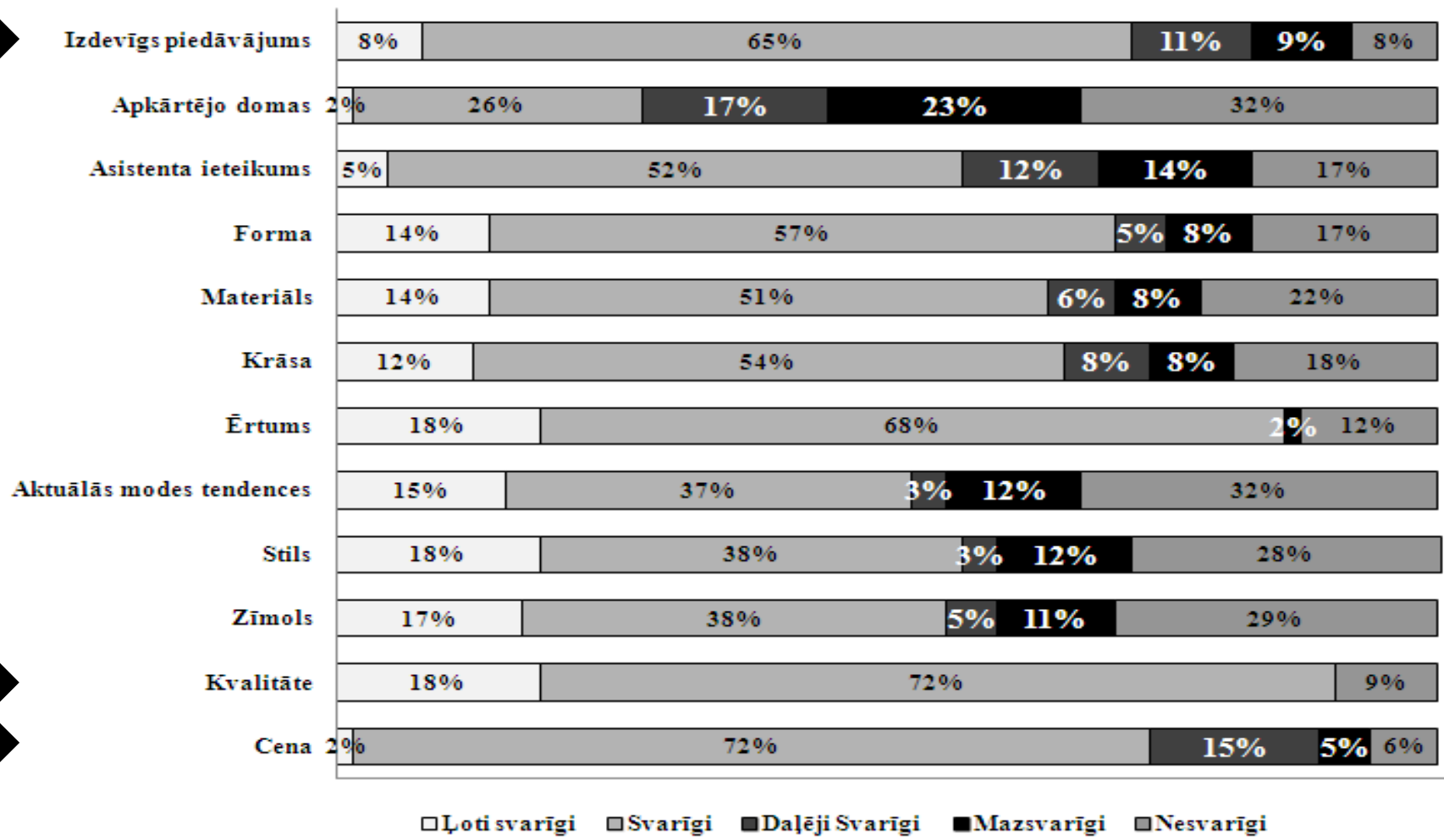
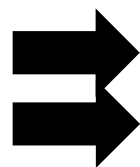
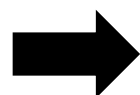
Saulesbrīļu iegādes paradumi



