

Михайлова А.В., Степанова Ю.А.,
студенты кафедры менеджмента и маркетинга НИУ «БелГУ»,
г. Белгород
Прядко С.Н.,
кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры менеджмента и маркетинга НИУ «БелГУ»,
г. Белгород

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КОМПАНИИ «Н&М»

Аннотация

Проведение маркетингового опроса для принятия управленческих решений
в компании

Ключевые слова

маркетинговое исследование, маркетинговый опрос, экспертный опрос,
респонденты, сегмент рынка

Актуальность исследования определяется необходимостью проведения маркетингового опроса для принятия управленческих решений в компании. 01.10.2017 по 15.12.2017 нами был проведен опрос для выявления покупательских предпочтений на рынке одежды. Для проведения сегментации нами в ноябре 2017 года было проведено анкетирование потребителей рынка молодежной одежды. Исследование проводилось при помощи сайта Google Формы. [<https://www.google.ru/intl/ru/forms/about/>]

В исследовании приняли участие 30 респондентов – постоянных (лояльных) покупателей продукции торговой марки «Н&М».

Результаты исследования изображены на рисунках ниже.

Проведенный экспертный опрос показал, что 56,7 % респондентов покупают одежду любимой марки, так как хотят обогатить свой гардероб; 36,7 % - приобретают одежду взамен старой и для оставшихся 6,6 % респондентов покупка одежды это ежедневная рутина (рис. 1).

По какому случаю Вы, чаще всего, покупаете одежду?

30 ответов

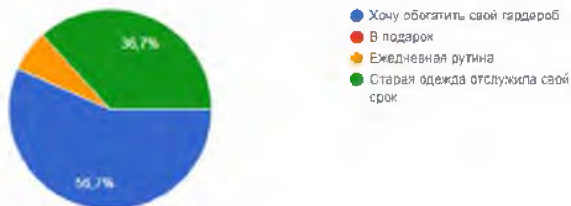


Рисунок 1 – Причины приобретения продукции «Н&М»

Экспертный опрос показал, что 55,2 % следят за модными трендами, хотя и не особенно придерживаются их; 20,7 % респондентов – активно используют модные тренды в своем гардеробе; 24,1% респондентов активно следят за модными трендами и придерживаются их (рис. 2).

Вы следите за модными трендами?

29 ответов



Рисунок 2 – Модные предпочтения покупателей

Экспертный опрос показал, что 50% респондентов чаще всего приобретают майки/свитеры/олимпийки; 30% респондентов чаще всего приобретают нижнюю часть одежды(брюки/шорты/юбки) и 20% респондентов чаще всего приобретают обувь (рис. 3).

Какую часть одежды Вы покупаете чаще всего?

30 ответов

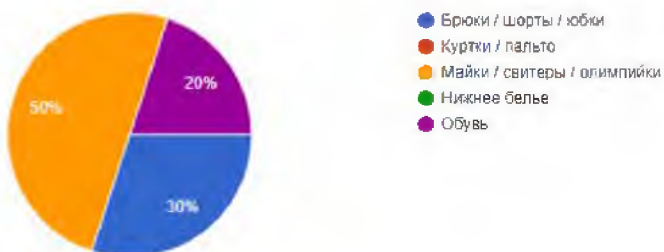


Рисунок 3 – Что чаще всего преобретают покупатели

Экспертный опрос показал, что 46,7% респондентов тратят на одежду 2000-5000 рублей в месяц; 20% респондентов тратят 1000-2000 рублей в месяц; 20% респондентов тратят 500-1000 рублей в месяц; 5% респондентов от 0 до 500 рублей и 5% респондентов от 5000 и больше (рис. 4).

Сколько Вы в среднем тратите на одежду за месяц?

30 ответов

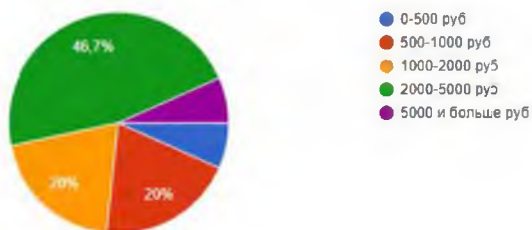


Рисунок 4 – Затраты на одежду

Экспертный опрос показал, что 70% респондентов покупают одежду в ТЦ; 16,7% респондентов предпочитают покупать одежду на рынке; а 13,3% респондентов заказывают одежду через интернет (рис. 5).

Где, чаще всего, Вы покупаете одежду?

30 ответов

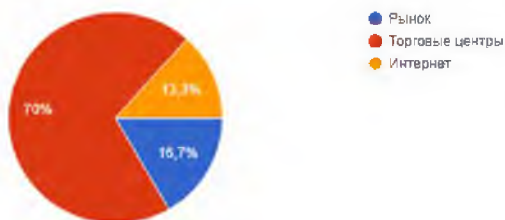


Рисунок 5 – Места приобретения одежды

Экспертный опрос показал, что 53,3% респондентов знакомы с компанией Н&М и иногда приобретают там одежду; 43,3% респондентов знакомы в компании, но никогда не приобретали там одежду; 3,4% респондентов хорошо знакомы с компанией и часто приобретают там одежду (рис. 6).

Знакомо ли Вам название «Н&М»?

