

Э.А. Круг

Исследование потребительских предпочтений женской одежды в стиле casual на рынке г. Пскова

В статье раскрывается практический опыт оценки изучения потребительских предпочтений на рынке женской одежды в стиле casual. Полученные в результате исследования данные могут быть использованы руководителями специализированных торговых предприятий при формировании ассортиментной линейки женской одежды.

Ключевые слова: спрос; потребительские предпочтения; стиль casual; ассортимент.

Большинство женщин стремится удивить окружающих своими нарядами. Для самовыражения многие из них одеваются в стиле casual. В переводе с английского casual означает «легкомысленный», «небрежный», «неофициальный» [1]. Стиль одежды casual универсален и способен сочетать в себе парадоксальные противоречия: повседневный комфорт и строгую классику, энергичную спортивность и легкую чувственность — все это создает неповторимое многообразие и обилие вариантов для моделирования гардероба [2].

Молодежь выбирает этот стиль не столько из-за комфорта, удобства и яркости, хотя и это накладывает огромный отпечаток, сколько с целью подчеркивания собственной индивидуальности [2]. Поскольку одним из важных этапов в торговой деятельности предприятий является изучение спроса потребителей, то с целью оценки удовлетворенности клиентов ассортиментом женской одежды в стиле casual, представленной на рынке г. Пскова, был проведен опрос с 1 по 30 октября 2015 г.

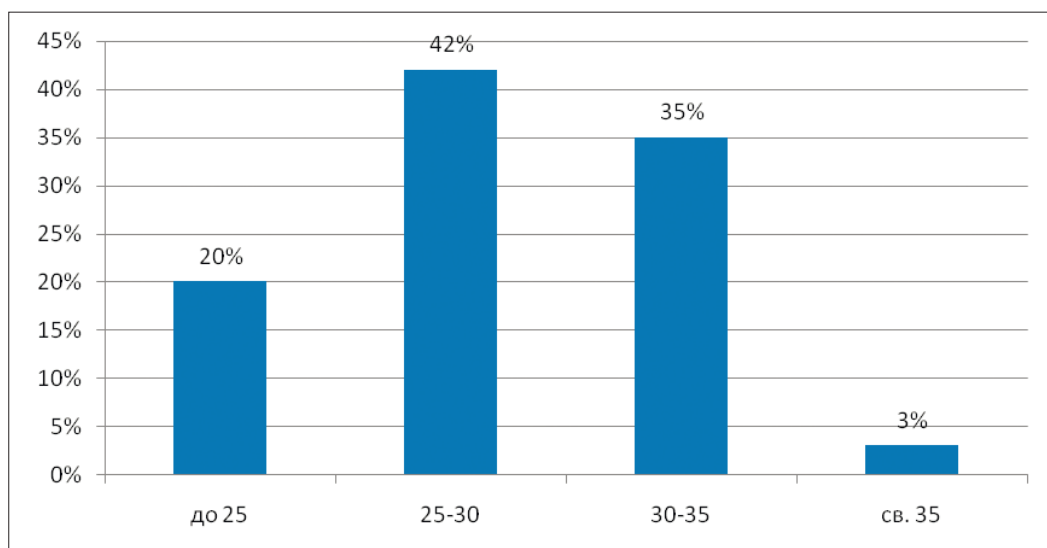
Задачами изучения спроса потребителей являлись:

- определение мотивов покупки;
- анализ факторов, вызывающих неудовлетворенность покупательниц женской одежды;
- оценка качества приобретенной продукции покупателями.

Для определения объема выборки был выбран метод онлайн калькулятора. При использовании данного метода под генеральной совокупностью понимается общая численность населения города. По данным Федеральной службы государственной статистики Псковской области на 01.01.2015 г., в г. Псков проживало 207 571 чел. При учете того, что доверительный интервал равен 10 %,

а доверительная вероятность — 85 %, необходимая численность выборки составит 107 чел. В процессе реального исследования было опрошено 118 чел., следовательно, результаты опроса можно считать состоявшимися.

