

УДК 339.133.017

Исследование потребительского спроса на одежду для молодых мам в г. Чите

Краснова А. О. , Слесарчук И. А. (научный руководитель)

Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса

Владивосток, Россия

e-mail: nastya.krasnova04@yandex.ru

Статья посвящена исследованию потребительского спроса на одежду для молодых мам в г. Чите. Актуальность работы обусловлена высокой потребностью этой категории женщин в ассортименте одежды, специально приспособленной для различных ситуаций, возникающих при уходе за ребенком (во время кормления, игр, прогулок, в песочнице, при перемене белья и т.п.). Целью настоящего исследования явилось изучение потребительского спроса на одежду для молодых мам и выявление необходимости выделения в магазинах женской одежды такой ассортиментной группы товаров. Определены факторы, влияющие на формирование рационального ассортимента одежды для молодых мам в магазине женской одежды. Выявлены поведенческие особенности и предпочтения рассматриваемой целевой аудитории. Результаты исследования потребительского спроса на одежду для молодых мам будут в дальнейшем учтены при формировании ассортимента магазина женской одежды.

Ключевые слова: спрос, одежда для молодых мам, рациональный ассортимент.

The study of consumer demand for clothing for the young mothers in the city of Chita

Krasnova A. O., Slesarchuk I. A. (supervisor of studies)

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok, Russia

e-mail: nastya.krasnova04@yandex.ru

The article is devoted to the study of consumer demand on clothing for young mothers in the city of Chita. The relevance of the work due to the high demand of this category of women the range of clothes tailored specifically for different situations that arise when caring for a child (during feeding, playing, walking in the sandbox, with a change of underwear, etc.). The purpose of this study was to examine consumer demand for clothes for young mothers and the need is identified you-divide-the women's clothing store such product groups of goods. The factors influencing the formation of rational range of clothes for young mothers in the women's clothing store. Identified behavioral characteristics and preferences under consideration of the target audience. The results of the study of consumer demand on clothing for young mothers will be further considered in the formation of a range of women's clothing store.

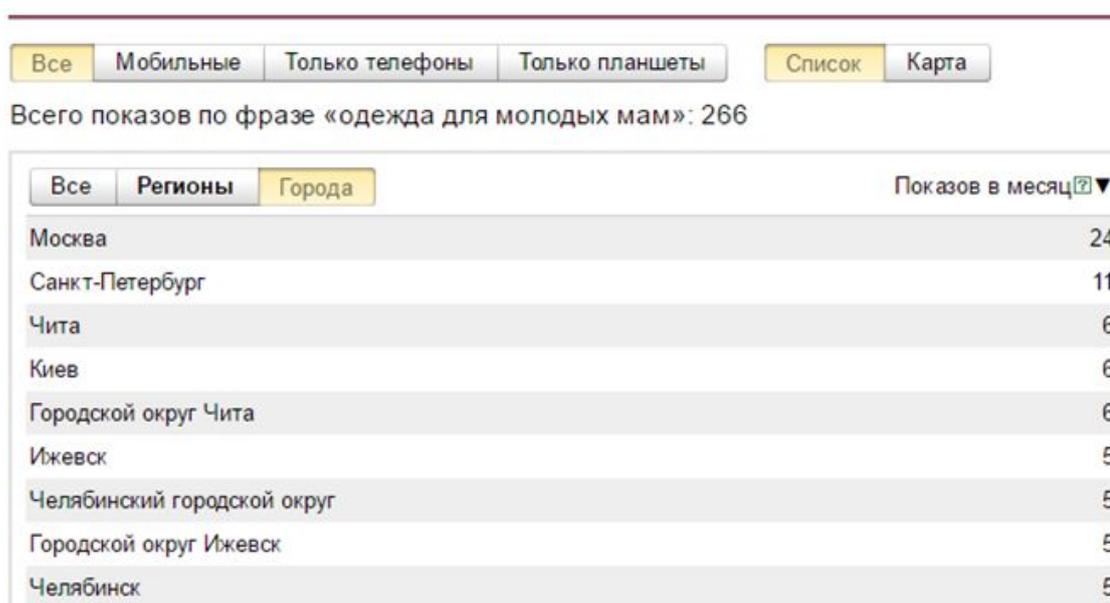
Key words: demand, clothes for young mothers, the rational range.