30 ответов



Рисунок 6 – Популярность компании Н&М

Экспертный опрос показал, что 50% респондентов видели рекламу компании на билбордах; 43,3% респондентов видели рекламные объявления в интернете; 3,3% респондентов слышали/видели рекламу по радио/телевидению; 3,4% респондентов нигде не видели рекламу компании Н&М (рис. 7).

Где Вы видели рекламу "Н&М"?

30 ответов

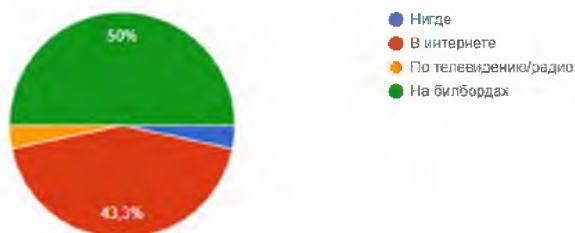


Рисунок 7 – Маркетинг компании Н&М

Экспертный опрос показал, что 76,6% респондентов оценивают качество продукта Н&М на 50% из 100%; 13,3% респондентов оценивают качество продукта компании на 100% и 10% респондентов считают продукцию компании Н&М вовсе некачественной (рис. 8).

Как Вы бы оценили качество продукта "Н&М"?

30 ответов

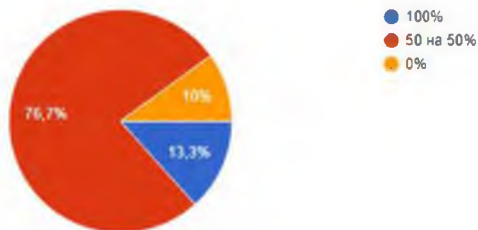


Рисунок 8 – Оценка качества продукта компании Н&М

Экспертный опрос показал, что 46,7% респондентов приобретают продукцию компании Н&М, когда необходимо/планируют что-то купить; 30% респондентов не приобретают продукцию в компании Н&М; 20% респондентов приобретают продукцию во время акций/распродаж; 3,3%

респондентов вообще не хотят приходить за покупками в компанию Н&М (рис. 9).

В каких случаях Вы приходите к нам за покупками?

30 ответов

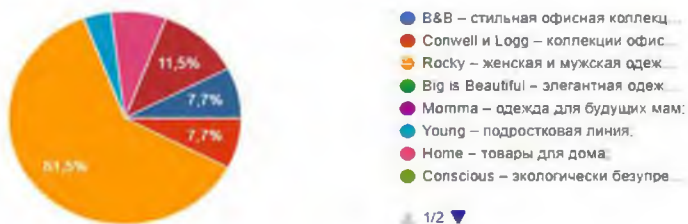


Рисунок 9 – Когда покупатели приобретают продукцию компании Н&М

61,5% респондентов отдадут предпочтение линии одежды Rocky; 7,7% респондентов предпочитают стильную офисную линию В&В; 11,5% предпочитают линию одежды Conwell и Logg; 7,7% респондентов предпочитают линию L.O.G.G. для спорта; остальные респондентов предпочитают линии одежды Home, Young и Cos (рис. 10).

Какую нашу линию ,чаще всего,Вы предпочитаете?

26 ответов



- Cos – классическая одежда для семьи;
- L.O.G.G – одежда для спорта.

Рисунок 10 – Линии одежды в компании Н&М

В эксперном опросе приняли участие 72,4% женщин; 27,6% мужчин

(рис. 11).

Выберете Ваш пол:

29 ответов

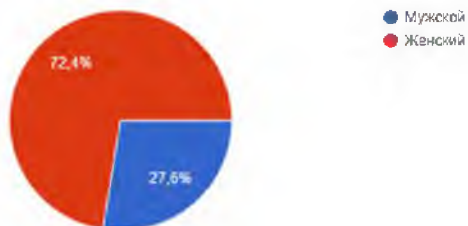


Рисунок 11 – Пол респондентов

В экспертном опросе приняло участие 66,7% респондентов от 15 до 20 лет; 30% респондентов от 20 до 30 лет и 3,3% респондентов от 30 до 50 лет (рис. 12).

Сколько Вам лет?

30 ответов

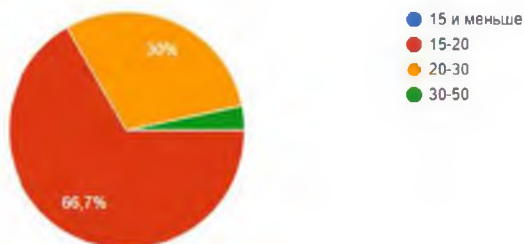


Рисунок 12. Возрастная категория респондентов

Таким образом, проведенный опрос показал, что наиболее привлекательным сегментом рынка молодежной одежды для «H&M» являются - линия Rocky- яркая молодежная одежда, которую чаще всего приобретают молодые женщины в возрасте от 15 до 20 лет, следящие за модными тенденциями и тратят на одежду в среднем от 2000 до 5000 рублей.

Список использованной литературы

1. <https://www.google.ru/intl/ru/forms/about/>
2. <https://www.hm.com/ru/>
3. <https://studfiles.net/preview/5881746/>

© Михайлова А.В., Степанова Ю.А. 2018