

***ВЫЯВЛЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ
НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ***

В условиях сложившейся социально-экономической ситуации в Республике Беларусь все большее значение приобретает проблема обеспечения конкурентоспособности производимой отечественными предприятиями продукции, качество которой должно удовлетворять требованиям потребителя, соответствовать стандартам и техническим условиям. Цена должна быть конкурентоспособной, обеспечивать получение прибыли ее изготовителю. Решение этих задач достигается в процессе маркетинговой деятельности, одним из направлений которой являются маркетинговые исследования.

Маркетинговые исследования — это систематический сбор, обработка и анализ данных по проблемам, касающимся маркетинга товаров и услуг. Обычно выделяют шесть этапов их проведения: определение и постановка проблемы; разработка плана; сбор данных; их анализ; обобщение результатов и подготовка отчета; принятие маркетингового решения.

В Республике Беларусь маркетинговые исследования проводятся не систематически, в небольших масштабах. В основном ими занимаются ученые научно-исследовательских институтов, высшие учебные заведения и самостоятельно промышленные и торговые предприятия.

Для выявления показателей качества кожаной обуви, которыми руководствуются потребители при ее выборе, а также наиболее часто встречающихся повреждений обуви при эксплуатации и причин их возникновения на протяжении 3-х лет (2000 — 2002 гг.) проводился опрос* потребителей.

Ведущие западные фирмы (70 %) используют социологические методы при оценке качества товаров как основную составляющую их конкурентоспособности. В условиях Республики Беларусь социологические исследования в форме анкетирования могут служить одним из основных источников сбора информации. Это один из этапов маркетинговых исследований, поскольку, несмотря на большие временные затраты, именно анкетирование обеспечивает наиболее объективные результаты. Перспективная форма исследований — опрос, основанный на использовании компьютерных технологий.

Конкурентоспособность обычно оценивается по качественным показателям, регламентированным в нормативно-технической документации, а также с учетом ценового и маркетингового факторов. Однако этот перечень качественных показателей не полон, содержит лишь регламентируемые показатели (функциональные, безопасности и т.д.). Для кожаной же обуви, как и для ряда других групп непродовольственных товаров, огромное значение имеют сопоставительные показатели — эргономические, эстетические и др. Кроме того, выявление наиболее часто встречающихся повреждений и причин, их вызывающих, является предпосылкой для повышения конкурентоспособности товаров, так как дает информацию производителям не только о более распространенных пороках, но и о потребительских ассоциациях в отношении причин, их вызывающих.

Нами анкетировано 400 человек — потребителей кожаной обуви, в том числе 250 женщин и 150 мужчин. Заполненные анкеты обрабатывались с помощью компьютерной программы “ANKET”.

Ольга Вениаминовна ЦИУНЧИК, ассистент кафедры товароведения непродовольственных товаров БГЭУ.

*Опрос — наиболее распространенный социологический метод сбора информации.

Среди женщин 21,2 % (53 ответивших) были в возрасте до 20 лет; 28 % (70 респондентов) — 20–30 лет; 19,6 % (49 человек) — 30–40 лет; 18 % (45 опрошенных) — 40–50 лет и 13,2 % (33 респондента) — в возрасте более 50 лет. Социальное положение опрошенных женщин следующее: 28 % (70 человек) — работники промышленности; 14,4 % (36 респондентов) — работники сельского хозяйства; по 28,8 % (по 72 опрошенных) соответственно учащиеся (студенты) и работники торговли.

Среди опрошенных мужчин 19,3 % (29 человек) в возрасте до 20 лет; 34 % (51 опрошенных) — 20–30 лет; 22 % (33 респондента) — 30–40 лет; 14,7 % (22 человека) — 40–50 лет; 10 % (15 опрошенных) — старше 50 лет. Из 150 респондентов 37,3 % (56 человек) — работники промышленности; 17,3 % (26 опрошенных) — работники сельского хозяйства; 26 % (39 мужчин) — учащиеся (студенты) и 19,3 % (29 опрошенных) — работники торговли (табл. 1–3).

