



# RusBusinessConsulting

D A N I Ő M A N L I K D E P A R T M A N I

## HAZIR GİYİM PAZARI TÜKETİCİ ARAŞTIRMASI ONLINE ANKET SONUÇLARI (CAWI)

### Analitik Rapor



Bu rapor, "RusBusinessConsulting" tarafından münhasıran bilgi amacıyla hazırlanmıştır. Bu raporda ihtiva olunan bilgiler, "RusBusinessConsulting" kanısına göre güvenilir kaynaklardan elde edilmiştir, buna rağmen "RusBusinessConsulting" her tür amaç bağlamında bilgilerin kesinliğini ve tamlığını temin etmemektedir. Bu raporda verilen bilgiler, yatırımlara ilişkin doğrudan veya dolaylı öneri mahiyetinde yorumlanmamalıdır. Bu belgede ihtiva olunan tüm görüşler ve değerlendirmeler, yayınlandığı gün itibariyle yazarların düşüncesini yansıtmakla beraber herhangi bir ön ihbar gerekmeden değiştirilebilir. "RusBusinessConsulting", yayınlanan görüşler veya sonuçlar dâhil işbu raporda ihtiva olunan bilgilerin üçüncü kişiler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkan her tür zarar ve ya ziyandan ve verilen bilgilerin tam olmamasının sonuçlarından sorumlu değildir. Bu raporda ihtiva olunan bilgiler, açık kaynaklardan elde edilmiş veya raporda anılan şirketler tarafından sağlanmıştır. Talep edilmesi durumunda ek bilgiler temin edilir. Bu belge veya onun herhangi bir kısmı, "RusBusinessConsulting'in" yazılı izni olmadan yayımlanamaz veya herhangi bir yöntemle çoğaltılamaz. Telif Hakkı © RusBusinessConsulting

**Moskova 2008**

# ÖZET İÇİNDEKİLER

---

Açıklamalar .....	3
Tam İçindekiler.....	4
Şekil Listesi .....	5
Tablo Listesi.....	9
Rus hazır giyim pazarının büyüklüğü.....	15
ONLINE anket sonuçları .....	17
Ekler .....	171

## AÇIKLAMALAR

25 Aralık 2007 tarihi ile 14 Ocak 2008 tarihleri arasında Online Market Intelligence (OMI) şirketinin internet paneli bazında RusBusinessConsulting şirketi tarafından İnternet anketi(CAWI) şeklinde, Rusya Federasyonu'nda giyim satın alımı sırasında tüketici tercihleri ve davranışlarının ilk geniş çaplı Pazar araştırması yapılmıştır.

Bu araştırma, RBK'nın "Rusya'da kitlesel tüketim için giyim eşyaları perakendecilik zincirleri" isimli, Rusya Federasyonu'nda perakende piyasasına ilişkin analitik incelemesinin mantıksal devamıdır.

Anketin hedef kitlesi, 18-58 yaş aralığında ve İnternet kullanıcıları olan erkekler ve kadınlardır (her iki cinsiyet grubundan yaklaşık eşit sayıda kişiye anket yapılmıştır).

Örnek hedef kitlenin büyüklüğü 4865 kişidir.

Anketin coğrafyası, Rusya Federasyonu'nun en büyük 15 şehridir yani Moskova, Saint-Petersburg, Nijniy Novgorod, Samara, Kazan, Ufa, Rostov na Donu, Volgograd, Çelyabinsk, Ekaterinburg, Novosibirsk, Omsk, Perm, Vladivostok ve Habarovsk.

Anket sonuçları bütün olarak Rusya Federasyonu'nun İnternet kullanıcılarını ve yerel bazda ise araştırmanın yapıldığı her şehrin İnternet kullanıcılarını kapsamaktadır.

Çevrim içi anketin başlıca avantajlarından biri de sosyal olarak aktif ve eğitilmiş kitlenin kapsanmasıdır. Bu kitlenin temsilcileri, ortalama fiyat seviyeli mallar ve hizmetlerin tüketici çekirdeğini teşkil etmekte ve kendi aileleri, meslektaşları ve çevrelerini temsil etmektedir.

Anket sırasında tüketiciler arasında bilinen markalı mağazaların reytingleri elde edilmiştir. Tüketiciler tarafından en çok tercih edilen giyim markası mağazalar belirlenmiştir.

Araştırmada hazır giyim ürünlerinin satın alınmasında tercih edilen kanallar, en popüler, en çok "satın alınan" hazır giyim ürünlerinin çeşitleri, belli bir giyim mağazasının ürünleri ve giysinin kendisinin tercih edilmesinde etken olan faktörler incelenmektedir.

Aynı şekilde anket sonuçlarında İnternet kullanıcılarının giyim eşyalarına yaptıkları aylık ortalama harcamalar, belirli giyim ürünlerinin satış sıklığı ve en makul fiyatları belirlenmiştir.

Tüm dünyada koleksiyonları hızlı değiştirme eğilimi bağlamında araştırmada aynı zamanda, mağazaların kendi ürün yelpazelerini yenileme sıklığına ilişkin Rus İnternet kullanıcılarının tercihlerinin öğrenilmesi meselesi çözülmüştür.

Aynı bir bölüm ise Moskovalı İnternet kullanıcılarının tüketim tercihlerinin tanımlanmasına ayrılmıştır ki bu şehirde, tüketim masrafları ve tüketim sıklığı bazında Moskova pazarının hacmi tahlil edilmektedir.

Anketin süresi: 25 Aralık 2007 ile 14 Ocak 2008 tarihleri arasında yapılmıştır.

Anket sonuçlarının değerlendirilmesi: Ocak – Şubat 2008

Rapor 176 sayfadır.

Rapor, 130 tablo ve 84 grafik ve Şekil ihtiva etmektedir.

Raporun dili Rusçadır.

Tel: +7 (495) 363-11-12

<http://research.rbc.ru> E-posta: [research@rbc.ru](mailto:research@rbc.ru)

Telif hakkı© RusBusinessConsulting, 2003-2007

RBK danışmanlık departmanı analiz uzmanları tarafından pazarlama araştırmalarının tüm çeşitleri yapılmaktadır:

- Pazar yapısı, hacmi ve son yıllardaki gelişmelerin değerlendirilmesi, pazarın dilimlendirmesi, dünya pazarındaki trendlerin belirlenmesini sağlayan masa başı araştırmalar.
- Niteliksel araştırmalar (araştırma yöntemleri, grup münazaraları ve derinlemesine görüşme tekniğidir.)
- Niceliksel araştırmalar (araştırma yöntemleri, birebir, telefon, uzman görüşmeleri; sokak anketleri ve posta yoluyla anketlerdir.)
- Marka çalışmaları
- Şirketin pazarlama stratejisinin ve iş planının hazırlanması