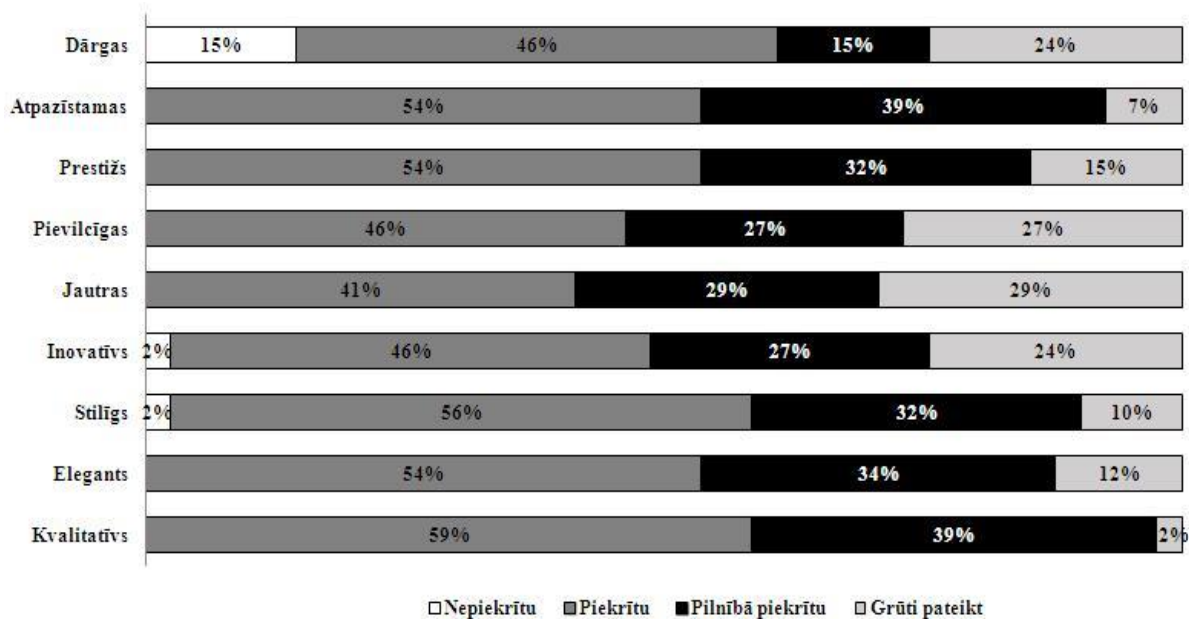
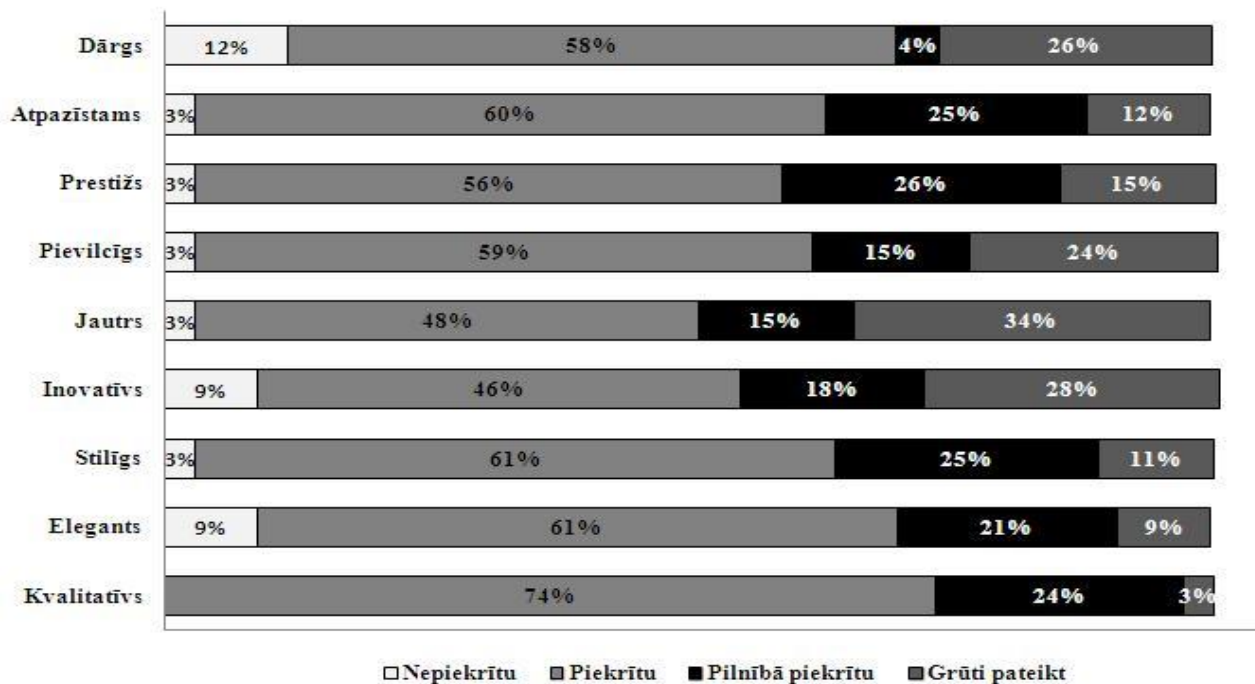
Katra faktora nozīme, pieņemot lēmumu iegādāties **optisko ietvaru**