В литературе не существует однозначного мнения о том, каких мам можно отнести к категории «молодые мамы». «Молодая мама» - это не возраст самой мамы, а ее «статус» рядом с ребенком. По данным различных источников, этот возраст составляет от года до 7 лет. Это время, когда женщина всецело поглощена ребенком, у нее появляется множество необычных для нее функций [1]. Эти изменившиеся условия жизни требуют и особой одежды. Прежняя одежда в виде длинных открытых платьев, узких мини-юбок, белых брюк и обуви на высоких

каблуках уже не подходит. Теперь на первое место выходит удобство и практичность в различных, порой экстремальных, ситуациях: во время кормления, игр, прогулок в коляске, в песочнице, при перемене белья, в гостях, дома и т.п. Немаловажной проблемой в формировании гардероба молодой мамы является отсутствие времени. Ассортимент одежды должен обеспечивать возможность тратить минимум времени на сборы, не забывая при этом о создании стильного образа [2].

Анализ востребованности в специализированной одежде для молодых мам проведен с использованием программы wordstat.yandex.ru, которая выполняет поиск слов, связанных с таким товаром, как одежда для молодых мам. Яндекс определяет, сколько запросов было сделано за месяц на объединенные между собой ключевые слова.

Как показал анализ запросов в поисковой строке «одежда для молодых мам», наибольший интерес к ней проявляет Евразия, а после Россия (рисунок 1). Что касается регионального и городского уровня популярности, первое-второе места занимают соответственно города Москва и Санкт-Петербург, третье – Чита. Следовательно, одежда для молодых мам в данном городе очень востребована.



The screenshot shows the Yandex Wordstat interface. At the top, there are filters for device types: 'Все' (All), 'Мобильные' (Mobile), 'Только телефоны' (Only phones), and 'Только планшеты' (Only tablets). There are also buttons for 'Список' (List) and 'Карта' (Map). Below the filters, it states 'Всего показов по фразе «одежда для молодых мам»: 266'. The main part of the image is a table with two tabs: 'Регионы' (Regions) and 'Города' (Cities). The table lists various cities and their corresponding number of searches per month.

Город	Показов в месяц
Москва	24
Санкт-Петербург	11
Чита	6
Киев	6
Городской округ Чита	6
Ижевск	5
Челябинский городской округ	5
Городской округ Ижевск	5
Челябинск	5

Рисунок 1- Результаты анализа запросов «одежда для молодых мам» с использованием программы wordstat.yandex.ru

При оценке актуальности одежды для отдельной категории потребителей – молодых мам была также использована программа Тренды Google, с помощью которой имеется возможность отследить количественные показатели запросов за последние 5 лет. Для запроса «одежда для молодых мам» оказалось недостаточно данных и сайт не смог построить кривую спроса. Тогда запрос был изменен на «одежда для кормящих мам», и «одежда для кормления».

По диаграмме можно отследить, что вопрос обеспеченности одеждой особого назначения всегда вызывает интерес у потребителей и остается приоритетным в любое время. Полученные результаты представлены на рисунке 2.