**İrtibat: Pazar araştırma departmanı müdürü**

**Yastrebova Elena Vladimirovna**

**Tel: +7 (495) 363-1111, e-posta: [evastrebova@rbc.ru](mailto:evastrebova@rbc.ru)**

# TAM İÇİNDEKİLER

Ekler .....	3
Tam içindekiler .....	4
Diyagram listesi .....	5
Tablo listesi .....	9
Rus hazır giyim eşyaları pazarının büyüklüğü .....	15
Çevrim içi anket sonuçları .....	17
Yöntem ve örnekleme .....	17
Rusya Federasyonu'nun en büyük kentlerinde giyim alımında İnternet kullanıcılarının tüketim tercihleri ve davranışları .....	22
Giyim satın alma kanalları .....	26
Belli bir mağaza giysilerinin tercih edilmesinin etkenleri .....	28
Giysi satın almaya yapılan ortalama aylık harcamalar .....	34
Farklı giyim ürünleri tüketicileri için en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlar .....	37
Erkek giysileri .....	37
Kadın giysileri .....	44
Farklı giyim ürünlerini satın alma sıklığı .....	50
Giysi tercihini etkileyen faktörleri .....	54
Giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığı .....	57
Giysi satın alımında Moskovalı internet kullanıcılarının tüketim tercihleri ve davranışları .....	61
Moskova örneğinin karakteristiği .....	61
Moskovalı internet kullanıcılarının giysi satın alırken tercih ettikleri kanallar .....	63
Son yıllarda Moskovalı internet kullanıcıları tarafından satın alınan giyim ürünlerinin çeşitleri .....	68
Moskovalı internet kullanıcılarının belli bir ihtisaslaşmış giyim mağazasını tercih etmelerini etkileyen faktörler .....	71
Moskovalı internet kullanıcıları arasında ihtisaslaşmış giyim mağazalarının bilinirliği .....	79
Moskovalı internet kullanıcılarının ihtisaslaşmış giyim mağazalarını tercih etmeleri .....	90
Moskovalı internet kullanıcılarının giyim ürünlerine yaptıkları ortalama aylık harcama .....	98
Moskovalı internet kullanıcıları arasında farklı giysi ürünleri tüketicileri için en yüksek makul fiyatlar .....	103
Moskovalı internet kullanıcıları .....	103
Erkek giysi ürünleri .....	103
Kadın giysi ürünleri .....	111
Moskovalı internet kullanıcıları arasında farklı giysi ürünlerinin satın alınma sıklığı .....	120
Moskovalı internet kullanıcıları arasında giyim tercihin etkileyen faktörler .....	132
Moskovalı internet kullanıcıları nezdinde giyim mağazalarının ürün yelpazelerini yenileme sıklığı .....	136
Rusya Federasyonu'nun en büyük kentlerinde internet kullanıcıları arasında giyim mağaza markalarının reytingi .....	140
Saint-Petersburg .....	140
Nijniy Novgorod .....	145
Samara .....	147
Kazan .....	149
Ufa .....	151
Rostov na Donu .....	153
Volgograd .....	155
Çelyabinsk .....	157
Ekaterinburg .....	159
Novosibirsk .....	161
Omsk .....	162
Perm .....	164
Vladivostok .....	166
Habarovsk .....	168
Ekler .....	171
Anket .....	171

## DIYAGRAM LİSTESİ

Diyagram 1. Rusya’da 2000 – 2006 tarihleri arasında hazır giyim ve triko ürünlerinin perakende satış hacminin değişimi, milyon ruble .....	15
Diyagram 2. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar arasında tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç ) oranları, %.....	25
Diyagram 3. Ayrı ayrı yaş grupları arasında tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	25
Diyagram 4. Tek bir aile üyesi başına ortalama aylık gelirleri bakımından gruplar arasında tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	26
Diyagram 5. Ayrı ayrı yaş grupları arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercihini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	30
Diyagram 6. Tek bir aile üyesi başına ortalama aylık gelirleri bakımından gruplar arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	33
Diyagram 7. Ayrı ayrı yaş grupları arasında giyime yapılan ortalama aylık harcamaların miktarına göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) harcama miktarlarının oranları, % .....	36
Diyagram 8. Tek bir üye başına aylık ortalama gelir bakımından grupların giyime yaptıkları harcama miktarına göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) harcama miktarlarının oranları, % .....	37
Diyagram 9. Moskova’da ve haricinde erkek giyim ürünlerinin ortalama en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının karşılaştırılması, ruble .....	39
Diyagram 10. Moskova’da ve haricinde erkek giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatları meydanlarının karşılaştırılması, ruble .....	39
Diyagram 11. Moskova’da bayan internet kullanıcılarının anketinde elde edilen kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri (günlük hazır giyim ürünlerinin sizin için en yüksek makul fiyatlarını lütfen belirtiniz), ruble .....	44
Diyagram 12 Moskovalılar hariç Rusya Federasyonu’nun bayan internet kullanıcılarının anketinde elde edilen kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble .....	44
Diyagram 13. Moskova’da ve Moskova haricinde kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir fiyatları ortalamalarının karşılaştırılması, ruble .....	45
Diyagram 14. Moskova’da ve Moskova haricinde kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir fiyatları meydanlarının karşılaştırılması, ruble .....	46
Diyagram 15. Ayrı ayrı yaş grupları arasında giyim tercihin etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	56
Diyagram 16. Tek bir aile üyesi başına ortalama aylık geliri bakımından gruplar arasında giyim tercihin etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu’nun(Moskovalılar hariç) internet kullanıcılarının oranları, % .....	57
Diyagram 17. Ayrı ayrı yaş grupları nezdinde giyim mağazalarının tercih edilen ürün yelpazelerini yenileme sıklığına göre Rusya Federasyonu’nun(Moskovalılar hariç) internet kullanıcılarının oranları, % .....	60
Diyagram 18. Tek bir aile üyesi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup nezdinde giyim mağazasının ürün yelpazesini tercih edilen yenileme sıklığına göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	60
Diyagram 19. Moskovalı hedef kitlenin cinsiyetlerine göre oranları, % .....	61
Diyagram 20. Moskovalı hedef kitlenin yaşlarına göre oranları, % .....	61
Diyagram 21. Moskovalı hedef kitlenin gelirlerine göre oranları, % .....	62
Diyagram 22. Moskovalı hedef kitlenin sosyal-mesleki statülerine göre oranları, % .....	62
Diyagram 23. Moskovalı hedef kitlenin eğitim düzeyine göre oranları, % .....	63
Diyagram 24. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim satın alma kanalları reytingi, % .....	64
Diyagram 25. Moskovalı internet kullanıcılarının, erkekler ve ayrı olarak da kadınların giyim satın alma kanallarına göre oranları, % .....	65
Diyagram 26. Ayrı yaş gruplarının giyim satın alma kanallarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	66

Diyagram 27. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her kesimin tercih ettiği giyim satın alma kanallarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	67
Diyagram 28. Son yarım yılda Moskovalı internet kullanıcıları tarafından satın alınan giyim eşyası çeşitlerinin reytingi, % .....	68
Diyagram 29. Son yarım yılda erkekler ve ayrı olarak da kadınlar tarafından satın alınan giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	69
Diyagram 30. Son yarım yılda farklı yaş gruplarının satın aldıkları giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	70
Diyagram 31. Son yarım yılda, aile bireylerinde her kişi başına ortalama gelir bakımından grupların satın almış oldukları giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	71
Diyagram 32. İhtisaslaşmış giyim mağazasının Moskovalı internet kullanıcıları tarafından tercih edilmesinde etkili olan faktörlerin reytingi (derecelendirmesi), % .....	73
Diyagram 33. Erkek tüketiciler arasında ve ayrı olarak da kadın tüketiciler tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	75
Diyagram 34. Farklı yaş grupları tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	77
Diyagram 35. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama gelir bağlamında grupların ihtisaslaşmış giyim mağazasını tercih etmelerini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	79
Diyagram 36. Moskovalı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (derecelendirmesi) (%2'ye kadar) .....	82
Diyagram 37. Moskovalı erkek internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (derecelendirmesi) (%2'ye kadar) .....	85
Diyagram 38. Moskovalı bayan internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (%2'ye kadar) .....	86
Diyagram 39. Moskovalı internet kullanıcıları arasında tercih edilme düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (%2'ye kadar) .....	91
Diyagram 40. Moskovalı erkek internet kullanıcıları arasında tercih edilme düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (%2'ye kadar) .....	94
Diyagram 41. Moskovalı bayan internet kullanıcıları arasında tercih edilme düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (%2'ye kadar) .....	95
Diyagram 42. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim satın almak için yaptıkları ortalama aylık harcamaların miktarlarının reytingi (derecelendirmesi), % .....	99
Diyagram 43. Erkeklerin ve ayrı olarak da bayanların giyim satın almak için yaptıkları aylık ortalama harcamalara göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	100
Diyagram 44. Farklı yaş gruplarının giyim satın almak için yaptıkları aylık ortalama harcamalarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	102
Diyagram 45. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bağlamında her bir grubun giyim satın almak için yaptığı aylık ortalama harcamaya göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, .....	103
Diyagram 46. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir ceketin kabul edilebilir en yüksek fiyatı .....	104
Diyagram 47. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek iş takım elbisesinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	105
Diyagram 48. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre bir erkek gömleğinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	106
Diyagram 49. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek kazağının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	107
Diyagram 50. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek kotunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	108
Diyagram 51. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek pantolonunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, .....	109
Diyagram 52. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek mevsimlik montunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	110
Diyagram 53. Moskova'da erkek giyim eşyaları bedellerinin istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble .....	111
Diyagram 54. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir elbisenin/entarinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	112
Diyagram 55. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan takım elbisesinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	113