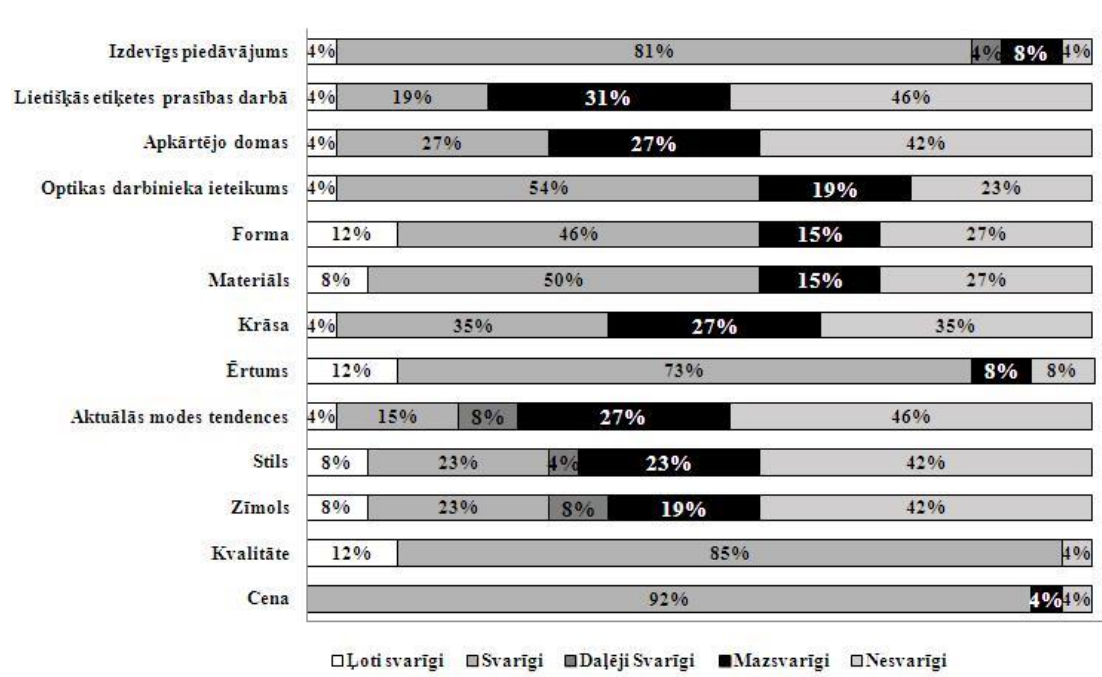
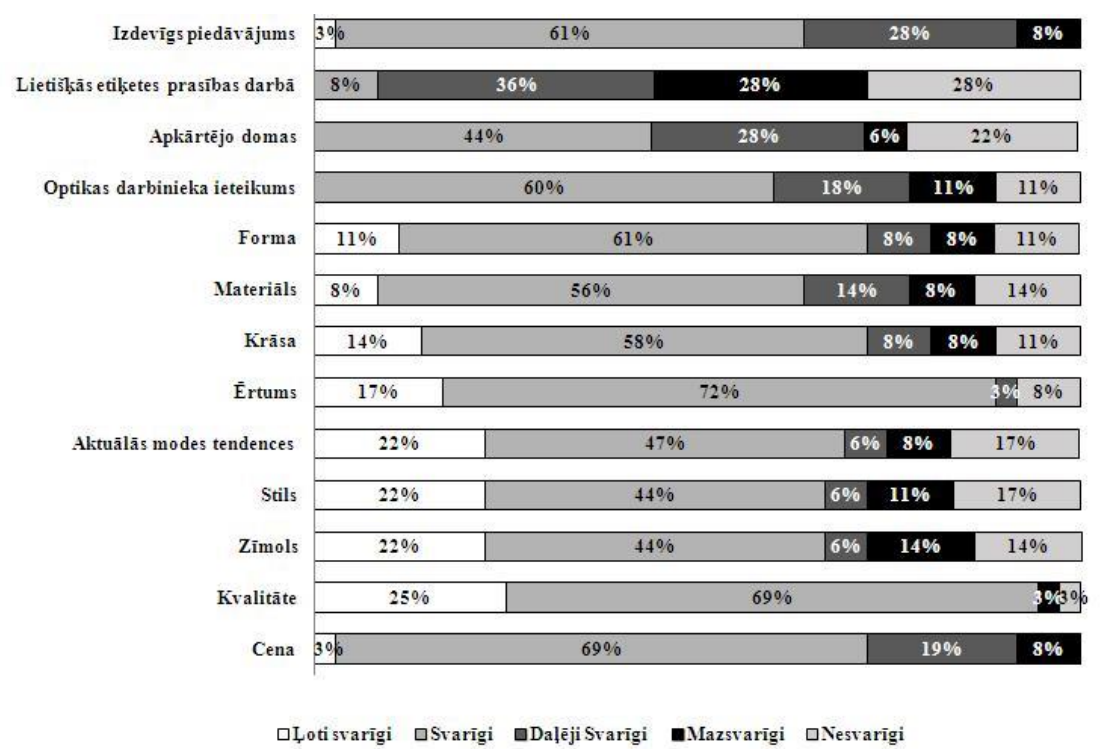
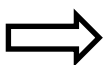
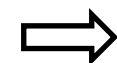
Katra faktora nozīme, iegādājoties saulesbrilles