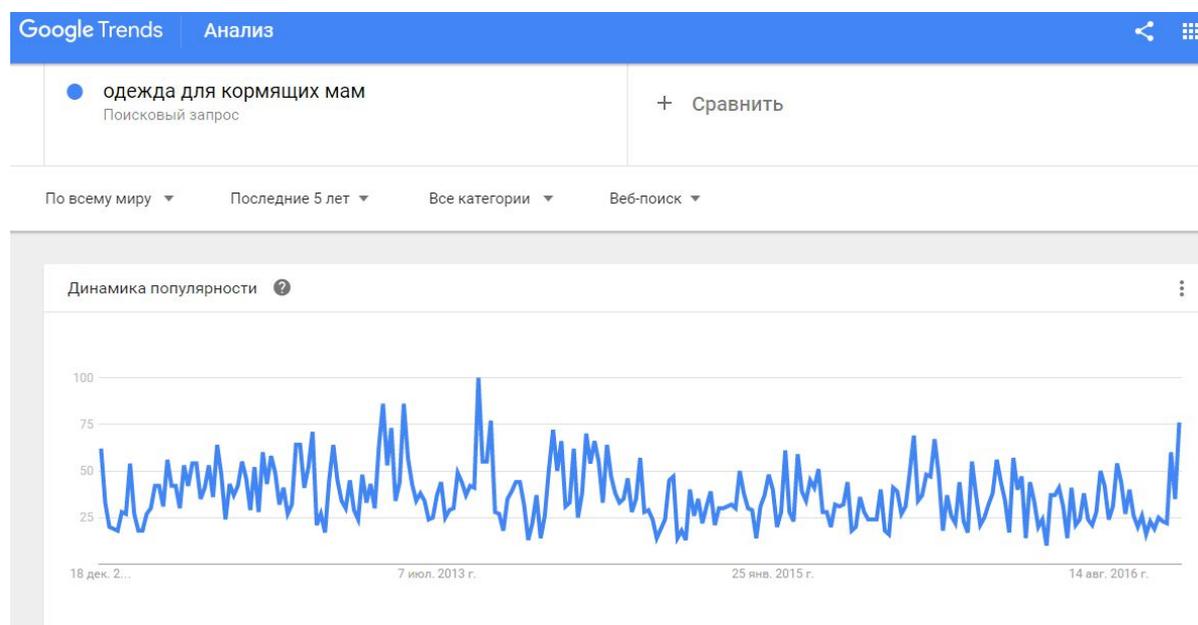


Рисунок 2 – Результаты анализа запросов с использованием программы Тренды Google

Таким образом, в магазинах женской одежды на сегодняшний день понятие «одежда для молодых мам» отсутствует. Поэтому целью настоящего исследования явилось изучение потребительского спроса на одежду для молодых мам и выявление необходимости обособления в магазинах женской одежды такой ассортиментной группы товаров.

Для изучения потребительского спроса на одежду для молодых мам была выбрана целевая аудитория города Читы. В г. Чите в настоящее время существует около 300 магазинов женской одежды. Немногие из них подходят к формированию ассортимента с профессиональной точки зрения, чаще всего предприниматели выбирают китайскую продукцию. Существуют лишь единицы магазинов, где работает грамотный специалист fashion-байер, отслеживающий последние тенденции моды.

На первом этапе был проведен сравнительный анализ потребительского спроса на одежду для молодых мам в пяти востребованных магазинах женской одежды г. Чита: «Lilli Marleen», «Элита», «Concept club», «Зарина», «Style». Для этого посетителям было предложено ответить на вопросы анкеты, позволяющие выяснить необходимость внедрения такого ассортимента одежды для молодых мам в магазины.

В опросе приняли участие 523 женщины, являющиеся в настоящее время молодыми мамами или утратившими такой статус, но имеющими подобный опыт в жизни.

Возрастная категория, в которой проводилось исследование 17 – 30 лет. Опрос выявил наибольшее количество респондентов в возрасте 25 – 30 лет, что составляет 37 %.

Первый вопрос, который был задан женщинам: «Слышали ли вы когда-нибудь про специальную одежду для молодых мам?». Многие ответили, что знают о существовании такой одежды, у других же вопрос вызвал удивление: «Неужели есть такая одежда для молодых мам?».