Diyagram 56. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bluzun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	114
Diyagram 57. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir eteğin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	115
Diyagram 58. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan kazağının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	116
Diyagram 59. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan pantolonu/taytın kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	117
Diyagram 60. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan mevsimlik mont/yağmurluğun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	118
Diyagram 61. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir gece kıyafetinin/takımının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	119
Diyagram 62. Moskova'da bayan giyim eşyaları bedellerinin istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble .....	119
Diyagram 63. Moskova'da bayan giyim eşyaları bedellerinin istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble .....	120
Diyagram 64. Moskovalı internet kullanıcıları tarafından gömlek/bluz satın alma sıklığının derecelendirmesi, % .....	121
Diyagram 65. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	122
Diyagram 66. Farklı yaş gruplarının gömlek/bluz satın alma sıklıklarına göre Moskova internet kullanıcılarının oranları, % .....	123
Diyagram 67. Moskovalı internet kullanıcılarının pantolon satın alma sıklığının derecelendirmesi, % .....	125
Diyagram 68. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların pantolon satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	126
Diyagram 69. Farklı yaş gruplarının pantolon satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	127
Diyagram 70. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun pantolon satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	128
Diyagram 71. Moskovalı internet kullanıcıları tarafından kazak/süveter satın alma sıklıklarının derecelendirmesi, % .....	129
Diyagram 72. Erkekler ve ayrı olarak kadınların kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	130
Diyagram 73. Farklı yaş grupları tarafından kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	131
Diyagram 74. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup tarafından kazak/süveter satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	132
Diyagram 75. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre derecelendirmesi, % .....	133
Diyagram 76. Erkeklerin ve ayrı olarak da kadınların giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	134
Diyagram 77. Farklı yaş gruplarının giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecelerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	135
Diyagram 78. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun giyim tercihini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	136
Diyagram 79. Moskovalı internet kullanıcıları nezdinde giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığının derecelendirmesi, % .....	137
Diyagram 80. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar tarafından mağazanın ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	138
Diyagram 81. Farklı yaş grupları tarafından mağazanın ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	139
Diyagram 82. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup tarafından mağazanın ürün yelpazesini tercih edilen yenileme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	140
Diyagram 83. Saint-Petersburglu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi, % .....	142
Diyagram 84. Saint-Petersburglu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	144

## TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların yerleşim yerlerine göre dağılımı .....	18
Tablo 2. Belli bir yerleşim merkezi ne göre katılımcı örneklerinde erkek ve kadınların oranı, % .....	18
Tablo 3. Belli bir yerleşim merkezinde farklı yaş gruplarına göre katılımcıların sayılarının oranı, % .....	19
Tablo 4. Belli bir yerleşim merkezinde aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplara göre katılımcıların sayılarının oranı, % .....	19
Tablo 5. Belli bir yerleşim merkezinde eğitim düzeyine göre katılımcıların sayılarının oranı, % .....	20
Tablo 6. Belli bir yerleşim merkezinde sosyal-mesleki statüye göre katılımcıların sayılarının oranı, % .....	21
Tablo 7. Belli bir yerleşim merkezinde tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcıları sayılarının oranı (iç triko, jartiyer çorap ürünleri ve aksesuarları hariç) nereden giyim satın alıyorsunuz?), % .....	22
Tablo 8. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar ve farklı yaş grupları tarafından giyim satın almak için tercih edilen kanallara göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları (Moskovalılar hariç), % .....	24
Tablo 9. Belli bir yerleşim merkezinde son yarım yılda satın alınan giyim eşyası çeşitlerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcıları sayılarının oranı (Kendiniz için son yarım yılda hangi çeşit giyim eşyası satın aldınız?), % .....	26
Tablo 10. Son yarım yılda erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar ve farklı yaş grupları tarafından giyim satın almak için tercih edilen kanallara göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları (Moskovalılar hariç), % .....	27
Tablo 11. İhtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcı sayılarının oranları, % .....	29
Tablo 12. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlerin önem derecelerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranı, % .....	31
Tablo 13. Belli bir yerleşim merkezinde giyim için yapılan ortalama aylık harcama kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcı sayılarının oranı (iç triko, jartiyer ve çorap ürünleri, ayakkabılar ve aksesuarlar hariç) kendiniz için ayda ortalama olarak günlük giyim eşyalarına ne kadar harcama yapıyorsunuz?), % .....	34
Tablo 14. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar tarafından giyim eşyalarına yapılan ortalama aylık harcama kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcı (Moskovalılar hariç) sayılarının oranı, % .....	35
Tablo 15. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına yapılan anketten elde edilen, erkek hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri (günlük giyim eşyaları konusunda sizin için en yüksek en makul fiyatı belirtir misiniz, lütfen?), ruble .....	37
Tablo 16. Moskovalılar hariç Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarına yapılan anketten elde edilen, erke hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble .....	38
Tablo 17. Belli bir yerleşim merkezinde erkek ceketinin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, % .....	40
Tablo 18. Moskova hariç belli bir yerleşim merkezinde erkek takım elbisesinin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, % .....	40
Tablo 19. Moskova hariç belli bir yerleşim merkezinde erkek gömleğinin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, % .....	41
Tablo 20. Belli bir yerleşim merkezinde erkek kazağının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, % .....	41
Tablo 21. Belli bir yerleşim merkezinde erkek kotlarının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, % .....	42



Tablo 22. Belli bir yerleşim merkezinde erkek pantolonlarının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, % .....	42
Tablo 23. Belli bir yerleşim merkezinde erkek mevsimlik montların en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, % .....	43
Tablo 24. Belli bir yerleşim merkezinde entari/elbisenin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, % .....	46
Tablo 25. Moskova hariç belli bir yerleşim merkezinde bayan takım elbisesinin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, % .....	47
Tablo 26. Belli bir yerleşim merkezinde bluzun en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, % .....	47
Tablo 27. Belli bir yerleşim merkezinde eteğin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, % .....	48
Tablo 28. Belli bir yerleşim merkezinde bayan kazağının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, % .....	48
Tablo 29. Belli bir yerleşim merkezinde bayan pantolonu/taştın en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, % .....	49
Tablo 30. Belli bir yerleşim merkezinde bayan mevsimlik mont/yağmurluğunun en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, % .....	49
Tablo 31. Belli bir yerleşim merkezinde gece kıyafeti/takımının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları, % .....	50
Tablo 32. Belli bir yerleşim merkezinde gömlek/bluzun satın alma sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları (Aşağıdaki giyim eşyalarını kendiniz için ne sıklıkla satın alıyorsunuz?), % .....	50
Tablo 33. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından grupların gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	51
Tablo 34. Belli bir yerleşim merkezinde pantolon satın alma sıklıklarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları, % .....	51
Tablo 35. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve farklı yaş grupları ve ailenin tek üyesi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar tarafından pantolon satın alma sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç), % .....	52
Tablo 36. Belli bir yerleşim merkezinde kazak/süveter satın alma sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları, % .....	53
Tablo 37. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bağlamında grupların kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	53
Tablo 38. Belli bir yerleşim merkezinde giyim tercihi etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları (Giyim tercihi sizin için önem derecesine göre faktörleri lütfen belirtiniz. HER SATIRDA BİR YANIT OLMALDIR), % .....	54
Tablo 39. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bağlamında grupların giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun (Moskovalılar hariç) internet kullanıcılarının oranları, % .....	55
Tablo 40. Belli bir yerleşim merkezinde giyim mağazasının ürün yelpazesini yenilemesinin tercih edilen sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları (Sizce giyim mağazaları kendi ürün yelpazelerini ne sıklıkla yenilemeli?), % .....	57
Tablo 41. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına aylık ortalama gelir bakımından gruplar tarafından giyim mağazasının ürün yelpazesini tercih edilen yenileme sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, % .....	58
Tablo 42. Moskovalı internet kullanıcıların giyim satın alma kanallarının derecelendirmesi, % .....	63

