

УДК 687.28:380.111.3

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ПРИОБРЕТЕНИИ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Н.И.ЛЫГИНА, А.Д. ПОКУСАЕВА, А.А. КОРОТЧЕНКОВА, Р.В. ТЮХОВА, А.В. БЛОК, А.А. РЕПМАН

(Орловский государственный институт экономики и торговли)

Целью данного исследования явилось использование анкетного метода (который чаще всего используется в мировой практике) для сбора информации о спросе и о покупательских предпочтениях к качеству и ассортименту женских эластичных колготок, выпускаемых ОАО "Гамма" (г.Орел) [1], [2].

Исследование проводили в торговых залах фирменного магазина ОАО "Гамма", во всех крупных специализированных магазинах г. Орла, а также в ряде населенных пунктов Орловской, Брянской и Курской областей, где активно реализуется продукция данного предприятия.

Всего было опрошено 700 женщин трех возрастных групп: 18...30 лет, 31...45 лет и старше 45 лет. Отбор респондентов осуществлялся методом случайной выбор-

ки. При опросе предлагали три основных вопроса.

1. Как Вы оцениваете ассортимент колготок производства ОАО "Гамма"?

2. Если Вы пользовались колготками производства ОАО "Гамма" (г.Орел), оцените их качество.

3. Что оказывает решающее влияние на Ваш выбор тех или иных колготок?

К каждому вопросу предлагался перечень возможных ответов в форме меню, из которых респондент выбирал один, наиболее подходящий, с его точки зрения, ответ (при ответе на третий вопрос можно было одновременно указывать несколько факторов).

Некоторые результаты маркетинговых исследований представлены в табл. 1...3.

Таблица 1

Варианты ответов	18...30 лет		31...45 лет		старше 45 лет		Итого	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%		
Хороший	40	12	55	26	58	37		153
Достаточный	126	38	98	46	62	40		286
Требуется дополнения	82	25	43	20	23	15		148
Плохой	84	25	16	8	13	8		113
Всего	332	100	212	100	156	100		700

Анализ результатов оценки потребителями ассортимента колготок производства ОАО "Гамма" (табл.1) показал, что отношение потребителей к структуре ассортимента колготок существенно зависит от возраста.

Так, 12% потребителей в возрасте от 18 до 30 лет считают, что существующий ассортимент изделий хороший, 38% – достаточный, а 25% – плохой.

В то же время 26% потребителей от 31 до 45 лет отметили, что ассортимент хороший, 46% – достаточный, 20% – требует дополнения и лишь 8% считают предлагаемый ассортимент плохим.

Что касается респондентов старшей возрастной группы (свыше 45 лет), то по мнению 37% – ассортимент хороший, 40% – достаточный, 15% – требует дополнения и 8% – плохой.

Таким образом, обследование показало, что существующий ассортимент колготок не устраивает каждую четвертую женщину

независимо от ее возраста. Тем не менее, более жесткие требования к существующей структуре ассортимента предъявляют потребители более молодого возраста.

Сопоставление уровней оценки структуры ассортимента женских колготок потребителями различных возрастных групп показало, что наибольший (в три раза) разброс оценок от возраста респондентов наблюдался для крайних оценок "хороший", "плохой", для средних оценок – "достаточный", "требуется дополнения" – разброс существенно меньше, то есть в этих оценках потребители выступают более консолидированно, независимо от их возраста.

Оценка качества изделий осуществлялась респондентами по трехуровневой шкале: хорошее, удовлетворительное, плохое. Результаты оценок качества колготок, выпускаемых ОАО "Гамма", приведены в табл. 2.

Таблица 2

Варианты ответов	18...30 лет		31...45 лет		старше 45 лет		Итого	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Хорошее	77	23	80	38	88	56	245	35
Удовлетворительное	167	50	107	50	56	36	330	47
Плохое	88	27	25	12	12	8	125	18
Всего	332	100	212	100	156	100	700	100

В целом качество колготок как хорошее оценили 35%, удовлетворительное 47% и плохое 18% опрошенных, независимо от возраста. Однако представляют интерес и возрастные различия опрошенных при оценке качества колготок.

Так, среди респондентов от 18 до 30 лет считают качество изделий хорошим 23%, удовлетворительным 50% и плохим 27%, то есть каждая четвертая молодая женщина недовольна их качеством.

Выше уже отмечалось, что и ассортимент данных изделий не устраивает каждую четвертую женщину этой возрастной группы.

В средней возрастной группе 50% респондентов считают качество колготок удовлетворительным, 38% – хорошим и только 12% – плохим.

Среди женщин старше 45 лет 56% оценили качество колготок как хорошее и всего 8% как плохое. Таким образом, прояв-

ляется четкая тенденция: чем старше женщина, тем меньше у нее претензий к каче-

ству изделий ОАО "Гамма".

Т а б л и ц а 3

Варианты ответов	18...30 лет		31...45 лет		старше 45 лет		Итого	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Приемлемая цена	112	34	110	52	110	71	332	47
Волокнистый состав	94	28	53	25	33	21	180	26
Срок службы (прочность, долговечность)	166	50	66	31	65	42	297	42
Цвет	115	35	64	30	39	25	218	31
Плотность	78	23	62	29	29	19	169	24
Совет окружающих	16	5	11	5	4	3	31	4
Поддерживающий или массажный эффект	51	15	27	13	13	8	91	13
Всего	332		212		156		700	

Результаты оценки потребителями значимости различных факторов при покупке изделий ОАО "Гамма" представлены в табл.3. Выявлено, что решающее влияние на выбор колготок при их покупке для всех возрастных групп потребителей оказывают следующие факторы: цена (47%), волокнистый состав (до 26%), срок службы (42%), цвет (31%), массажный эффект (до13%). Тем не менее, 71% женщин старше 45 лет отдали предпочтение фактору "приемлемая цена".

Приемлемую цену изделия в качестве решающего фактора при выборе колготок указали 34% женщин молодого возраста и до 70% женщин старше 45 лет. Прочность колготок как фактор выбора в среднем отметили более 40 % женщин всех возрастных групп. Цвет колготок указали более 30% респондентов. Влияние остальных факторов (совет окружающих, массажный эффект) невелико: их указали от 4 до 13% опрошенных.

В Ы В О Д Ы

1. Полученные в ходе исследований результаты позволили сформулировать конкретные предложения по совершенствованию структуры ассортимента и повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия, а также прогнозировать развитие спроса на женские эластичные колготки для потребителей разного возраста на 2006-2007 гг.

2. Признано целесообразным при формировании рациональной структуры ассортимента продукции предприятия на 2006-2007 гг. более полно учитывать половозрастной состав населения региона, на 20...25% обновить ассортимент колготок для женщин возраста 18-30 лет, предусмотреть меры по повышению качества колготок для всех возрастных групп потребителей.

Рекомендована кафедрой товароведения и экспертизы непродовольственных товаров. Поступила 21.10.05.