

### ОТНОШЕНИЕ ЖЕНЩИН САНКТ-ПЕТЕРБУРГА К СЕТЕВЫМ ПАРФЮМЕРНЫМ МАГАЗИНАМ

В рамках исследования был проведен опрос в Санкт-Петербурге, в котором приняли участие женщины в возрасте от 15 и старше. Респонденты ответили на предлагаемую анкету, где они высказали свое мнение о парфюмерных сетях города, о своих предпочтениях, о любимых магазинах, об основных факторах выбора парфюмерного магазина и о том, что их не устраивает и что бы они хотели изменить в современных сетях парфюмерных магазинов.

На основании полученных данных был составлен рейтинг популярности парфюмерных сетей, первое место в котором принадлежит сети «Арбат Престиж», известной 73% женщин. Сеть «Рив Гош» известна 58% опрошенных. Третье место с незначительным отставанием от лидеров занимает сеть «Л'Этуаль» — она знакома 32% опрошенных. Известность других парфюмерных сетей, таких как «Спектр», «Pe de Beaute», «SEPHORA», «Ив Роше» не превышает 11%.

Цифры показывают очевидную картину значительно более высокой популярности парфюмерных сетей среди младшей и средней возрастной групп, причем пик приходится на возрастную группу 18–24 лет. Чем старше респондент, тем менее он осведомлен о парфюмерных сетях.

В рамках исследования респондентам было предложено назвать сетевые магазины, в которых они предпочитают делать покупки. Для 36% женщин наиболее часто посещаемой парфюмерной сетью является «Арбат Престиж», столько же делали здесь покупки за последние три месяца – это самые высокие показатели в рейтинге частоты посещения. Как в рейтинге популярности, так и в рейтинге посещаемости второе место занимает сеть «Рив Гош» (21%).

Респондентам предлагалось оценить выбранный ими магазин, используя пятибалльную систему (где 5 — максимальный балл), по 8 характеристикам. На основе этих характеристик, которые оценивали опрашиваемые, были составлены профили двух сетей парфюмерных магазинов. Результаты представлены на рис. 1, где по горизонтали показаны 8 основных характеристик, которые оценивали респонденты: 1 — доступные цены; 2 — разнообразие выбора, широкий ассортимент; 3 — удобство расположения магазина; 4 — профессионализм, компетентность продавцов; 5 — удобный поиск нужного товара; 6 — наличие систем скидок; 7 — время работы магазина; 8 — качество продукции. По вертикали представлены баллы от 1 до 5, по которым оценивали магазины. Под каждой характеристикой представлены значения, полученные при оценке магазина.

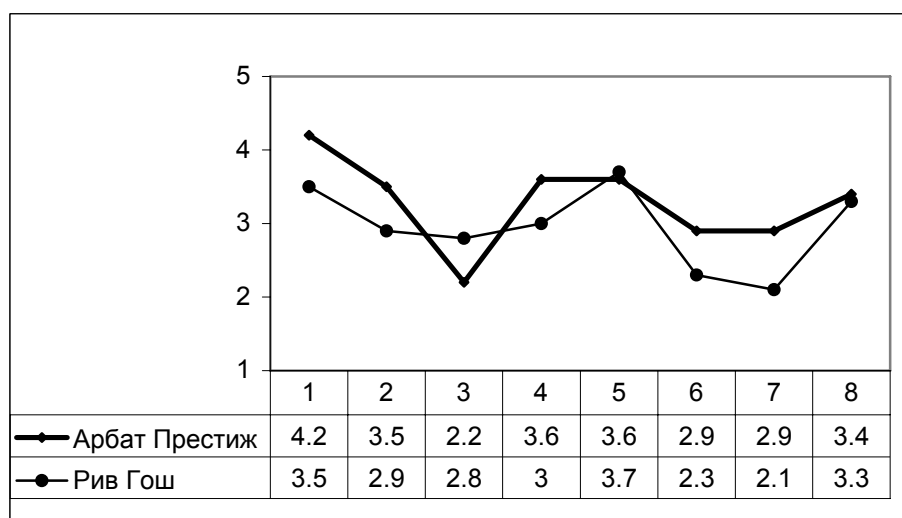


Рис. 1. Профили самых популярных парфюмерных магазинов

Анализируя полученные профили, можно отметить, что лидером по многим характеристикам является сеть парфюмерных магазинов “Арбат Престиж”. Самые доступные цены, самый широкий ассортимент товаров, высокий уровень профессионализма, наличие систем скидок, время работы магазина — по всем этим характеристикам лидирует сеть “Арбат Престиж”. При оценке таких параметров, как удобство поиска нужного товара и качество продукции абсолютный лидер отсутствует. Сеть “Рив Гош” лидирует при оценке удобства расположения магазина.