Таблица 1. Показатели качества, предопределяющие покупку кожаной обуви, % от ответов

Показатель качества	Женская обувь						Мужская обувь					
	Повседневная			Выходная			Повседневная			Выходная		
	осен- не- весен- няя	лет- няя	зим- няя	осен- не- сен- няя	лет- няя	зим- няя	осен- не- весен- няя	лет- няя	зим- няя	осен- не- весен- няя	лет- няя	зим- няя
Соответствие моде	7,9	9,8	5,6	10,2	10,7	8,7	7,1	9,0	6,4	9,7	10,6	9,4
Внешний вид	10,6	9,5	8,4	10,3	10,6	9,0	12,3	13,2	9,2	12,0	13,3	10,7
Силуэт	3,1	4,9	2,7	5,1	6,1	4,5	2,4	3,3	2,4	3,5	4,2	3,1
Внутренняя отделка	3,7	2,1	5,0	3,0	2,2	4,9	2,3	1,3	5,9	2,3	1,7	5,5
Материал верха	8,3	7,3	7,1	8,4	7,6	6,7	8,6	8,1	6,9	9,7	7,8	7,2
Материал низа	3,3	3,7	5,1	2,8	3,2	4,4	4,0	5,2	5,2	2,2	3,6	3,8
Гибкость или мягкость	5,0	5,3	3,8	4,1	4,1	3,7	6,2	6,0	4,7	6,2	6,1	5,1
Масса полупары	3,7	4,6	5,3	4,2	3,4	5,3	3,1	3,8	4,2	3,7	3,5	3,5
Качество изготовления	11,5	11,2	10,3	13,7	11,6	12,1	10,8	10,0	8,0	10,4	9,7	7,6
Удобство носки	12,6	11,8	9,9	10,0	9,7	9,0	11,1	9,9	9,4	10,4	9,9	9,1
Теплозащитность	2,7	0,7	13,9	2,1	2,1	8,7	4,6	0,1	14,0	3,8	0,6	12,0
Срок службы (износостой- кость)	7,2	5,6	5,9	5,2	2,8	3,5	8,2	6,8	6,1	5,3	4,6	5,2
Легкость одевания и снятия	5,8	6,8	5,7	4,0	5,2	5,4	4,9	6,4	4,2	4,1	4,8	3,5
Цвет обуви	6,2	8,4	3,9	7,5	9,0	6,8	3,2	6,5	2,5	6,2	10,1	4,4
Физический износ обуви, бывшей в употреблении	4,5	4,0	4,4	3,1	4,4	2,5	6,9	5,2	5,9	5,5	4,5	4,8
Выход бывшей в употреб- лении обуви из моды	3,6	4,2	2,8	6,1	5,9	4,6	2,0	3,5	2,7	2,7	3,3	2,7
Другое	0,4	0,4	0,2	0,3	1,2	0,2	2,3	1,6	2,2	2,2	1,6	2,3

Показатели, которыми руководствуются мужчины и женщины при покупке кожаной обуви, имеют различную значимость. Общее для представителей обоих полов — качество изготовления, другие же показатели далеко неравнозначны. Для женщин приоритетны эстетические свойства, а для мужчин — надежность.

Критерии выбора кожаной обуви существенно различаются в зависимости от сезонов носки и для мужчин, и для женщин. Для зимней обуви наиболее важна теплозащитность, а не цветовое решение, для летней обуви эти критерии меняются с точностью до наоборот. Для выходной обуви большую значимость имеет фактор моды.

Анализ результатов маркетинговых исследований показал, что социальное положение опрошиваемых достаточно заметно не влияет на значимость показателей, которыми руководствуются покупатели, выбирая кожаную обувь.

Существенно влияет на показатели, предопределяющих покупку кожаной обуви, возраст потребителей. Если качеству изготовления большое внимание придают потребители всех возрастов, то молодежь больше всего интересуется соответствие моде и внешний вид, а пожилых людей — удобство носки.

