

ФЕДІНА М.О. магістрант, **БАБИЧ А.І.** канд. техн. наук, доцент
(Київський національний університет технологій та дизайну)

Аналіз чинників, що впливають на формування асортименту і підвищення попиту на дитяче взуття

Рассмотрен и проанализировано широкий спектр свойств и потребительских характеристик детской обуви для оценки спроса на изделия данной группы, а также формирования ассортимента.

Ключевые слова: соціологічне дослідження, тест, процес, методика, якість, спосіб, властивість, оцінка, критерій, конкуренція, функціональність, аналіз, результат.

The article discusses and analyzes a wide range of properties and consumer characteristics of children's shoes to assess the demand for products in this group, as well as the formation of the range of children's shoes.

Keywords: sociological research, test, process, methodology, quality, demand, criterion, competition, functionality, analysis, result.

Сучасні ринкові відносини вимагають постійного оновлення товарної пропозиції, тому випуск і реалізація нових конкурентоспроможних товарів є актуальним питанням для виробника. Розроблення і випуск нових товарів, а також модифікація виробів багато в чому сприяють збалансованості попиту та пропозиції. Якщо якість нового товару відповідає вимогам суб'єктів ринку – споживачів цього товару, то він завойовує міцні позиції на ринку, а значить стає конкурентоспроможним і складає конкуренцію продукції відомих виробників.

Якість товару – це сукупність його властивостей і характеристик, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби покупця. Якість містить у собі не всі властивості товару, а тільки ті, що пов'язані із задоволенням конкретних потреб, відповідно до призначення товару.

Під час розроблення дитячого взуття враховують функціональність, виразність форми, стильову спрямованість, гармонічну цілісність композиційної структури, досконалість виробничого виконання, хоча першочерговими залишаються утилітарні функції.

Сьогодні потенційному споживачеві пропонується таке різноманіття марок і моделей виробів, що можна розгубитися. Однак кожен покупець розраховує на свої матеріальні можливості, тому не рідко купує взуття, насамперед керуючись цими позиціями.

У міру насичення ринку продукцією зростають вимоги до асортименту і якості виробів, багато з яких тепер купують не вперше, а на заміну старим.

Споживчі властивості товарів та їхні показники визначають ефективність використання виробів за призначенням, їхню соціальну значимість, практичну корисність, зручність у користуванні, екологічність і естетичну досконалість.

Останнім часом, також спостерігається тенденція зацікавленості споживача у придбанні сертифікованого товару, як такого, який пройшов випробування за різними показниками і є надійним, не шкідливим для здоров'я тощо. Особливо це стосується товарів для дітей, оскільки кожен з батьків хоче найкращого для своїх нащадків.

Основним чинником, що впливає на формування асортименту і підвищення попиту на взуття, є споживчі вподобання, оскільки попит народжує пропозицію. Робота з вивчення цих питань є важливою складовою маркетингової діяльності торгового підприємства. Проводячи дослідження з даного питання, автори статті використали такий метод, як анкетування, оскільки він передбачає безпосереднє спілкування з наявним чи потенційним покупцем.

Аби зрозуміти, яке взуття користується попитом, враховуючи тенденції розвитку дитячого ринку в Україні, було обрано ВАТ «Універмаг «Дитячий світ», в якому провадили соціологічне опитування за допомогою анкет.

Опитування проведено серед жінок віком від 16 до 60 років – наявних покупців (жінки, що мають дітей) і потенційних покупців (жінки, які ще не мають дітей) під час ознайомлення з асортиментом дитячого взуття, вибору та купівлі.

Внаслідок анкетування визначено, що 37,3% жінок віддають перевагу жорсткій конструкції виробу у носковій і п'ятковій частині, 29,4% – напівжорсткій, тобто носок може бути відкритим, та 30,2% – м'якій, тобто взуття може бути без жорсткої фіксації п'ятки (шльопанці, ремінці). Для 4,1% опитуваних це не мало суттєвого значення.

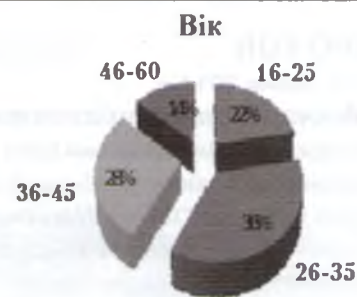


Рис. 1 – Результати опитування щодо віку респондентів



Рис. 2 – Результати опитування щодо конструкції взуття

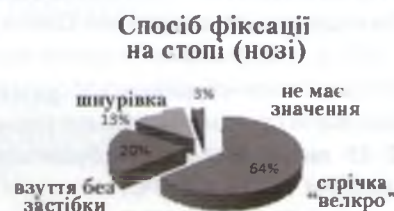


Рис. 3 – Результати опитування щодо способу фіксації виробу на стопі (нозі)