Tablo 43. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların giyim satın alma kanallarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	64
Tablo 44. Her yaş grubunun giyim satın alma kanallarına göre Moskovalı internet kullanıcıların oranları, %.....	65
Tablo 45. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir kategorisinde tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	67
Tablo 46. Son yarım yılda Moskovalı internet kullanıcıları tarafından satın alınan giyim eşyası çeşitlerinin derecelendirmesi, % .....	68
Tablo 47. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar tarafından son yarım yılda satın alınan giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	69
Tablo 48. Her yaş grubu tarafından son yarım yılda satın alınan giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	70
Tablo 49. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun son yarım yılda satın aldığı giyim eşyası çeşidine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	71
Tablo 50. Moskovalı internet kullanıcılarının ihtisaslaşmış giyim mağazasını tercih etmelerini etkileyen faktörlerin derecelendirmesi, % .....	72
Tablo 51. Erkek ve ayrı olarak bayan tüketiciler tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	74
Tablo 52. Her ayrı yaş grubu tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	76
Tablo 53. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından grupların ihtisaslaşmış giyim mağazasını tercih etmelerini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	78
Tablo 54. Moskovalı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	80
Tablo 55. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının bilinirlik düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	83
Tablo 56. Her yaş grubu arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının bilinirlik düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	87
Tablo 57. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının bilinirlik düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	88
Tablo 58. Moskovalı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	90
Tablo 59. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazalarının tercih edilme düzeylerine göre Moskovalı internet kullanıcıların oranları, % .....	92
Tablo 60. Her yaş grubu tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazalarının tercih edilme düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	96
Tablo 61. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazalarının tercih edilme düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	97
Tablo 62. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim satın almak için yaptıkları ortalama aylık harcamalarının derecelendirmesi, % .....	99
Tablo 63. Erkekler ve ayrı olarak kadınların giyim eşyalarına yaptıkları aylık ortalama harcama miktarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	99
Tablo 64. Her yaş grubunun giyim eşyalarına yaptıkları ortalama aylık harcama miktarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	101
Tablo 65. Aile bireylerinde her kişi başına aylık ortalama gelir bakımından her grubun giyime yaptıkları aylık ortalama harcama miktarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	102
Tablo 66. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek ceketinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı .....	103
Tablo 67. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek iş takım elbisesinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	104
Tablo 68. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre bir erkek gömleğinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	105
Tablo 69. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek kazağının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	106

Tablo 70. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek kotunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	107
Tablo 71. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek pantolonunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, ....	108
Tablo 72. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek mevsimlik montun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	109
Tablo 73. Moskova'da erkek giyim eşyaları bedellerinin istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble .....	110
Tablo 74. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir elbisenin/entarinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	111
Tablo 75. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan takım elbisesinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	112
Tablo 76. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bluzun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	113
Tablo 77. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir eteğin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	114
Tablo 78. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan kazağının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	115
Tablo 79. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan pantolonu/taştın kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	116
Tablo 80. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan mevsimlik mont/yağmurluğun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	117
Tablo 81. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir gece kıyafetinin/takımının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % .....	118
Tablo 82. Moskovalı internet kullanıcıları tarafından gömlek/bluz satın alma sıklıklarının derecelendirmesi, %.....	120
Tablo 83. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	121
Tablo 84. Farklı yaş gruplarının gömlek/bluz satın alma sıklıklarına göre Moskova internet kullanıcılarının oranları, % .....	122
Tablo 85. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	123
Tablo 86. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	124
Tablo 87. Moskovalı internet kullanıcılarının pantolon satın alma sıklığının derecelendirmesi, % .....	124
Tablo 88. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların pantolon satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	125
Tablo 89. Her yaş grubunun pantolon satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	126
Tablo 90. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun pantolon satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	127
Tablo 91. Moskovalı internet kullanıcılarının kazak/süveter satın alma sıklıklarının derecelendirmesi, % .....	128
Tablo 92. Erkekler ve ayrı olarak kadınların kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	129
Tablo 93. Her yaş grubu tarafından kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	130
Tablo 94. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun kazak/süveter satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	131
Tablo 95. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre derecelendirmesi, % .....	132
Tablo 96. Erkeklerin ve ayrı olarak da kadınların giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	133
Tablo 97. Farklı yaş gruplarının giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecelerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	134
Tablo 98. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun giyim tercihi etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	135
Tablo 99. Moskovalı internet kullanıcıları nezdinde giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığının derecelendirmesi, % .....	136

Tablo 100. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar tarafından mağazanın ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	137
Tablo 101. Farklı yaş grupları tarafından mağazanın ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	138
Tablo 102. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup tarafından mağazanın ürün yelpazesini tercih edilen yenileme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, % .....	139
Tablo 103. Saint-Petersburglu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	140
Tablo 104. Saint-Petersburglu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	143
Tablo 105. Nijniy Novgorodlu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	145
Tablo 106. Nijniy Novgorodlu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	143
Tablo 107. Samaralı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	147
Tablo 108. Samaralı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	148
Tablo 109. Kazanlı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	149
Tablo 110. Kazanlı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	150
Tablo 111. Ufalı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	151
Tablo 112. Ufalı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	152
Tablo 113. Rostov na Donulu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	153
Tablo 114. Rostov na Donulu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	154
Tablo 115. Volgogradlı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	155
Tablo 116. Volgogradlı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	156
Tablo 117. Çelyabinskli internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	157
Tablo 118. Çelyabinskli internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	158
Tablo 119. Ekaterinburglu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	159
Tablo 120. Ekaterinburglu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	160
Tablo 121. Novosibirskli internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	161
Tablo 122. Novosibirskli internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	162
Tablo 123. Omsklu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	163
Tablo 124. Omsklu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	164

Tablo 125. Permli internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	165
Tablo 126. Permli internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	166
Tablo 127. Vladivostoklu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	166
Tablo 128. Vladivostoklu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	168
Tablo 129. Habarovsklu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	168
Tablo 130. Habarovsklu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), % .....	169

## RUS HAZIR GIYİM PAZARININ BÜYÜKLÜĞÜ

Rusya hazır giyim pazarının 2006 senesindeki büyüklüğü farklı değerlendirmelere göre 24-32 milyar dolar tutmuştur.

Günümüzde Rus perakende hazır giyim pazarı gelişme aşamasında bulunmaktadır. Perakende hazır giyim pazarının büyük potansiyelinin bulunduğunu, son zamanda büyük miktarda yeni oyuncuların ve özellikle de diğer sektörlerden (profil dışı) yeni oyuncuların bu pazara giriş yapmaları da göstermektedir.

Rus hazır giyim pazarının büyüme hızının düşmesi beklenmektedir: son üç yılda büyüme hızı, senede yaklaşık %20-25'e ulaşırken önümüzdeki 2 ila 5 sene içerisinde büyüme hızının yıllık %12-15 arasında olacağı tahmin edilmektedir.

Uzmanların değerlendirmelerine göre Rus hazır giyim pazarı Günümüzde en hızlı gelişen pazarlardan biridir. ROSSTAT (Rus İstatistik Kurumu) verilerine göre erkek, kadın ve çocuklar için giyim eşyaları dâhil hazır giyim ve triko ürünlerinin perakende satış hacminin ortalama değişimi son altı yıl için yaklaşık %20 oranında gerçekleşmiştir. Karşılaştırma maksadıyla Batı Avrupa giyim pazarının büyüme hızı son 5 yılda yıllık %2,5'i geçmemektedir.

**Diyagram 1. Rusya'da 2000 – 2006 tarihleri arasında hazır giyim ve triko ürünlerinin perakende satış hacminin değişimi, milyon ruble**



Kaynak: ROSSTAT

Basında RF giyim pazarının hacmine değin uzman değerlendirmeleri biraz farklılık arz etmektedir. Rus hazır giyim pazarı hacminin 2006 senesinde değerlendirme aralığı 24-32 milyar dolar teşkil etmiştir. Aynı şekilde, Fashion Consulting Group şirketinin verilerine göre 2006 senesinde hazır giyim pazarının cirosu yaklaşık 24-25 milyar dolar teşkil etmiş ve yıllık %30 büyümüştür.

“LegPromBusiness-Director” yayınına göre Rus hazır giyim pazarının hacmi 2005 senesinde bile, 2004 senesindeki 23-25 milyar dolardan 28-30 milyar dolara yükselmiş bulunmaktadır. Pazar konusunda benzer değerlendirmeleri de Amiko şirketi sağlamaktadır. İK "Finam"a göre 2006 senesinde Rus hazır giyim pazarının hacmi, 2005 senesindeki düzeyinden %10-15 yükselme göstererek 2006 senesinde 32 milyar dolar teşkil etmiştir.

Rus hazır giyim pazarının hacmine ve değişimine ilişkin değerlendirmelerin önemli ölçüde farklılık göstermesi aşağıdaki faktörlerden kaynaklanmaktadır şöyle ki:

- Perakende hazır giyim pazarının çağdaş gelişmişlik düzeyinin nispeten düşüklüğü, giyim eşyaları ticaretinin büyük kısmı kayıt dışı kalmaktadır,
- Hazır giyim ürünlerinin doğru olmayan gümrük beyanatu sonucunda düşük gümrük vergileriyle ithalat hacminin hayli büyüklüğü,
- Perakende pazarının düşük güçlendirme düzeyi.