Далее был задан вопрос: «Хотелось бы Вам иметь возможность покупать одежду, специально предназначенную для молодых мам?». Практически все, кто считает себя молодыми мамами (87% респондентов), ответили, что они просто мечтают о комплектах одежды, которые были бы модными, красивыми и в то же время удобными для прогулки с ребенком и других видов деятельности, связанных с уходом за малышом. Ответившие отрицательно на данный вопрос (8%) мотивировали свой ответ тем, что для этих целей подойдет любая обычная одежда. Некоторые из респондентов (5%) положительно отнеслись к идее присутствия специальной одежды для молодых мам в магазинах, однако отметив при этом, что она должна быть доступной по цене, распространяться не только в центре города, но и в пригородах тоже, а так же иметь хорошую рекламу, для того, чтобы знать, где продается данная одежда.

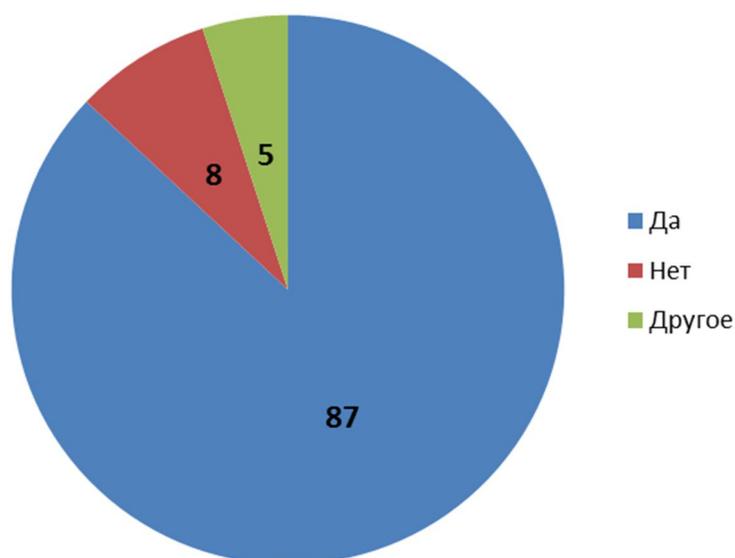


Рисунок 3 – Результаты ответа на вопрос «Хотелось бы Вам иметь возможность покупать одежду, специально предназначенную для молодых мам?»

На вопрос «Как часто Вы приобретаете себе одежду, предназначенную специально для ухода за ребенком?» молодые мамы ответили по-разному. Ответа «каждый день» – не оказалось, «несколько раз в неделю» покупают лишь 1,5 % человек, «раз в неделю» – 2%, «несколько раз в месяц» – 21%, «раз в несколько месяцев» – 42%, «вообще не приобретают» – 29%. Как показывают результаты опроса, специальная одежда необходима молодым мамам

(21 и 42%), но, что интересно, 29% ее вообще не приобретают, скорее всего, по причине ее отсутствия. Данные представлены на рисунке 4.