Маркетинговые исследования потребителей кожаной обуви позволили установить:

на покупку кожаной обуви влияют пол и возраст опрошенных;
социальное положение потребителей существенной роли при этом не играет;
значимость критериев, которыми руководствуются потребители при выборе кожаной обуви, меняются также в зависимости от назначения и сезона носки обуви;

для всех потребителей кожаной обуви независимо от пола и возраста основным показателем, предопределяющим покупку повседневной и выходной обуви любого сезона носки, является качество изготовления.

Таким образом, маркетинговые исследования подтвердили, что при оценке конкурентоспособности того или иного изделия можно использовать опросы как источник получения дополнительной информации, конкретизации показателей, вводимых в оценку. Потребители придают различную значимость показателям качества кожаной обуви в зависимости от особенностей самого изделия (назначение, сезон носки и т.п.), а также в зависимости от собственных демографических характеристик (пол, возраст и т.д.). Учет этих характеристик (показателей) на стадиях разработки изделия позволит существенно повысить конкурентоспособность отечественной обуви, а также оценить потенциальную конкурентоспособность продукции.

Таблица 2. Повреждения, встречающиеся при эксплуатации мужской кожаной обуви, % от ответов

Повреждение	Женская обувь						Мужская обувь					
	Повседневная			Выходная			Повседневная			Выходная		
	осенне-весенняя	летняя	зимняя	осенне-весенняя	летняя	зимняя	осенне-весенняя	летняя	зимняя	осенне-весенняя	летняя	зимняя
Деформация верха	14,6	13,1	17,5	16,5	15,1	20,3	19,7	8,4	21,4	19,0	10,1	20,1
Механические повреждения	9,8	11,3	8,0	12,0	11,0	10,0	11,6	20,2	9,1	15,0	20,0	10,5
Трещины (пленки или кожи)	9,3	11,7	10,3	8,1	10,3	8,0	7,0	7,2	10,1	8,0	5,9	9,6
Износ подошвы	15,8	19,7	12,4	17,2	20,4	14,0	10,2	10,9	8,1	6,0	11,6	6,5
Отрыв подошвы	13,7	9,4	10,5	9,1	7,8	8,0	14,0	16,3	13,5	14,8	13,8	13,2
Разрывы ниточных швов	10,9	13,1	12,0	9,1	10,9	7,5	14,2	18,8	11,1	11,7	17,7	13,4
Поломка застежки "Молния"	12,6	0,6	17,7	11,8	1,8	17,0	8,0	0,7	12,3	8,2	1,0	11,8
Отрыв фурнитуры	5,2	13,4	2,4	8,5	13,4	4,3	4,9	10,5	2,4	5,5	11,3	2,5
Появление пятен	5,6	3,7	8,0	4,5	5,0	5,6	9,3	5,1	10,9	10,6	7,4	11,4
Другое	2,5	3,8	1,2	3,3	4,3	5,2	0,9	1,9	1,0	1,1	1,2	1,1

Мужчины и женщины при эксплуатации кожаной обуви встречаются приблизительно с одним и тем же перечнем ее повреждений. Однако частота возникновения одних и тех же дефектов различна для представителей разных полов и для обуви различных сезонов носки. В общем, у мужчин наиболее часто встречается отрыв подошвы, а у женщин — ее износ. Для осенне-весенней обуви характерны такие повреждения, как деформация верха, для летней обуви — отрыв фурнитуры, а для зимней — поломка застежки "молния". Социальное положение, возраст опрошенных и назначение обуви существенно не влияют на возникающие при эксплуатации кожаной обуви повреждения.