Son üç yılda hazır giyim pazarının ortalama büyüme hızı, parasal olarak senede yaklaşık %20-25 oranında gerçekleşmiştir. İK “Finnam”ın değerlendirmelerine göre Günümüzde perakende hazır giyim pazarının liderleri kendi kazançlarını senede %30-40 artırmaktadırlar yani pazardan daha hızlı büyümektedirler.

Günümüzde, büyüme hızına göre Rus perakende hazır giyim pazarı yalnızca gıda pazarından geridedir. ACNielsen şirketinin anket sonuçlarına göre Rusyalıların %74'ü, temel ihtiyaç ürünlerine yapılan harcamalardan sonra kalan paralarını özellikle giyim eşyalarına harcamak istemektedirler. Karşılaştırma babından Avrupalılarda bu oran ancak %41'dir.

“Sekret firmı” yayınının verilerine göre Rusyalılar kendi gardıroplarının muhteviyatını yenilemek için kendi gelirlerinin her ay yaklaşık %17'sini harcamaktadırlar.

Fashion Consulting Group şirketinin tahminlerine göreyse önümüzdeki 2-5 senede pazarın büyüme hızı %12-15'lere kadar gerileyecektir. Daha sonrasında pazar dengelenecek ve ortalama Avrupa göstergeleri olan senelik %2-5 düzeye yaklaşacaktır. Fashion Consulting Group şirketinin analistlerinin değerlendirmelerine göre Rus hazır giyim pazarının hacmi 2007 senesinde %20'ye çıkacak ve 30 milyar dolara ulaşacaktır.

Uzmanların görüşüne göre Rus hazır giyim pazarının potansiyel hacmi 50-60 milyar dolardır ve doyunluğa ancak 2012 senesinde ulaşması tahmin edilmektedir. Bu şekilde, belirtilmelidir ki mevcut durumda Rus hazır giyim pazarı daha gelişme aşamasında bulunmaktadır. Bu aynı zamanda perakende pazarının oyuncularla doyunluk düzeyini de göstermektedir. Şöyle ki Modny kontinent şirketinin genel müdürü Aleksandr Popov, bölgelerde perakende hazır giyim pazarının yüksek gelişme potansiyelinin bulunduğunu belirtmektedir. Magram Market Research genel müdürü Marina Malhina'nın kanısına göre Rusya'da giyim perakendeciliği daha yeni gelişmeye başlamıştır.

Rus perakende hazır giyim pazarının yüksek potansiyeli ve çekiciliğini, bu pazara yeni oyuncuların özellikle de ana faaliyet konusu teşkil etmeyen diğer sektörlerden oyuncuların girişi kanıtlamaktadır. Şöyle ki 2007 senesinde “Vimm-Bill-Dann” şirketinin eş sahibi Sergey Plastinin, Taxi ve Kira Plastinina giyim zincirini geliştirmeye başlamıştır. “Eldorado'nun” eş sahibi Oleg Yakovlev ise “Avenyu” perakende hazır giyim zincirini geliştirmektedir. 2007 senesinde “Starik Hottabiç” zincirinin eş kurucusu İgor Sosin, Troika Capital Partners şirketiyle birlikte Modis giyim eşyaları hipermarketini (Mega Store) açmıştır. GK “Yedinaya Yevropa” şirketinin eş sahibi (“İl de Bote” parfümeri ve kozmetik zincirini geliştirmektedir) İgor Denisov 2007 senesinde Hot Couture giyim mağazasını açmıştır.

# ONLINE ANKET SONUÇLARI

## Anket Teknikleri ve Seçme Kuralları

**Araştırma amacı:** giyim satın alımında tüketici tercihlerinin belirlenmesi

**Araştırmanın hedefleri:**

- En çok satın alınan giyim eşyaları çeşitlerini belirlemek (günlük, ev, spor vs.)
- En çok tercih edilen giyim satın alma kanallarını belirlemek,
- Tüketiciler arasında en çok bilinirlik yüzdesine sahip giyim mağazası markalarını belirlemek,
- En çok tercih edilen giyim mağazası markalarını belirlemek,
- Giyim mağazaları ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığını belirlemek,
- İhtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini belirleyen faktörleri belirlemek,
- Günlük giyim eşyalarına aylık ortalama harcama miktarını belirlemek,
- Giysi tercihini etkileyen başlıca faktörleri belirlemek,
- Tüketicilerin belli bir giyim eşyası için ödemeyi kabul ettikleri en yüksek olası fiyatı belirlemek,

Erkekler: ceket, iş takımı, gömlek, kazak, kot, pantolon, mevsimlik mont.

Bayanlar: entari/elbise, iş takımı, bluz, etek, kazak, pantolon/tayt, mevsimlik mont/yağmurluk, gecelik kıyafet/takım.

- Belli bir giyim eşyasının satın alınma sıklığını belirlemek: gömlek/bluz, pantolon ve kazak/Kazak.

**Veri toplama yöntemi:** OMI (Online Market Intelligence) şirketinin ONLINE erişim paneli<sup>2</sup> üzerinden hedef kitle seçilerek internet anketi (CAWI<sup>1</sup>).

**Veri toplamının teknolojik platformu:** Net-MR yazılım desteği

**Verilerin son bilgi işlemi:** SPSS programı

**Pazarlama araştırması standartları:** ESOMAR, CASRO

**Anketlerin doldurulma kalitesinin denetimi:**

- Çoklu kayıtların programla denetimi (aynı adresler, telefonlar, e-posta adresleri, şifreler vs.),
- Ankete tek bir kez erişim (ancak 1 defa doldurma imkânı),
- Ortalama anket doldurma süresinin ölçümü,
- Açık sorulara anlamına göre uygun olmayan veya anlamsız yanıt anketlerin değerlendirme dışı bırakılması,
- Benzer sorulara verilen yanıtlarda mantıksal silsilesi bozuk olan anketlerin değerlendirme dışı bırakılması,
- 'Bilmiyorum' / 'Yanıtlamakta zorlanıyorum' gibi yanıtları çok olan anketlerin değerlendirme dışı bırakılması,
- Sorulara klişe yanıtlar ihtiva eden "düz" anketlerin elenmesi (örneğin katılımcı birçok durumda "Tamamen katılıyorum" şeklinde yanıtlıyorsa),
- Katılımcı profiliyle anket sorularına verilen yanıtların dinamik karşılaştırılması,
- Araştırma katılımcılarının tekrardan sorgulanması (kontrol).

**Katılımcılar:** internet kullanıcısı olan 18-58 yaş arası erkek ve kadınlardır ( her cinsiyetin temsilcilerinin %50'si olmak üzere kotasyon yapılmıştır).

**Anketin coğrafyası:** Moskova, Saint-Petersburg ve büyük bölgesel yerleşim merkezleri: Nijni Novgorod, Samara, Kazan, Ufa, Rostov-na-Donu, Volgograd, Çelyabinsk, Ekaterinburg, Novosibirsk, Omsk, Perm, Vladivostok, Habarovsk.

**Anket süresi:** 25 Aralık 2007 - 14 Ocak 2008

**Seçilen örnek hacmi:** 4865 katılımcı

<sup>1</sup> Computer Assisted Web Interview: Bilgisayar Destekli İnternet Anketi

<sup>2</sup> Access paneli: Ücret karşılığında pazarlama araştırmalarına periyodik olarak katılmayı kabul eden kişilerin veritabanıdır.