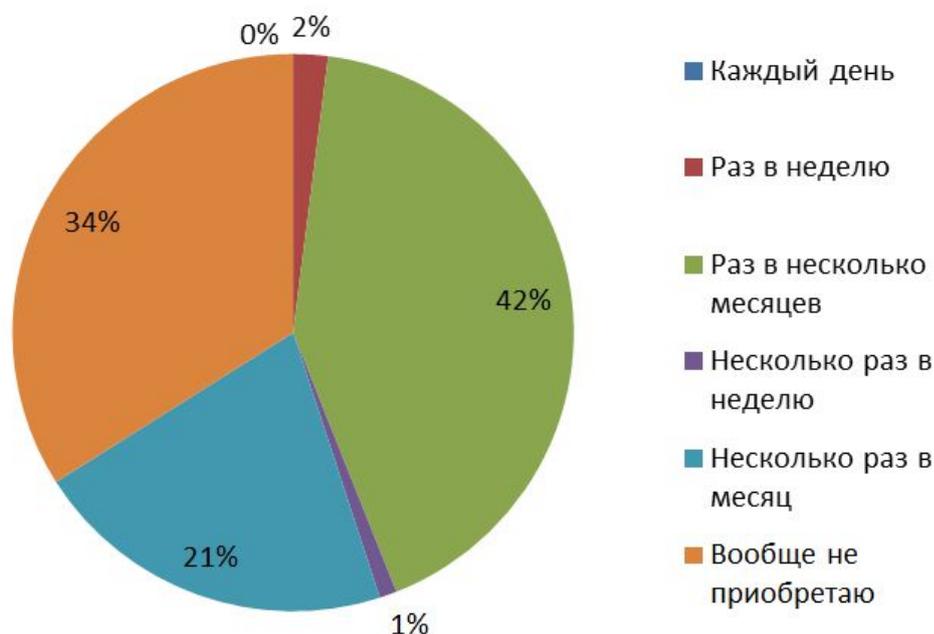


Рисунок 4 – Результаты ответа на вопрос «Как часто Вы приобретаете себе одежду, предназначенную специально для ухода за ребенком?»

Следующим пунктом стала необходимость выяснить, при каких обстоятельствах данная одежда приобретается, чтобы суметь сформировать «особый» ассортимент. Целенаправленно идут за товаром – 12%; заходят по пути куда-нибудь – 7%; покупают, когда приходят в торговый центр – 14,5; большинство покупают, если случайно встречаются в магазине – 66,5%, из вышесказанного следует, что внедрять данный ассортимент одежды для молодых мам не обязательно в специальные магазины, так как большинство покупают товар случайным образом, это могут быть торговые центры, массмаркеты. Результаты приведены на рисунке 5.



Рисунок 5 – Результаты ответа на вопрос «При каких обстоятельствах вы приобретаете одежду для молодых мам?»

Далее был произведен анализ степени важности факторов, влияющих на выбор одежды для молодых мам (рисунок 6). Самым важным фактором стало «удобство» – (90%), что очень важно для молодых мам, гуляющих с маленькими детьми, а особенно для кормящих грудью. На 2 месте оказалась цена (80%). Комментируя анкету, некоторые мамы сказали: «А еще лучше, если низкая цена». То есть, при создании ассортимента нужно учесть ценовую политику потребителей. Следующий немаловажный фактор – качество (78%). И здесь возникает вопрос: «Качество за низкую цену?», получается диссонанс. При формировании ассортимента необходимо обратить особое внимание на эти 2 пункта. Следующую позицию заняли рекомендации знакомых и друзей (41%). На прогулке с коляской или маленьким непоседой удобная одежда превыше всего, но не стоит забывать и о том, что одежда должна быть красивой, которая придаст женщине с ребенком большую привлекательность. Модная одежда важна для 37%.

Марка товара и реклама оценены на 4, что говорит в меньшей мере востребованности этих пунктов.

