



ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА
И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

«Восприятия цены на одежду
представителями среднего класса
Результаты четырех волн
февраль 2009 -февраль 2010»

Татьяна Комиссарова

Экономии деньги для обеспечения семьи в 2009 г.

1500 россиян с доходом от 15 тыс.рублей в месяц	
Да	74%
Нет	19%
Затрудняюсь ответить	7%

Совместное онлайн исследование ОМІ и Школы, февраль 2010 г.

Уменьшился доход (%) за период осень 2008 - февраль 2010 гг.

До 10% от дохода	7%
От 11 до 20%	11%
От 21 до 30%	14%
От 31 до 40%	9%
От 41 до 50%	11%
От 51 до 60%	6%
От 61 до 70%	4%
От 71 до 80%	2%
От 81 до 90%	2%
От 91 до 100%	2%
Мой доход за этот период не изменился	12%
Мой доход за этот период увеличился	13%
Затрудняюсь ответить	7%

Статьи экономии россиян в 2009 г.

Статьи расходов	ОМГ 02.2010	GFK. Group 01.2009
Меньше тратить на одежду и обувь	67%	49%
Реже ходить в рестораны	58%	28%
Реже ходить в пабы, бары или кафе	57%	35%
Откладывать крупные покупки (бытовой техники, мебели, авто)	56%	45%
Реже посещать кинотеатры, театры, концерты и т.д. по вечерам	48%	32%
Покупать наиболее дешевые продукты и напитки	46%	38%
Выбирать более дешевые путешествия	30%	29%
Покупать меньше газет и журналов	27%	24%
Искать наиболее выгодные ж/д и авиабилеты	25%	8%
Меньше ездить на машине	22%	8%
Менять оператора связи или меньше говорить по телефону	19%	13%
Реже пользоваться отопительными приборами и кондиционерами	11%	9%
Менять страховую программу или отказываться от страховки	11%	14%
Мне не приходилось экономить	6%	-
Ничего из указанного выше	2%	13%
Сколько вариантов ответов выбрали (среднее)	4.86	3.5

Исследование «Восприятие цены потребителем»

Совместный проект с Ассоциацией предприятий индустрии моды
Аналоги исследования на рынке отсутствуют

Время исследования:

- 1 волна - январь-февраль 2009 г.
- 2 волна- май 2009 г.
- 3 волна - август 2009 г.
- 4 волна - февраль 2010 г.

Место проведения исследования:

- Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Пермь, Екатеринбург

Количество респондентов: 550 человек

- Возраст 28-35 лет
 - Доход на члена семьи:
 - в Москве - от 30.000 - 50.000 руб.
 - в других городах - от 15.000-30.000 руб.
 - Мужчины 30%, женщины 70%
- On-line -опрос (компания ОМІ)

Повысятся ли цены на одежду 2009-2010

Все респонденты	февраль	май	август	февраль 2010
ДА	75%	63%	60%	62,6%
НЕТ	15%	19%	25%	29%
Затрудняюсь ответить	10%	18%	15%	8,4%

Нижняя граница повышения цены %, когда потребитель откажется от покупки одежды: Москва

Повышение цены %	февраль	май	август	февраль 2010
5				8,7%
10-15	17%	15%	10%	8,7%
20-30	43%	48%	50%	52%
40-50	26%	30%	30%	21,9%
100	3%	5%	10%	0
Затрудняюсь ответить	11%	2%	0	8,7%

Нижняя граница повышения цены %, когда потребитель откажется от покупки одежды: другие города

Повышение цены %	февраль	май	август	февраль 2010
10-15	15%	10%	10%	14%
20-30	44%	54%	50%	50%
40-50	27%	33%	35%	24%
100	5%	0	0	3,3%
Затрудняюсь ответить	9%	3%	5%	8,7%

Цена за деловой костюм руб., которую заплатят сегодня (%)

Интервал цены в рублях	февраль	август	февраль 2010
МОСКВА			
< 4999	4%	40%	41%
5000-6999	21%	0	8%
7000 -14999	51%	50%	42%
>15000	23%	10%	9%
ДРУГИЕ ГОРОДА			
< 4999	18%	22,5%	27%
5000-6999	27%	42,5%	39%
7000 -14999	39%	32,5%	30%
>15000	16%	2,5%	4%