**Tablo 1. Katılımcıların yerleşim yerlerine göre dağılımı**

Yerleşim merkezi	Katılımcıların sayısı, kişi.	Güvenilen olasılıkla hatalı anket örnekleri %95
Moskova	683	3,83
Saint-Petersburg	500	4,48
Samara	308	5,70
Rostov-na-Donu	306	5,72
Ekatrınburg	306	5,72
Perm	306	5,72
Nijniy Novgorod	304	5,74
Kazan	302	5,76
Çelyabinsk	302	5,76
Novosibirsk	302	5,76
Omsk	302	5,76
Volgograd	291	5,76
Ufa	279	5,99
Vladivostok	157	7,98
Habarovsk	150	8,17
Moskova bölgesi	67	12,22
Toplam	4865	

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

Her yerleşim merkezi için özel olarak, cinsiyetlerine göre katılımcıların kotasyonu yapılmıştır: Erkek ve bayanların %50'si

**Tablo 2. Belli bir yerleşim merkezi ne göre katılımcı örneklerinde erkek ve kadınların oranı, %**

Yerleşim merkezi	Erkek	Kadın	Toplam
Moskova	45,39	54,61	100,00
Saint-Petersburg	42,20	57,80	100,00
Moskova bölgesi	49,25	50,75	100,00
Nijniy Novgorod	59,87	40,13	100,00
Samara	48,38	51,62	100,00
Kazan	50,33	49,67	100,00
Ufa	45,52	54,48	100,00
Rostov-na-Donu	56,54	43,46	100,00
Volgograd	53,95	46,05	100,00
Çelyabinsk	50,66	49,34	100,00
Ekatrınburg	51,31	48,69	100,00
Novosibirsk	47,02	52,98	100,00
Omsk	55,30	44,70	100,00
Perm	53,92	46,08	100,00
Vladivostok	49,04	50,96	100,00
Habarovsk	54,00	46,00	100,00

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

Ankete katılan katılımcıların yaş grupları arasında hemen hemen her yerleşim merkezinde en çok sayıda olan 24-30 yaş arası grup olmuştur. Bundan istisna Saint-Petersburg şehri - ki burada en çok sayıda olan katılımcı yaş grubu 18-23 yaş grubudur - ve Habarovsktur ki burada da aynı sayıda en çok sayılı yaş grubu 24-30 yaş arası grup ve 31-35 yaş arası gruptur.

**Tablo 3. Belli bir yerleşim merkezinde farklı yaş gruplarına göre katılımcıların sayılarının oranı, %**

Yerleşim merkezi	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü	Toplam
Moskova	28,11	<b>32,06</b>	10,83	17,57	11,42	100,00
Saint-Petersburg	<b>36,20</b>	35,80	12,40	11,60	4,00	100,00
Moskova bölgesi	17,91	<b>40,30</b>	13,43	20,90	7,46	100,00
Nijniy Novgorod	28,62	<b>40,13</b>	15,46	13,82	1,97	100,00
Samara	26,95	<b>38,64</b>	18,51	12,66	3,25	100,00
Kazan	23,18	<b>39,40</b>	18,87	14,24	4,30	100,00
Ufa	25,81	<b>38,35</b>	12,19	15,77	7,89	100,00
Rostov-na-Donu	18,63	<b>34,64</b>	19,28	16,34	11,11	100,00
Volgograd	21,31	<b>38,14</b>	15,12	17,53	7,90	100,00
Çelyabinsk	23,18	<b>37,42</b>	15,56	17,88	5,96	100,00
Ekaterinburg	18,30	<b>40,85</b>	19,61	16,99	4,25	100,00
Novosibirsk	20,53	<b>35,10</b>	17,22	15,89	11,26	100,00
Omsk	29,80	<b>32,45</b>	16,23	15,56	5,96	100,00
Perm	22,88	<b>35,62</b>	22,22	14,71	4,58	100,00
Vladivostok	21,02	<b>36,94</b>	14,01	18,47	9,55	100,00
Habarovsk	22,67	<b>24,67</b>	<b>24,67</b>	17,33	10,67	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

İnternet kullanıcıların büyük çoğunluğunda aile bireylerinde her kişi başına aylık ortalama gelir bakımından en yüksek gelire sahip grup Moskovalıdır, en çok Moskovalı katılımcılar kendilerini aylık ortalama olarak aile bireylerinde her kişi başına 21-20 bin ruble gelir grubuna dâhil bulmuştur. Diğer yerleşim merkezlerinde katılımcıların çoğunluğu, aile bireylerinde her kişi başına aylık ortalama gelir olarak 11-15 bin ruble gelir grubuna (Saint-Petersburg, Moskova ili, Samara, Rostov-na-Donu, Ekaterinburg, Vladivostok ve Habarovsk) ve aile bireylerinde her kişi başına aylık ortalama gelir olarak 6-10 bin ruble gelir grubuna (Nijniy Novgorod, Kazan, Ufa, Volgograd, Çelyabinsk, Novosibirsk, Omsk ve Perm) aittirler.

**Tablo 4. Belli bir yerleşim merkezinde aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplara göre katılımcıların sayılarının oranı, %**

Yerleşim merkezi	5 bin rub. kadar	6-10 bin ruble	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31-50 bin ruble	51 bin ruble ve üstü	Toplam
Moskova	3,95	13,03	15,67	21,96	<b>23,57</b>	15,96	5,86	100,00
Saint-Petersburg	7,60	21,40	<b>23,00</b>	20,20	16,40	8,40	3,00	100,00
Moskova bölgesi	2,99	20,90	<b>25,37</b>	20,90	19,40	8,96	1,49	100,00
Nijniy Novgorod	8,88	<b>28,29</b>	27,30	13,82	12,17	7,57	1,97	100,00
Samara	6,82	26,62	<b>29,87</b>	15,91	12,01	6,49	2,27	100,00
Kazan	11,92	<b>30,79</b>	24,83	19,21	10,26	2,65	0,33	100,00
Ufa	12,19	<b>30,47</b>	26,52	18,28	7,89	3,58	1,08	100,00
Rostov-na-Donu	4,90	27,45	<b>30,39</b>	18,95	9,15	6,21	2,94	100,00
Volgograd	17,87	<b>35,74</b>	23,02	9,97	7,22	5,50	0,69	100,00
Çelyabinsk	12,25	<b>27,81</b>	25,17	15,23	11,26	5,96	2,32	100,00
Ekaterinburg	4,90	18,30	<b>24,84</b>	17,32	18,95	12,09	3,59	100,00
Novosibirsk	6,95	<b>23,18</b>	19,21	21,19	17,22	8,28	3,97	100,00
Omsk	13,91	<b>34,11</b>	23,51	15,89	8,28	3,31	0,99	100,00
Perm	11,76	<b>27,45</b>	26,47	16,67	10,46	3,59	3,59	100,00
Vladivostok	7,01	17,83	<b>26,11</b>	21,02	18,47	6,37	3,18	100,00
Habarovsk	10,67	19,33	<b>24,00</b>	21,33	14,00	8,00	2,67	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Her yerleşim merkezinde yüksek öğrenim görmüş katılımcıların çoğunluğu %50'den fazladır. Elde edilen rakamlar, İnternet hedef kitlesine ilişkin Kamuoyu Fonunun (FOM) araştırma sonuçlarına uymaktadır. Şöyle ki FOM verilerine göre 2007 senesinin sonbaharında Rusyalı internet kullanıcılarının %57'si yüksek öğrenim görmüş kişilerdir.

**Tablo 5. Belli bir yerleşim merkezinde eğitim düzeyine göre katılımcıların sayılarının oranı, %**

Yerleşim merkezi	Lise Terk	Lise	Meslek Lise	Lisans	Birden fazla Lisans	Akademik unvanlı	Lisans Terk	Meslek Lise Terk	Diğer	Toplam
Moskova	1,76	7,17	23,57	<b>53,73</b>	6,30	1,17	0,88	5,42		100,00
Saint-Petersburg	2,20	12,40	24,00	<b>49,80</b>	4,60	1,00	0,20	5,80		100,00
Moskova bölgesi	1,49	2,99	25,37	<b>59,70</b>	2,99	1,49		5,97		100,00
Nijniy Novgorod	1,32	7,89	13,16	<b>59,54</b>	9,21	2,30	0,99	5,59		100,00
Samara	0,65	5,19	13,64	<b>65,91</b>	8,12	2,27	0,32	3,57	0,32	100,00
Kazan	0,66	2,65	14,90	60,60	8,28	3,97	0,33	8,28	0,33	100,00
Ufa	0,72	3,58	16,49	64,16	6,09	1,08	1,08	6,45	0,36	100,00
Rostov-na-Donu	0,98	4,58	14,71	<b>63,73</b>	8,17	3,59	0,33	3,92		100,00
Volgograd	0,34	5,50	20,96	<b>54,98</b>	9,97	3,44	0,34	4,12	0,34	100,00
Çelyabinsk	1,32	5,63	15,89	<b>62,91</b>	6,95	1,99	0,33	4,97		100,00
Ekaterinburg	0,33	5,23	16,34	<b>61,44</b>	8,82	2,61		4,90	0,33	100,00
Novosibirsk	0,66	2,98	15,56	<b>62,58</b>	9,27	2,32	0,33	6,29		100,00
Omsk	1,32	4,97	22,19	<b>55,63</b>	7,28	0,66	0,33	7,62		100,00
Perm	0,98	9,48	22,55	<b>53,27</b>	7,19	0,65		5,88		100,00
Vladivostok	2,55	12,74	<b>59,87</b>	10,19	5,10		0,64	8,92		100,00
Habarovsk	5,33	18,00	59,33	6,67	2,00	0,67	7,33	0,67		100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Her yerleşim merkezinde sosyal-mesleki statülerine göre katılımcıların çoğunluğu kendi mesleklerinde uzman kişilerdir.