Половина опрошенных признались, что вообще не пользовались услугами сетей парфюмерных магазинов за последние три месяца, а 44% не смогли назвать наиболее часто посещаемую ими парфюмерную сеть.

Одной из важных задач исследования было узнать, что является самым важным при выборе сети парфюмерного магазина. Респондентам предлагалось оценить критерии, которые, по их мнению, оказывают существенное влияние на выбор парфюмерного магазина по пятибалльной системе, где 1 означало «совсем не важно», 2 — «не важно», 3 — «важно, но не очень», 4 — «важно», 5 — «очень важно»). Результаты представлены на рис. 2.

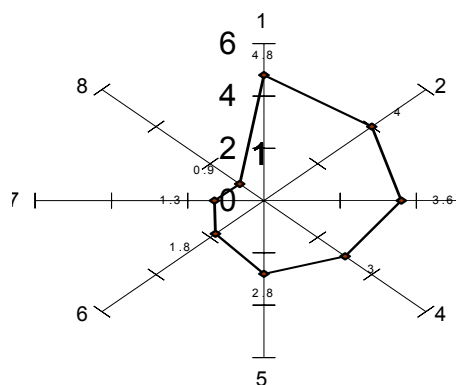


Рис. 2. Оценка критериев при выборе сети парфюмерных магазинов.

1 – качество товара, 2 – уровень цен, 3 – удобство расположения магазина, 4 – широкий ассортимент, 5 – профессионализм продавцов, 6 – удобство расположения товара на полках, 7 – удобные, уютные помещения, 8 – скидки, распродажи

Как видно из рис. 2, самым важным критерием является качество товара. Второй и третий по важности критерии — это уровень цен и удобство расположения магазинов соответственно. Четвертое место занимает такой критерий, как широкий ассортимент товаров. Следующие по важности профессионализм продавцов и удобное расположение товара на полках. Менее важными оказались характеристики: «скидки, распродажи», «уютные и удобные помещения».

В ходе исследования также удалось выяснить, каким производителям покупатель доверяет больше всего. Основная масса (46%) доверяет зарубежным производителям, 31% женщин отдает предпочтение российским производителям, а для 23% опрошенных производитель косметических средств не имеет принципиального значения.

Около 24% респондентов отметили, что для покупки косметических средств тратят от 200 до 500 рублей в месяц. 31% выделяют сумму в размере от 500 до 1000 рублей. И 19% тратят на приобретение косметических средств более 1000 рублей в месяц.

На вопрос о выборе системы скидок на косметические средства абсолютное большинство отметило, что предпочли бы 10% скидки на отдельные товары, нежели скидки в размере 3%–5% на весь ассортимент товаров.

Оказалось, что настойчивость и назойливость продавцов-консультантов может вызвать дискомфорт у 46% женщин. Ведение скрытого наблюдения вызывает подобные чувства у 28%, а присутствие контролеров в зале вызывает чувство дискомфорта у 17% опрошенных.

По итогам исследования можно сделать вывод, что наиболее популярной сетью парфюмерных магазинов среди женщин Санкт-Петербурга является сеть “Арбат Престиж”. Услугами этой сети пользуются 73 % всех опрошенных, затем следует сеть “Рив Гош”, “Л’Этуаль”. В рейтинге посещаемости, как и в рейтинге известности парфюмерных сетей, лидирующие позиции занимают сети “Арбат Престиж” и “Рив Гош”.

Также удалось выяснить, какими критериями руководствуются женщины, При выборе парфюмерного магазина самым важным критерием оказалось качество товара, затем следуют такие характеристики, как уровень цен и месторасположение магазинов. Менее важными критериями для женщин являются скидки, распродажи, удобные и уютные помещения. Большинство женщин доверяют зарубежным производителям и предпочитают систему скидок на отдельные группы товаров. А вот ведение скрытого наблюдения, присутствие контролеров и в большей степени назойливость и настойчивость продавцов-консультантов вызывает чувство дискомфорта и раздраженности у большей половины опрошенных.