Анализ мнения респондентов показал следующее. Ассортимент представленных видов женской одежды в стиле casual на рынке г. Пскова удовлетворяет 83 % респондентов. Основной контингент респондентов, приобретающих одежду в стиле casual, составили потребители в возрасте от 25 до 30 лет — 42 %. Градация респондентов по возрасту представлена на рисунке 1.



Источник: Составлено автором.

Рис. 1. Градация покупателей по возрасту

Неравномерное распределение опрошенных клиентов говорит о том, что ассортимент одежды в стиле casual ориентирован на людей более молодого возраста, с соответствующими размерными характеристиками. Достаточно просто прогуляться по улицам города и можно увидеть непривычные сочетания спортивной и классической элегантной одежды на молодых людях. Всевозможные джинсы, рубашки или толстовки, неординарные юбки или платья — вот основные составляющие уличного молодежного стиля.

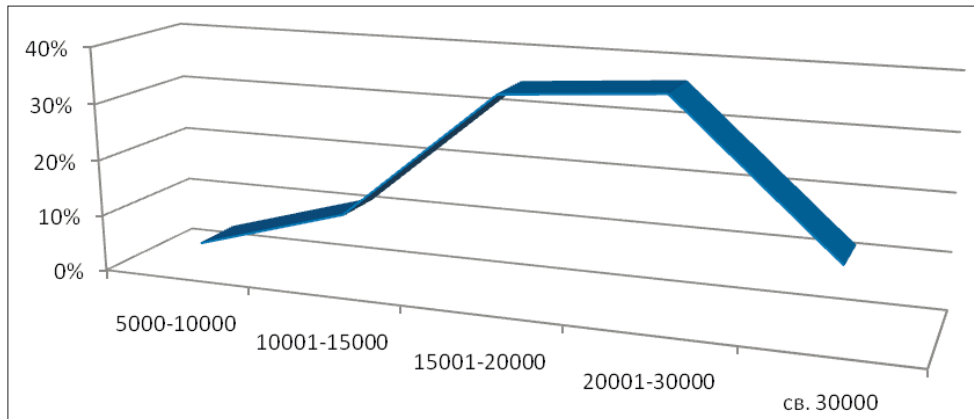
Большинство опрошенных респондентов (87 %) ответили, что в их гардеробе присутствует одежда в стиле casual. Причем многие отдают предпочтение одежде из текстильных материалов, это подтверждает мнение о том, что женская одежда из текстильных материалов является не только практичной, но и комфортной в повседневной жизни.

Согласно наблюдениям автора, на потребительском рынке г. Пскова действует более 300 специализированных магазинов, реализующих женскую одежду различных производителей. В основном представлены модели российских, белорусских и китайских производителей, из которых 32 % представляют одежду

классического кроя, рассчитанную на людей старше 30 лет. Большинство предприятий (54 %) реализует ассортимент женской одежды смешанной стилевой направленности. И только 14 % специализированных магазинов представляют одежду в стиле casual (FROGGY, O'STIN, INCITY, GLORIA JEANS, SELA, OGGI и др.). Представленные в магазинах коллекции содержат как последние тенденции моды, так и базовые модели для гардероба стильной женщины.

При опросе 76 % респондентов ответили, что представленные в специализированных магазинах г. Пскова модели одежды в стиле casual полностью соответствуют моде.

По уровню дохода большее количество опрошенных респондентов (38 %) оценивают свой достаток в размере 20–30 тыс. руб., на втором месте находятся респонденты с уровнем дохода от 15 до 20 тыс. руб. (36 %) Это говорит о том, что женщины с уровнем дохода средним и выше среднего отдают предпочтение магазинам с бюджетными ценами. Возможно, данную категорию покупательниц привлекают не только цены, но и модели женской одежды (рис. 2).



Источник: Составлено автором.

Рис. 2. Распределение респондентов по уровню дохода

В процессе исследования была построена двухфакторная матрица, отражающая соотношение уровня дохода и стоимости приобретаемого изделия (табл. 1).

