

Badanie rynku galanterii skórzanej w Polsce Listopad 2010



termin przeprowadzenia badania

15.09-25.10 2010

metoda badawcza

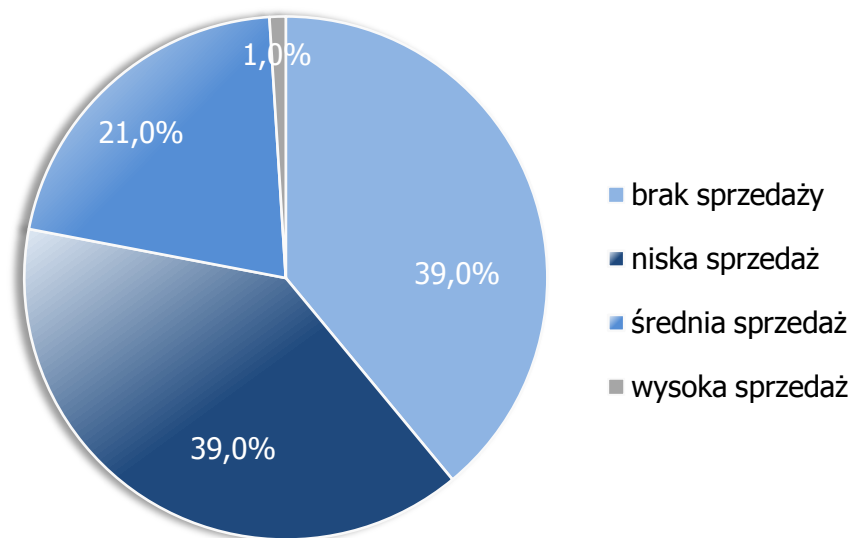
wywiad telefoniczny
CATI

próba badawcza

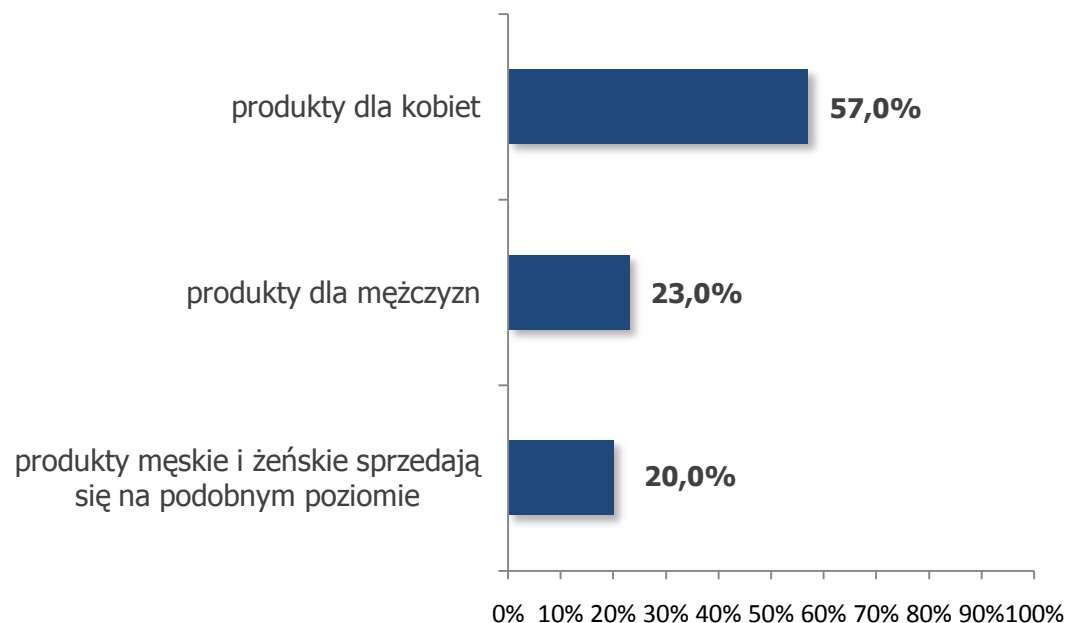
celowa

wielkość próby badawczej

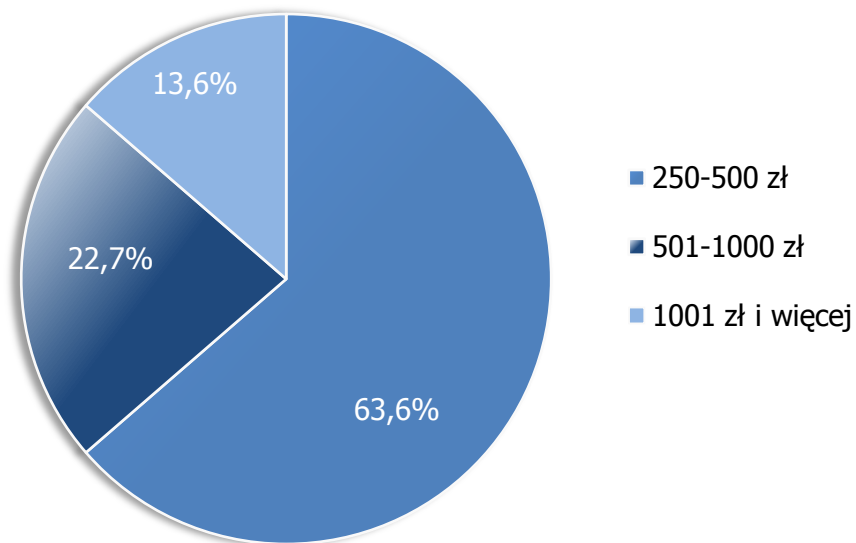
N = 818



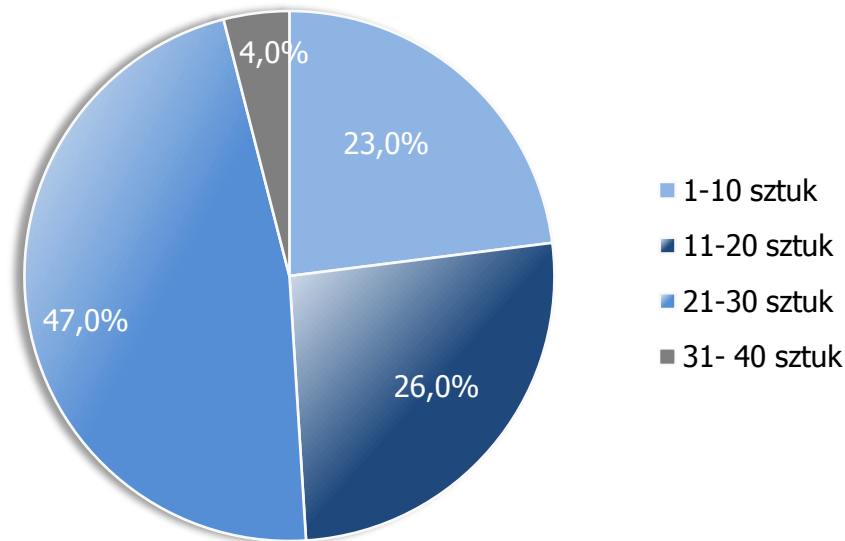
Większość przedsiębiorców negatywnie ocenia poziom sprzedaży galanterii skórzanej. 39% z nich wskazało na brak zainteresowania konsumentów produktami tego typu, identyczny odsetek badanych stwierdził, że sprzedaż plasuje się na niskim poziomie. Nieco ponad jedna piąta respondentów (21%) oceniła sprzedaż na średnim poziomie, natomiast zaledwie 1% z nich uważa, że sprzedaż była wysoka.



Ponad połowa badanych (57%) wskazała na wyższy poziom sprzedaży produktów przeznaczonych dla kobiet w przeciągu ostatnich 6 miesięcy. Na lepszą sprzedaż produktów męskich wskazało 23% przedsiębiorców, natomiast 20% uważa, że zainteresowanie zarówno kolekcją męską jak i żeńską plasuje się na podobnym poziomie.



Większość sprzedawców (63%) odpowiedziało, że największym zainteresowaniem cieszą się kurtki w przedziale cenowym 250-500 złotych. 22,7% ocenia, iż największy popyt charakteryzuje produkty w cenie 501-1000 złotych. Artykuły, których wartość przekracza 1000 złotych to główny produkt branży galanteryjnej według zaledwie 13,6% sprzedawców.