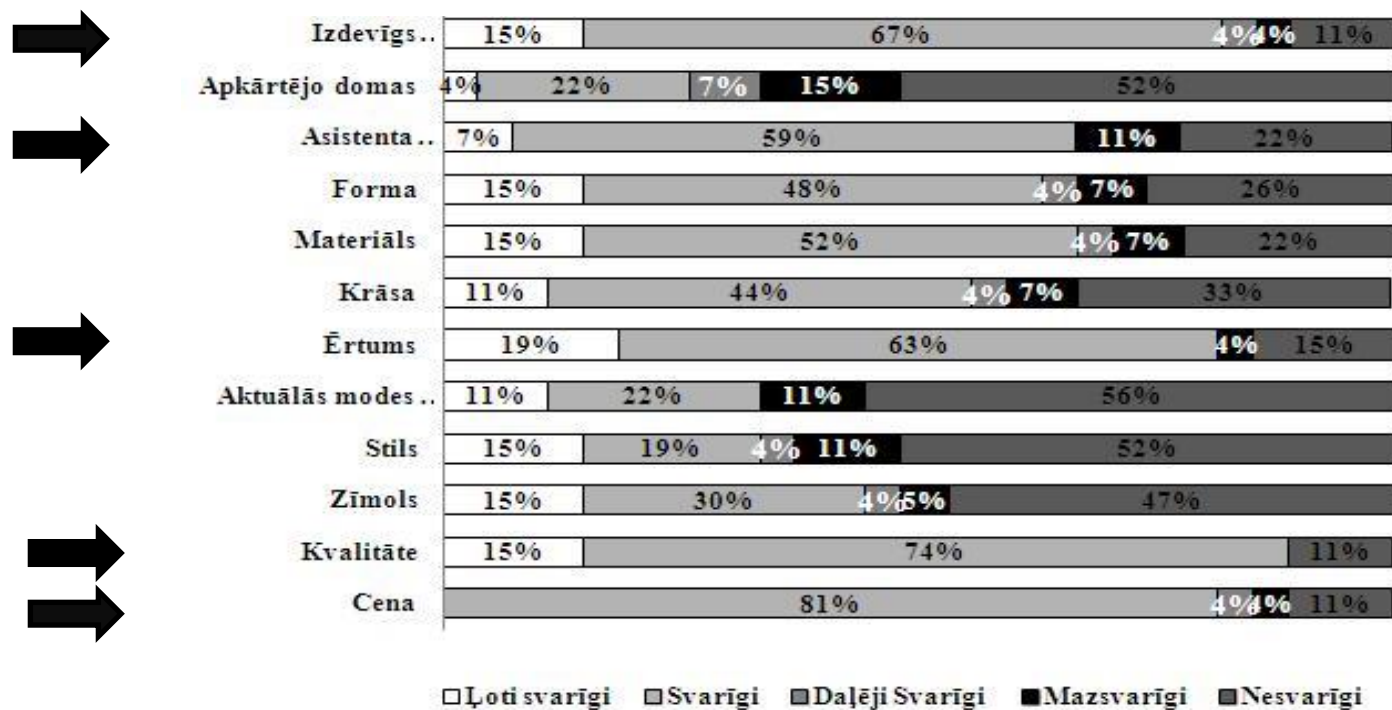
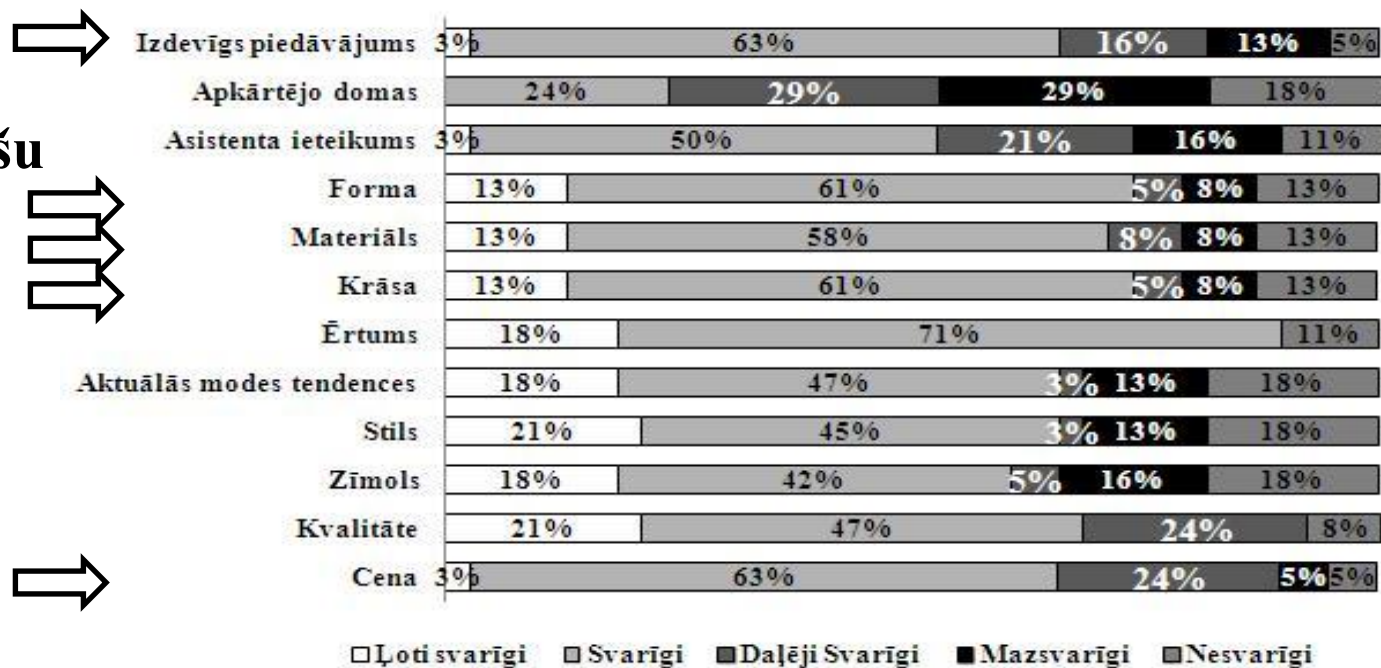
Katra faktora nozīme, iegādājoties zīmola ietvaru un saulesbrilles