Таблица 1

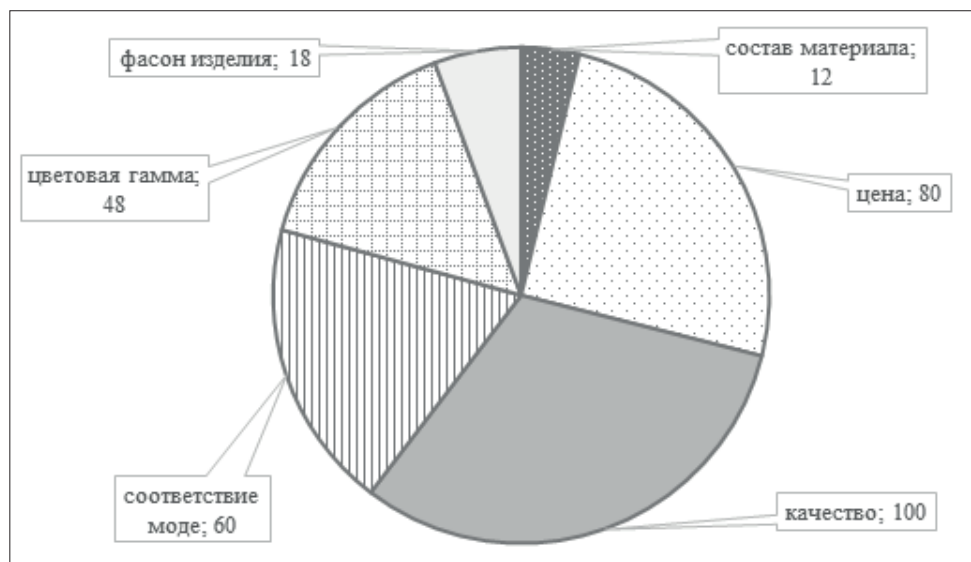
Соотношение уровня дохода и стоимости покупки

Уровень дохода	Стоимость покупки, руб.							Итого
	до 400	400–500	500–800	800–1000	1000–1500	1500–2000	2000–3000	
5000–10 000	2	2	0	0	0	0	0	4
10 001–15 000	4		6	2	0	0	0	12
15 001–20 000	4	4	12	2	8	4	0	34
20 001–30 000	0	2	12	14	6	2	2	38
свыше 30 000	0	0	0	2	2	6	2	12
Итого	10	8	30	20	16	12	4	100

Источник: Составлено автором.

По результатам анализа уровня дохода потребителей и цены изделия было выявлено, что покупатели с низким и средним доходом отдадут предпочтение одежде по более низкой цене, летним моделям; а потребители с более высокими доходами наоборот, приобретают более дорогостоящую женскую одежду на разный временной период.

На покупке женской одежды влияют следующие факторы (рис. 3).



Источник: Составлено автором.

Рис. 3. Факторы, влияющие на приобретение модели одежды

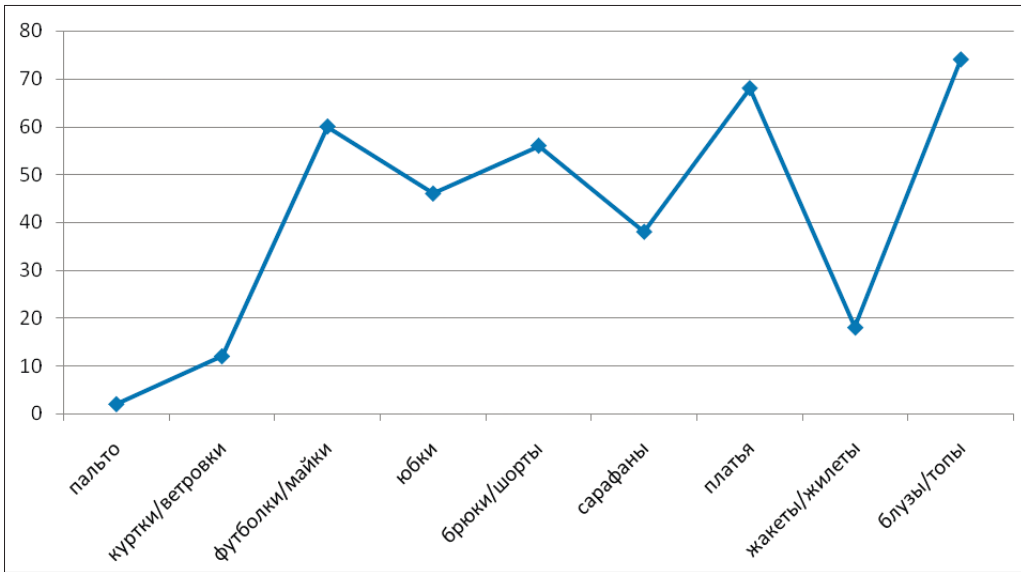
Таким образом, исследование показало, что качество приобретаемой одежды является основополагающим фактором, его выбрали все категории клиентов. Цена важна только для 80 % респондентов (в основном с уровнем дохода до 15 тыс. руб.). При этом 74 % посетителей магазина согласились бы приобрести более дорогие модели, но при этом более качественные. Так, 10 % респондентов ответили, что качество приобретаемых моделей их не всегда устраивает. Основные причины неудовлетворенности качеством были названы следующие: непрочная окраска, несоответствие размеру.