**Tablo 6. Belli bir yerleşim merkezinde sosyal-mesleki statüye göre katılımcıların sayılarının oranı, %**

Yerleşim merkezi	Üst düzey yönetici - iş sahibi	Üst düzey yönetici - personel	Orta/alt düzey yönetici	Uzman	Bireysel girişimci	Teknisyen	Öğrenci	İşsiz	Emekli	Ev hanımı	Diğer	Toplam	
Moskova	3,81	4,83	19,18	33,53	3,22	11,57	3,66	9,81	1,76	1,61	6,15	0,88	100
Saint-Petersburg	2,60	3,40	13,20	<b>36,00</b>	3,20	14,40	4,80	16,60	0,60	0,40	3,80	1,00	100
Moskova bölgesi		5,97	17,91	<b>40,30</b>	7,46	8,96	2,99	5,97	2,99		7,46		100
Nijniy Novgorod	4,93	5,59	17,76	<b>42,11</b>	3,29	10,86	1,97	10,53	1,64		0,33	0,99	100
Samara	5,19	5,19	22,08	<b>35,71</b>	3,90	9,42	3,57	10,39			3,90	0,65	100
Kazan	4,64	6,62	20,86	<b>39,74</b>	2,65	11,26	1,32	7,62	0,99		2,98	1,32	100
Ufa	3,23	4,30	17,20	<b>37,28</b>	3,94	14,70	4,30	9,32	0,72	0,36	3,23	1,43	100
Rostov-na-Donu	5,56	6,21	24,84	<b>33,99</b>	5,56	7,84	4,25	6,21	1,96	0,33	2,61	0,65	100
Volgograd	6,53	4,81	19,59	<b>32,65</b>	4,12	7,90	2,41	13,06	2,41	1,03	2,75	2,75	100
Çelyabinsk	7,62	5,30	18,87	<b>35,43</b>	5,63	10,60	2,98	8,94	1,66		1,99	0,99	100
Ekatrinburg	6,21	8,17	19,93	<b>37,58</b>	3,92	8,50	2,94	7,84	0,98		2,94	0,98	100
Novosibirsk	5,96	7,28	18,87	<b>37,42</b>	4,30	8,94	3,31	7,95	1,32	0,99	1,99	1,66	100
Omsk	4,30	5,63	15,56	<b>33,44</b>	4,64	8,94	3,64	17,55	1,99	0,99	2,65	0,66	100
Perm	4,58	4,25	21,90	<b>36,60</b>	4,90	11,11	3,59	8,17	0,33	1,63	1,63	1,31	100
Vladivostok	4,46	7,01	16,56	<b>29,94</b>	8,92	10,83	3,18	12,10	1,91	1,27	3,82		100
Habarovsk	6,67	9,33	16,00	<b>30,67</b>	6,67	10,67	2,67	10,67		2,00	4,00	0,67	100

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Rusya Federasyonunun en büyük yerleşim merkezlerinde (kentlerinde) internet kullanıcılarının tüketim tercihleri ve davranışları

### Giyim satın alma kanalları

İncelenen şehirlerin her birinde internet kullanıcılarının çoğunluğu giyim eşyalarını ihtisaslaşmış mağazalardan satın almaktadır. Özellikle de bu kanalı seçen katılımcıların yüzdesi hayli yüksek ve %70,49-85,67 aralığında şehirden şehre göre değişmektedir. İhtisaslaşmış mağazalardan giyim satın almayı tercih eden katılımcıların en yüksek yüzdesi Omsk şehrine aittir.

Katılımcıların önemli bir kısmı, pazardan giyim eşyası satın almayı da tercih etmektedir: Şehirden şehre yüzde olarak ifade edilen, katılımcı sayısı %23,18 (Nijniy Novgorod) ila 41,30 (Ufa) aralığındadır.

**Tablo 7. Belli bir yerleşim merkezinde tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcıları sayılarının oranı (iç triko, jartiyer çorap ürünleri ve aksesuarları hariç) nereden giyim satın alıyorsunuz?), %**

Şehir	Halk Pazarları	Tekstil giyim yoğunluklu özel mağazalar/salonlar/butikler	Alışveriş merkezi	İndirim merkezi/depoları	İnternet mağazaları	Posta katalogları (OTTO, Quelle tipi)	Gıda Süpermarketi/hipermarketi	Atölyeler	Yurt dışı	Kendi dikiyorum	İkinci el pazarı	Diğer
Moskova	25,89	<b>74,11</b>	49,41	27,96	8,14	10,50	6,21	2,51	9,02		0,30	0,30
Saint-Petersburg	23,99	<b>75,40</b>	54,84	26,61	5,24	5,65	13,10	2,42	11,69		0,20	0,40
Nijniy Novgorod	23,18	<b>75,50</b>	57,62	18,21	2,65	5,30	5,96	3,97	6,62			
Samara	40,72	<b>73,94</b>	53,42	15,96	4,56	7,17	4,23	3,91	6,51	0,33		
Kazan	30,98	<b>73,40</b>	56,57	16,50	3,03	4,38	4,71	4,04	4,71	0,34		
Ufa	41,30	<b>77,17</b>	49,64	18,12	3,99	9,06	1,81	5,07	4,71	0,36		
Rostov-na-Donu	38,36	<b>81,97</b>	37,05	17,38	2,62	3,93	8,20	5,90	5,25	0,33		0,33
Volgograd	38,11	<b>74,13</b>	38,11	26,57	3,50	4,90	3,85	4,55	6,99		1,05	0,35
Çelyabinsk	26,25	<b>75,75</b>	43,19	16,61	3,32	5,32	1,00	6,98	5,98	0,33	0,33	0,33
Ekatrınburg	20,59	<b>83,99</b>	50,98	9,80	4,25	8,50	6,54	3,92	8,17	0,33		
Novosibirsk	39,87	<b>74,09</b>	46,84	24,92	3,99	8,31	3,65	6,31	10,30	0,66		
Omsk	32,00	<b>85,67</b>	45,67	13,33	4,00	7,67	4,67	4,00	6,00	0,67		
Perm	28,20	<b>70,49</b>	55,74	19,67	4,92	10,16	5,90	8,52	5,25	0,33		
Vladivostok	40,13	<b>71,34</b>	44,59	9,55	5,73	9,55	0,64	8,28	20,38			
Habarovsk	34,01	<b>78,23</b>	48,98	3,40	6,12	8,16	4,08	7,48				0,68

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Cinsiyet, yaş ve gelir bazında oluşturulan her tüketici grubunun tercih ettiği giyim satın alma kanalının derecelendirmesinde (Moskovalılar hariç) ilk sırada ihtisaslaşmış giyim mağazaları bulunmaktadır. İkinci sırada hemen hemen her grupta süpermarketler, üçüncü sırada ise eşya pazarları bulunmaktadır. Bundan istisna 46 yaş üzeri internet kullanıcılarıdır ki çoğunluğu, ihtisaslaşmış mağazalardan sonra eşya pazarlarında giyim satın almayı tercih etmektedirler.

Derecelendirmelerinde giyim satın alma kanalları arasında eşya pazarları beşinci sırada olan "21 – 50 bin ruble" ve "51 bin ruble ve üzeri" ailenin tek üyesi başına aylık ortalama gelir bakımından tüketici grubu da dikkate değer gruptur.

Rusya Federasyonu'nda aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık geliri 31 bin ruble ve üzeri olan internet kullanıcılarının nispeten büyük çoğunluğunun indirimli alışveriş merkezlerinde giyim eşyası satın

almaları da dikkate değer husustur. Olasılıkla, yüksek fiyat seviyeli marka giyim eşyalar sunan indirim merkezleri söz konusu olmalıdır.