Анализ повреждений, возникающих при эксплуатации кожаной обуви, и причин, их вызывающих, показал, что наиболее часто встречаются повреждения, связанные в основном с недостаточной надежностью деталей обуви и прочности крепления. Таким образом, производителям необходимо уделять больше внимание процессу формирования и обеспечению показателей надежности. В частности, для изготовления женских подошв следует использовать более износостойкие ма-

териалы (например, полиуретан) и обеспечивать более жесткий контроль за соблюдением технологии соединения верха заготовки обуви с низом с использованием материалов, обеспечивающих наиболее прочное их скрепление. Последнее предложение также касается прочности крепления фурнитуры. Для обеспечения более высокого уровня ее качества необходимо усилить входной контроль материалов на обувных предприятиях. Деформация осенне-весенней обуви в основном возникает из-за несоблюдения правил ухода за ней (например, сушки возле батареи). Следовательно, производителям и торговым предприятиям следует информировать потребителя о правилах ухода (об этом будет сказано чуть позже).

Анализ мнений респондентов в отношении причин возникновения повреждений при эксплуатации кожаной обуви показал схожесть взглядов мужчин и женщин независимо от их возраста и социального положения. Основной причиной повреждения любой обуви, по их мнению, является низкое качество изготовления. Для осенне-весенней и зимней обуви независимо от ее назначения основными причинами повреждений выступают носка в условиях высокой влажности и действие температуры при сушке, а для летней — естественный износ.

По мнению потребителей, главная причина повреждений — низкое качество изготовления. Достаточное количество респондентов признало в качестве причины возникновения повреждений обуви при эксплуатации неправильный уход.

Таблица 3. Причины, приводящие, по мнению потребителей, к повреждению кожаной обуви, % от ответов

Причина повреждений	Женская обувь						Мужская обувь					
	Повседневная			Выходная			Повседневная			Выходная		
	осенне-весенняя	летняя	зимняя	осенне-весенняя	летняя	зимняя	осенне-весенняя	летняя	зимняя	осенне-весенняя	летняя	зимняя
Носка в условиях высокой влажности	24,4	12,1	22,0	17,1	8,6	17,2	23,7	5,8	24,9	24,9	4,4	24,5
Низкое качество материалов	14,6	21,3	13,5	13,7	16,9	11,8	15,4	24,3	14,1	17,5	25,1	14,4
Низкое качество изготовления	19,4	26,8	20,9	20,7	27,9	20,2	23,7	29,8	20,7	25,7	39,6	21,5
Действие температуры при сушке	16,7	8,5	19,7	12,4	5,1	14,9	13,7	7,1	17,1	9,6	2,9	15,5
Естественный износ	13,0	23,0	11,5	17,7	27,9	13,7	11,5	26,5	10,0	11,4	23,3	9,5
Неправильный уход	11,8	8,3	12,3	18,4	13,5	22,3	12,0	6,5	13,2	10,8	4,7	14,7

Перечень повреждений и причин их возникновения, выявленный при проведении маркетинговых исследований, указывает производителю направления совершенствования изделий и улучшения качества выпускаемой продукции, а также на “необразованность” потребителей в вопросах ухода за изделиями. Последнее в силах изменить производители, разрабатывая памятки по уходу за изделиями, и работники торговли, проводя работу с потребителями по обеспечению их требуемой информацией. Все это в комплексе будет служить сохранению качества товаров, что является одним из условий обеспечения их конкурентоспособности.

Таким образом, для обеспечения и повышения конкурентоспособности товаров предприятиям обувной отрасли Республики Беларусь необходимо систематически, а не эпизодически проводить маркетинговые исследования товаров и потребителей на всех этапах жизненного цикла товара. При этом в центре исследований должен находиться не сам товар, а ответные реакции потребителей в его отношении. Информация о потребительских мнениях дает основу для определения положения товара на рынке, оценки уровня его конкурентоспособности и прогнозирования спроса, последнее, в свою очередь, должно служить аналитической базой для разработки маркетинговой стратегии, ориентированной на совершенствование товара и максимальное удовлетворение потребителей, т.е. на обеспечение и повышение конкурентоспособности товаров.