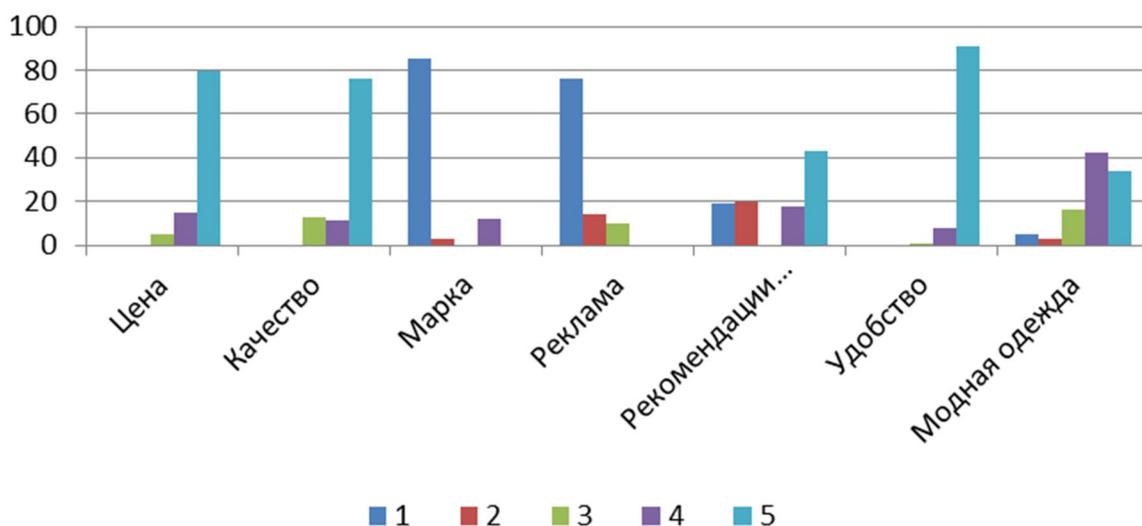


Рисунок 6 – Степень важности факторов, влияющих на выбор одежды для молодых мам.

На вопрос о том, как часто женщины могли бы использовать одежду для молодых мам, все ответили по 2 позициям: «каждый день, или почти каждый день», и «несколько раз в неделю», это говорит о востребованности продукта.

Для грамотного формирования ассортимента магазина, необходимо учитывать ценовую политику покупателей. На следующем этапе необходимым было выяснить, к какой категории по уровню материальной обеспеченности относятся потребители. 71,3 % – имеют средний доход, 21% – низкий доход, 7,7 % – имеют высокий доход. Ценовая политика должна быть на среднем уровне, по приемлемой цене. Вещи класса люкс могут присутствовать, но в небольшом количестве.

Последний вопрос, который был задан посетителям магазинов: «Как вы относитесь к тому, что в магазине будет работать специалист по шоппинг-сопровождению, который поможет Вам грамотно подобрать гардероб?» Из полученных ответов выяснилось, что в специалисте по шоппинг-сопровождению нуждаются очень многие, поэтому есть необходимость привлечь такого специалиста в магазин. Результаты: 81% – положительно, всегда хотелось, 11% – нейтрально, 8% – никто не нужен, я могу сама во всем разобраться.

Из всего вышесказанного следует вывод, что такой ассортимент, как одежда для молодых мам в г. Чита отсутствует. Многие хотели бы пользоваться специализированной удобной, модной за приемлемую цену одеждой, а так же, получать услуги шоппинг-сопровождения. Многих потребителей, во время тестирования заинтересовала анкета, из чего последовали вопросы о том, действительно ли разрабатывается линия одежды для молодых мам, в каком магазине и когда можно будет зайти и посмотреть, что так же имеет положительные стороны.

Исходя из интересов и предпочтений целевой аудитории, формируется рациональный ассортимент для молодых мам, который будет внедрен в линейку продукции магазина женской одежды. В результате проведенного анализа был сделан вывод, что самым главным фактором при создании рационального ассортимента для молодых мам магазина женской одежды служит целевая аудитория, для которой предназначен товар. Одежда для молодых мам является особым ассортиментом для конкретной категории клиентов, у каждого магазина имеется определенная целевая аудитория, которую необходимо увеличивать и привлекать в магазин. Важное место имеет род занятий, интересы и хобби потребителей. Для более эффективного продвижения одежды для молодых мам и привлечения клиентов необходимо разработать тактику, которая поможет не только увеличить интерес конкретно к магазину и товарам, но и станет единственным магазином в городе, который предоставляет линейку одежды, разработанную специально для молодых мам.

Список использованных источников

1. Детский лепет. Блог мамы. [Электронный ресурс] /– Режим доступа: <http://detskilepet.com/kak-byt-xorosho-odetoj-ne-tratya-na-eto-mnogo-sil>
2. Кто такая «молодая мама»? Baby.ru [Электронный ресурс]– Режим доступа <https://www.baby.ru/blogs/post/133608480-39984585/>