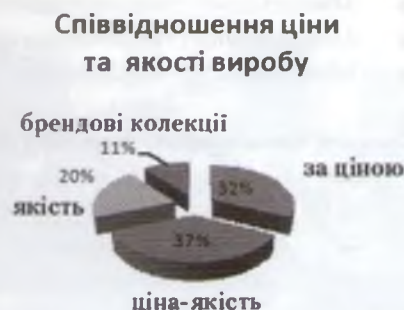


Рис. 4 – Результати опитування щодо ціни та якості виробу

Матеріали для взуття



Рис. 5 – Результати опитування щодо матеріалів для взуття

Термін носіння взуття



Рис. 6 – Результати опитування щодо терміну носіння взуття

Чинники, що впливають на вибір дитячого взуття



Рис. 7 – Результати опитування щодо чинників, що впливають на вибір дитячого взуття

Головний критерій вибору дитячого взуття



Рис. 8 – Результати опитування щодо головного критерію вибору дитячого взуття

Дуже важливим є зручність або комфортність взуття, його розмір (наявність половинчатих розмірів) та спосіб фіксації виробу на стопі (нозі).

У разі вибору взуття для дітей важливо звертати увагу на спосіб фіксації виробу на стопі (нозі). Найбільший відсоток респондентів віддає перевагу легкості у фіксації та вибирає стрічку «Велкро», їх майже 64%, аргументуючи цей факт тим, що дитині легше приліпити липучку на ремінець до взуття, ніж шнурувати взуття чи вставляти ремінець у пряжку під час застібання виробу. Взуття без застібок, так звані балетки, калози, капці (чуні, чоботи – в народі) вибирають 20,2% респондентів, шнурівку – 12,8%, і лише для 3% опитаних цей чинник не є суттєвим.

Ціна та виробник виробу теж є важливим чинником. Більш за все покупці вибирають виріб за ціною, орієнтуючись на свої матеріальні можливості, не враховуючи ім'я виробника та інші чинники, аби виріб був новим і цілим (32,2%).

Для такої частини покупців цінова політика магазинів неприйнятна. Інша частина покупців (36,8%) вибирають виріб з позицій відповідності ціна-якість, а менша кількість (20,5%) віддає перевагу якості, а ціна на другому місці і тільки 10,5% покупців віддають перевагу брендовим колекціям, думаючи, що якість має бути безперечно високою, а ціна їх влаштовує будь-яка.

Існує велика кількість матеріалів які застосовують для виготовлення товарів легкої промисловості і, зокрема, взуття (шкіра натуральна, замінники, замша, текстиль тощо). Проте лідером залишається натуральна шкіра, а також попереду натуральні текстильні матеріали.

Виробам зі шкіри віддали перевагу 55,5% опитаних, виробам з текстилю – 14%, виробам з штучних матеріалів – 20,5%, як більш дешевим, а 10% опитаних полюбили вироби із велюру (замші) за їхню естетичність.

Термін носіння взуття залежить не лише від якості виробу, фізіологічних особливостей дитини, а й від достатку, бо не кожна людина має можливість купувати декілька виробів на сезон, хоча в силу фізіологічних особливостей дітей, взуття швидко рветься, зношується або стає малим за розміром. Найчастіше покупці-батьки (44,4%) вибирають своїй дитині взуття на сезон. Менша кількість (28,6%) купують взуття «на виріст», на сезон чи декілька сезонів – 24%. Лише 3% опитаних купують взуття на пірвоку чи просто тому, що сподобалось і є матеріальна можливість.

Під час вибору дитячого взуття переважна більшість опитаних (45%) керуються модними тенденціями, але дехто (26%) віддають перевагу класичним формам та зручним конструкціям. Крім того, 29% покупців, що мають свій стиль та неповторну виразність образу, бажають, аби взуття їхніх дітей так само відповідало певним вимогам стилю.

«Найважливіший чинник, що впливає на вибір взуття для дітей» – останнє, проте достатньо вагоме запитання анкети. Саме воно дає можливість модельєру зрозуміти, на що насамперед звертають увагу споживачі.

Найважливіший чинник – це відповідність модним тенденціям (25,3%). Наступними за рейтингом важливості є зручність під час носіння – 20,1% та оригінальність дизайну – 17,2%. Для 13,5% вагоме значення має якість матеріалу, з якого виготовлений виріб, а для 12,5% важливою є якість виробу. Спосіб фіксації на стопі (нозі) – вирішальний чинник у разі вибору взуття для 11,4%.

Оброблення результатів опитування дало можливість виявити бажання та переваги споживачів. Споживачі, а саме жінки – мами, віддають перевагу дитячому взуттю з жорсткою та напівжорсткою конструкцією носкової та п'яtkової частини.

Вибір також залежить від типу фіксації взуття на стопі, й це є липучки. Більшість з опитаних жінок вибирають взуття, ціна якого є помірною, а якість – достатньо високою.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник К.: Центр учбової літератури, 2012 – 240с.
2. Михеева Е.Я. Современные методы оценки качества обуви и обувных материалов: М. Легкая промышленность 2002.
3. ДСТУ 34858-96. Взуття. Номенклатура показників якості. – К.: Держстандарт, 1996 р. – 10 с.

Одержано 12.03.2014