Prawie połowa (47%) przebadanych salonów zajmujących się sprzedażą galanterii skórzanej, w przeciągu ostatniego miesiąca, sprzedała od 21 do 30 sztuk kurtek. W nieco ponad jednej czwartej (26%) monitorowanych punktów sprzedaży, popyt na tego rodzaju produkty osiągnął poziom 11- 20 sztuk. W 23% placówek sprzedaż nie przekroczyła 10 produktów (kurtek). W zaledwie 4% przebadanych sklepów odnotowano najwyższy odsetek sprzedaży (ponad 30 artykułów).

- ❑ 78 % sprzedawców negatywnie ocenia poziom sprzedaży galanterii skórzanej, 21% uważa, że sprzedaż plasuje się na średnim poziomie, natomiast zaledwie 1% wskazał na wysoką sprzedaż.
- ❑ W ostatnim półroczu zdecydowanie lepiej według przedsiębiorców sprzedawały się artykuły przeznaczone dla kobiet (57% wskazań). Odwrotnego zdania było 23% respondentów. 20% uznało, że sprzedaż produktów z obu kolekcji (męskiej i damskiej) plasowała się na podobnym poziomie.
- ❑ Konsumenci najchętniej kupują kurtki w przedziale cenowym 250-500 zł (47% wskazań). Nieco ponad jedna piąta (22,7%) sprzedawców wskazała, że największy popyt jest na kurtki w cenie 501-1000 zł, natomiast 13,6% najczęściej produktów sprzedaje w cenie 1000 zł i więcej.
- ❑ Średnio w ciągu miesiąca prawie połowa przedsiębiorców (47%) sprzedaje 21-30 kurtek. 26% sprzedaje 11- 20 sztuk, natomiast 23% 1-10 produktów. Najmniejszy odsetek (4%) stanowią badani, którzy miesięcznie sprzedają 30-40 kurtek skórzanych.