Менее важным фактором является состав материала (12 %) и фасон изделия (18 %). При этом для 60 % респондентов важно, чтобы изделие соответствовало моде.

Исходя из проведенного опроса, можно сделать вывод, что у 64 % — предпочтение отдается весенне-летним коллекциям различных моделей одежды.

Как показала оценка, большинство клиентов магазина приобретают футболки, блузы, платья и брюки. Распределение выбора представлено на рисунке 4.

Предпочтение при покупке отдается моделям одежды street-casual (мода на каждый день) — 64 %, что позволяет проявить собственную индивидуальность энергичным молодым людям. Стиль smart casual отличает аристократизм и строгий силуэт наряда, который выбирает 26 % псковичей. В основном



Источник: Составлено автором.

Рис. 4. Популярность видов женской одежды среди покупателей (в %)

этот стиль выбирают студенты. А вот популярный среди лиц старше 30 лет стиль business casual выбрали всего 8 % молодежи. При этом гардероб такого стиля отличается меньшей формальностью, чем просто деловой, офисный стиль.

Таким образом, на основании проведенного исследования можно сделать вывод, что на рынке г. Пскова представлены различные модели женской одежды в стиле casual, отличающиеся по устойчивости спроса. На основании проведенного исследования можно составить портрет покупателя женской одежды в стиле casual. Это молодые женщины 25–30 лет, с уровнем дохода до 30 тыс. руб., как правило, отдающие предпочтение стилю street-casual и приобретающие футболки, брюки, блузы и платья по цене от 500 до 1000 руб.

Согласно данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Псковской области, количество женского населения возрастом от 20 до 35 лет (основной контингент анализируемых магазинов) составляет 22 409 чел. (37 % от общей численности трудоспособного женского населения г. Пскова), которое ежегодно увеличивается. На основании чего можно предположить, что магазины данного типа будут развиваться, при условии регулярного анализа потребительских предпочтений и выстраивания гибкой ассортиментной политики.

Литература

1. Одежда в стиле Casual. URL: <http://to-be-woman.ru> (дата обращения 17.10.2015).
2. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Псковской области. URL: <http://pskovstat.gks.ru> (дата обращения: 27.10.2015).
3. Стиль одежды casual — стань индивидуальной! URL: <http://www.jlady.ru> (дата обращения: 11.10.2015).

Literatura

1. Odezhda v stile Casual. URL: <http://to-be-woman.ru> (data obrashheniya: 17.10.2015).
2. Oficial'ny'j sayt territorial'nogo organa Federal'noj sluzhby' gosudarstvennoj statistiki po Pskovskoj oblasti. URL: <http://pskovstat.gks.ru> (data obrashheniya: 27.10.2015).
3. Stil' odezhdy' casual — stan' individual'noj! URL: <http://www.jlady.ru> (data obrashheniya: 11.10.2015).

E.A. Krug

**The Study of Consumer Preferences of Women's Clothes
in the Casual Style on the Market of Pskov**

The article reveals the practical experience of assessment of study of consumer preferences in the market of women's clothes in the casual style. The data obtained as a result of the study can be used by the heads of specialized trading companies in the formation of the assortment line of women's clothes.

Keywords: demand; consumer preferences; casual style; assortment.