

УДК 339.13

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: ОТНОШЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА МОГИЛЕВА К БЕЛОРУССКОЙ ОБУВИ

А. И. ЛУЦЕЕВА, А. В. ШЕДЬКО

Научный руководитель Е. Н. ШЕРОБУРКО
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Маркетинговое исследование рынка обуви включало в себя: формулировку проблемы, требующей решения (повышение лояльности покупателей к покупке обуви белорусских производителей); проблем, требующих исследования (выявление факторов, оказывающих максимальное влияние на приобретение обуви белорусских производителей; определение наиболее эффективных способов стимулирования сбыта; определение степени престижности и узнаваемости обувных белорусских брендов; выявление степени влияния местоположения магазинов на выбор потребителей; определение причин незаинтересованности молодежи в покупке обуви белорусских производителей); анализ вторичных источников информации; анкетирование; наблюдение; глубинное интервью.

Проведенное маркетинговое исследование рынка обуви белорусских производителей города Могилева показало, что к основным недостаткам обуви респонденты относят: плохой дизайн, недостаточно широкий ассортимент, несоответствие моделей обуви моде. К достоинствам – высокое качество, надежность, наличие обуви нестандартных размеров.

Относительно расположения магазинов были получены следующие результаты: 85 % опрошиваемых довольны расположением магазинов, 15 % – удовлетворены не полностью.

В ходе проведенного исследования были определены основные факторы, оказывающие стимулирующее воздействие на покупку обуви: скидки (62,5 %), реклама (25,5 %), сервис, акции (12 %).

По результатам исследования были предложены рекомендации по повышению лояльности покупателей к покупке обуви белорусских производителей.

1. Совершенствование дизайна обуви.
2. Размещение торговых точек в торговых центрах.
3. Выведение на рынок новой марки молодежной обуви.
4. Создание коллекции обуви для праздничных мероприятий (выпускные вечера).