Respondentu **sieviešu** un **vīriešu** katra faktora nozīme, iegādājoties optiskās brilles



Respondentu **sieviešu**
un **vīriešu** katra
faktora nozīme,
iegādājoties
saulesbrilles



Secinājumi

72% aptaujāto respondentu primārais optisko briļļu iegādes iemesls ir redzes korekcija, tikai 24% aptaujāto atzīst, ka brilles izvēlas kā stila elementu.

48% aptaujāto optiskās brilles iegādājas reizi gadā vai biežāk, savukārt tikai 33% aptaujāto saulesbrilles iegādājas reizi gadā vai biežāk.

Būtiskākie faktori lēmuma pieņemšanā par **optisko ietvaru** iegādi ir: **cena, kvalitāte, ērtums un izdevīgs piedāvājums**, ko atzīmējusi procentuāli lielākā daļa aptaujāto. Par zīmola ietvara iegādi ir: kvalitāte, elegance un stils.

Būtiskākie faktori lēmuma pieņemšanā par **saulesbrīļļu** iegādi ir: **cena, kvalitāte un izdevīgs piedāvājums**. Par zīmola saulesbrīļļu iegādi ir kvalitāte, stils, elegance, atpazīstamība un prestižs.

Sieviešu vidū cena, kvalitāte, forma un izdevīgs piedāvājums ir primārie nosacījumi ietvaru iegādē. **Vīriešu** vidū primāra nozīme ir cenai, kvalitātei, izdevīgam piedāvājumam un ērtumam.

Sieviešu vidū cena, izdevīgs piedāvājums un ērtums ir primārie parametri saulesbrīļļu iegādē. **Vīriešu** vidū cena, kvalitāte, izdevīgs piedāvājums ir primārie parametri saulesbrīļļu iegādē.

Izmantotās literatūras un avotu saraksts

Canard (2002, January 23). Can You Wear Glasses for Fashion? WordPress.

<https://sites.psu.edu/socialtrends/2022/01/23/can-you-wear-glasses-for-fashion/>

Chan, V. F. (2021, June 12). Factors affecting guardians' decision making on clinic-based purchase of children's spectacles in Nigeria. *Journals Plos*.

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0254517>

Chauhan, K. (2013, February 1). Britain's Eye Health in Focus. The College of Optometrists. [http://wcbccd.org.uk/perspectif/library/BEH_Report_FINAL%20\(1\).pdf](http://wcbccd.org.uk/perspectif/library/BEH_Report_FINAL%20(1).pdf)

Fylan, F. (2015, February 15). Four different types of client attitudes towards purchasing spectacles in optometric practice. Wiley Online Library. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1369-7625.2004.00309.x>

Jain, P., Loja, A., Ubeja, S., Acharya, S., & Tivawi, V. (2018). A Study on Consumer Behaviour towards Branded Sunglasses amongst the Students of Indore City. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 6(9).

https://www.researchgate.net/publication/330652522_A_Study_on_Consumer_Behaviour_towards_Brand_ed_Sunglasses_amongst_the_Students_of_Indore_City

Staff (2014, January 7). *Study Examines Most Influential Factors for Frame Buyers*. Vision Monday.

<https://www.visionmonday.com/business/research-and-stats/article/new-study-familiarity-price-and-convenience-are-most-influential-factors-for-frame-buyers>

Wright, M. (2022). 4 Factors Impacting Whether Patients Purchase Eyewear. *Review of Optometric Business*.

<https://www.reviewob.com/4-factors-impacting-whether-patients-purchase-eyewear/>

Paldies par uzmanību!