Цена за пальто руб., которую заплатят сегодня (%)

Интервал цены в рублях	февраль	август	февраль 2010
МОСКВА			
< 4999	2%	20%	20%
5000-6999	4%	0	12%
7000 -14999	46%	50%	40%
>15000	48%	30%	28%
ДРУГИЕ ГОРОДА			
< 4999	7%	5%	7%
5000-6999	17%	42,5%	45%
7000 -14999	45%	37,5%	33%
>15000	31%	15%	15%

Цена за джемпер/свитер/кардиган руб., которую заплатят сегодня (%)

Интервал цены в рублях	февраль	август	февраль 2010
МОСКВА			
< 1500	1%	20%	18%
1501-2000	5%	10%	12%
2001-4000	58%	30%	38%
4001-8000	36%	40%	32%
ДРУГИЕ ГОРОДА			
< 1500	12%	17,5%	21%
1501-2000	15%	35%	40%
2001-4000	41%	30%	26%
4001-8000	21%	17,5%	13%

Цена за блузу/мужскую сорочку, которую заплатят сегодня (%)

Интервал цены в рублях	февраль	август	февраль 2010
МОСКВА			
600-800	0	20%	21%
801-2000	27%	20%	22%
2001-4999	69%	30%	28%
>5000	4%	30%	29%
ДРУГИЕ ГОРОДА			
600-800	10%	0	2%
801-2000	46%	2,5%	45%
2001-4999	35%	77,5%	41%
>5000	5%	20%	12%

Цена за брюки/юбку, которую заплатят сегодня

Интервал цены в рублях	февраль	август	февраль 2010
МОСКВА			
<1500	0	20%	23%
1501-2000	7%	0	3%
2001-4000	56%	60%	59%
4001-6000	37%	10%	8%
6001-12000	0	10%	7%
ДРУГИЕ ГОРОДА			
<1500	16%	12,5%	18%
1501-2000	18%	47,5%	46%
2001-4000	49%	30%	28%
4001-6000	17%	10%	8%

Стратегии покупателя при повышении цен на одежду в Москве

Стратегии	февраль	май	август	февраль 2010
Покупать реже	56%	36%	60%	39%
Покупать во время распродаж	7%	29%	35%	41%
Покупать за границей	20%	11%	30%	30%
Не буду покупать вообще	6%	5%	20%	5%
Покупать как прежде	6%	12%	10%	13%
Буду покупать более дешевые марки	1%	5%	9%	12%
Буду покупать самое необходимое	4%	2%	0	1%

Стратегии покупателя при повышении цен на одежду в других городах

Стратегии	февраль	май	август	февраль 2010
Покупать реже	65%	56%	65%	62%
Покупать во время распродаж	2%	11%	25%	27%
Покупать за границей	12%	9%	15%	17%
Буду покупать более дешевые марки	1%	7%	12%	16%
Покупать как прежде	10%	10%	11,5%	11%
Не буду покупать вообще	7%	5%	7,5%	4%
Буду покупать самое необходимое	3%	2%	2%	2%

Основные причины отказа от покупки одежды 2009-2010

Причины отказа от покупки	февраль	май	август	февраль 2010
Высокая цена или повышение цены	60%	58%	42%	50%
Снижение заработной платы/уменьшение доходов /потеря работы одним из членов семьи	40%	42%	34%	35%
Приоритет других расходов/необходимость более существенных покупок	20%	35%	20%	11%
Снижение качества одежды	20%	32%	20%	27%
Наличие одежды в гардеробе/отсутствие необходимости покупок	19%	25%	10%	6%
Ничто не может повлиять	6%	7%	4%	6%
Другое(отсутствие предложения)	3%	3%	0	10%

«Новые» причины отказа от покупки одежды февраль 2010 г.

- Завышена цена (искусственно/неоправданно)
- Цена и качество не сопоставимы
- Невысокое качество одежды
- Невежливость продавцов (хамство/хамский сервис)
- Невыплата (задержка) зарплаты



ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

www.marketing.hse.ru