

Н. С. Ничипоренко

Научный руководитель

В. Е. Сыцко

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НА ЖЕНСКУЮ КОЖАНУЮ ОБУВЬ, РЕАЛИЗУЕМУЮ ОРЦ «РАДУГА» ГКОРУП «ОБЛТОРГСОЮЗ»

В условиях рыночной экономики огромное значение приобретает повышение качества и конкурентоспособности выпускаемых обувных товаров, что является звеном в цепи повышения уровня жизни в стране и способствует укреплению ее имиджа в процессе интеграции в мировое хозяйство.

Спрос на женскую кожаную обувь, как и на любые другие товары народного потребления, обусловлен потребительскими предпочтениями, которые формируются под влиянием множества факторов и представляют собой покупательскую ценность товаров.

Для выявления наиболее важных критериев оценки обувных товаров потребителем был проведен социологический опрос в форме анкетирования.

Результаты проведенного опроса показали, что наибольшим спросом пользуются товары отечественных изготовителей, так ответили 70% респондентов. Зарубежным товароизготовителям отдают предпочтение 16% опрошенных женщин, а для 14% из них производитель значения не имеет. Относительно товаров отечественных предприятий-изготовителей предпочтения покупателей распределились следующим образом: 34% предпочитают обувь компании «Марко» г. Витебска, удельный вес продукции предприятия СООО «Белвест» составляет 24%, ЗАО «Сивельга» и СП «ЛеГранд» г. Минска получили 17 и 12% голосов соответственно, 8% опрошенных предпочитают обувь Гродненского предприятия «Неман», для 3% наиболее предпочтительна обувь предприятия ЗАО СП «Отико» г. Минска. Это далеко не все белорусские обувные предприятия, но наиболее крупные. Большое значение на выбор обуви оказывают используемые при ее производстве материалы. Наибольшей популярностью пользуется обувь с верхом из натуральных кож – так считают 59% участников опроса, искусственным и синтетическим материалам отдают предпочтение 20% опрошенных, текстильные материалы предпочитает 12% респондентов и для 9% данный фактор не имеет существенного значения. Из предложенных в анкете потребительских свойств обуви наиболее важными при выборе являются целостность композиции – 32%, соответствие формы носка и кроя заготовки – 29%, соответствие цвета направлению моды – 21%, для 12% необходимо наличие в конструкции изделия механизма закрепления на ноге, 10% отдают предпочтение оригинальности изделия, для 9% важна масса обуви и для 7% респондентов существенными являются фрикционные свойства.

Учитывая результаты проведенного анкетирования, удалось установить, что наибольшее количество покупателей (47%) предпочитают приобретать обувь в специализированных магазинах, магазинам фирменной торговли отдали голоса 28% респондентов, на выставках-продажах и рынках приобретает обувь 23% из принявших участие в опросе, самым непопулярным способом покупки обуви среди опрошиваемых (2%) является торговля через интернет-магазины, несмотря на стремительное развитие данного вида торговли в целом. Это связано со специфическими особенностями обувных товаров, так как посредством описания важнейших свойств представленного к продаже образца не предоставляется возможным определить размерность и некоторые другие характеристики.

Среди качественных характеристик следует обращать внимание на соответствие современным модным тенденциям по отношению к крою, форме носка, цвету обуви, композиционному решению изделия, оригинальности, определенное количество моделей должно иметь возможность закрепления на ноге; масса обуви должна находиться в допустимых пределах, нормируемых стандартами.