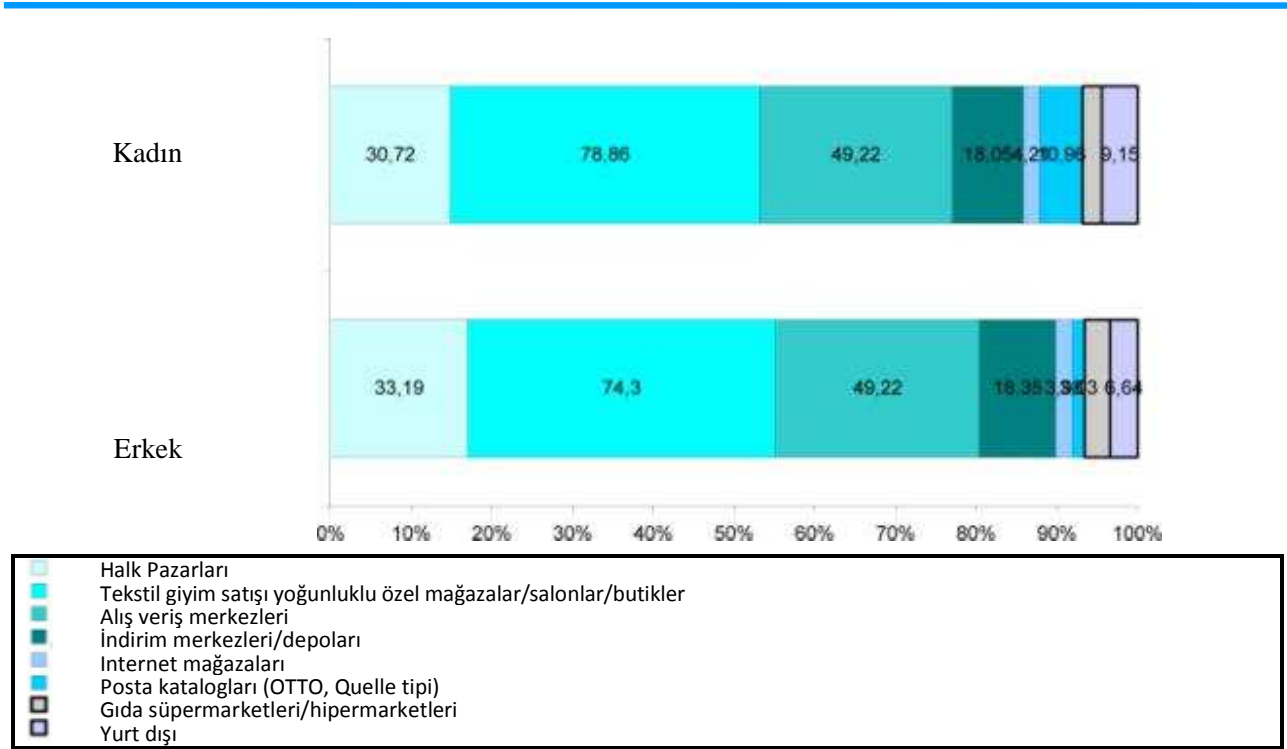
**Tablo 8. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar ve farklı yaş grupları tarafından giyim satın almak için tercih edilen kanallara göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları (Moskovalılar hariç), %**

Parametre	Halk Pazarları	Tekstil giyim yoğunluklu özel mağazalar/salonlar/butikler	Alışveriş merkezleri	İndirim merkezleri/depoları	İnternet mağazaları	Posta katalogları (OTTO, Quelle tipi)	Gıda Süpermarketleri/hipermarketleri	Atölyeler	Yurt dışı	Kendi m dikiyor um	İkinci el pazarı	Diğer
Cinsiyet												
Erkek	33,19	<b>74,30</b>	49,22	18,35	3,98	3,03	6,16	2,37	6,64	0,19		0,14
Kadın	30,72	<b>78,86</b>	49,22	18,05	4,21	10,96	4,89	7,68	9,15	0,10	0,54	0,10
<b>Yaş</b>												
18-23 yaş	30,92	<b>80,64</b>	49,23	18,98	5,01	4,82	4,34	3,76	6,65		0,19	0,19
24-30 yaş	29,54	<b>77,08</b>	50,95	18,99	4,52	6,29	5,17	5,63	7,01	0,26	0,39	0,07
31 -35 yaş	34,05	<b>74,11</b>	50,64	16,60	3,72	8,87	7,15	5,15	7,73	0,14		0,29
36-45 yaş	31,75	<b>74,60</b>	47,30	18,73	3,17	10,63	5,87	6,35	10,95			0,16
46 yaş ve üstü	45,56	<b>68,34</b>	39,77	13,51	1,16	5,02	7,34	2,32	10,81	0,39		0,77
<b>Aile ferdi başına düşen aylık gelir</b>												
5 bin rub. kadar	52,90	<b>63,98</b>	40,81	15,11	2,27	4,53	6,55	3,53	3,02	0,25		0,50
6-10 bin ruble	43,35	<b>69,85</b>	46,45	17,85	2,73	5,37	4,01	3,37	3,55	0,09	0,46	0,36
11-15 bin ruble	30,66	<b>77,36</b>	49,38	19,20	3,34	6,88	6,11	4,49	6,59	0,19	0,19	0,10
16-20 bin ruble	24,93	<b>82,23</b>	54,96	18,73	4,41	7,71	6,89	6,06	9,23	0,14		0,28
21-30bin ruble	19,96	<b>84,07</b>	50,86	17,27	6,91	7,49	4,80	5,95	13,05			
31-50 bin ruble	10,86	<b>87,64</b>	53,93	20,60	5,99	11,61	4,87	9,74	17,98	0,37		
51 bin ruble ve üstü	7,22	<b>81,44</b>	48,45	18,56	12,37	13,40	8,25	8,25	24,74			

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

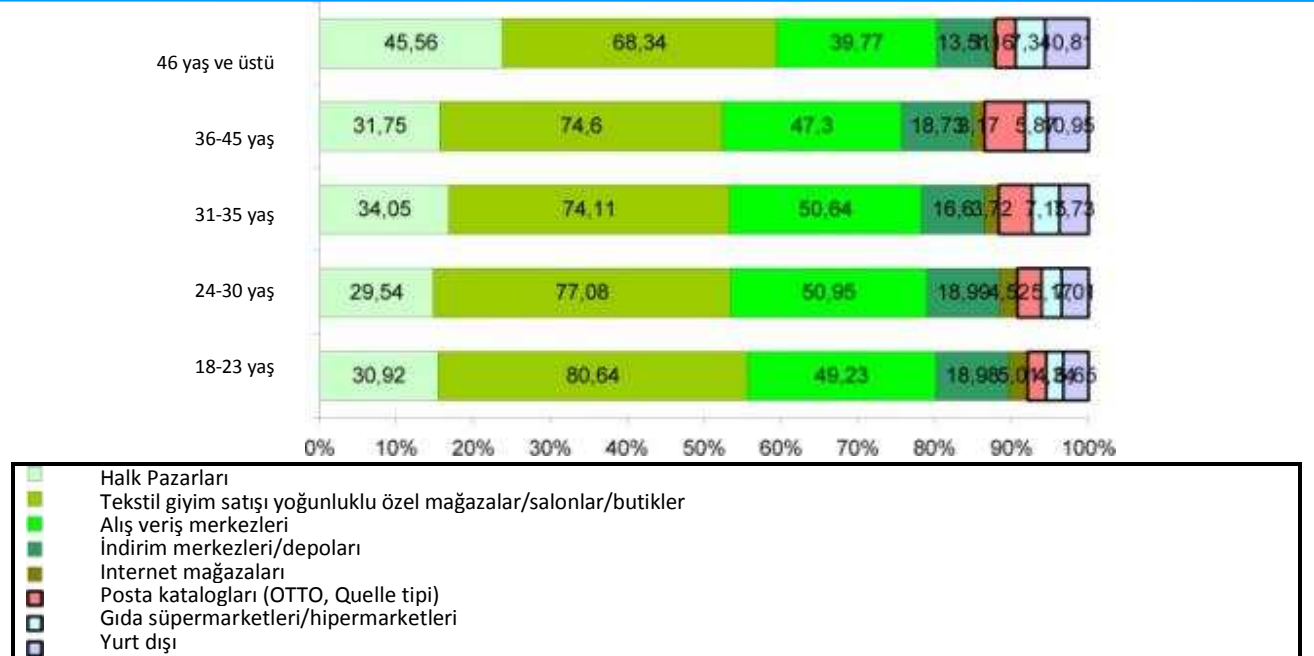
<sup>3</sup> Moskova bölgesi katılımcıları hesaba alınarak

**Diyagram 2. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar arasında tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç ) oranları, %**



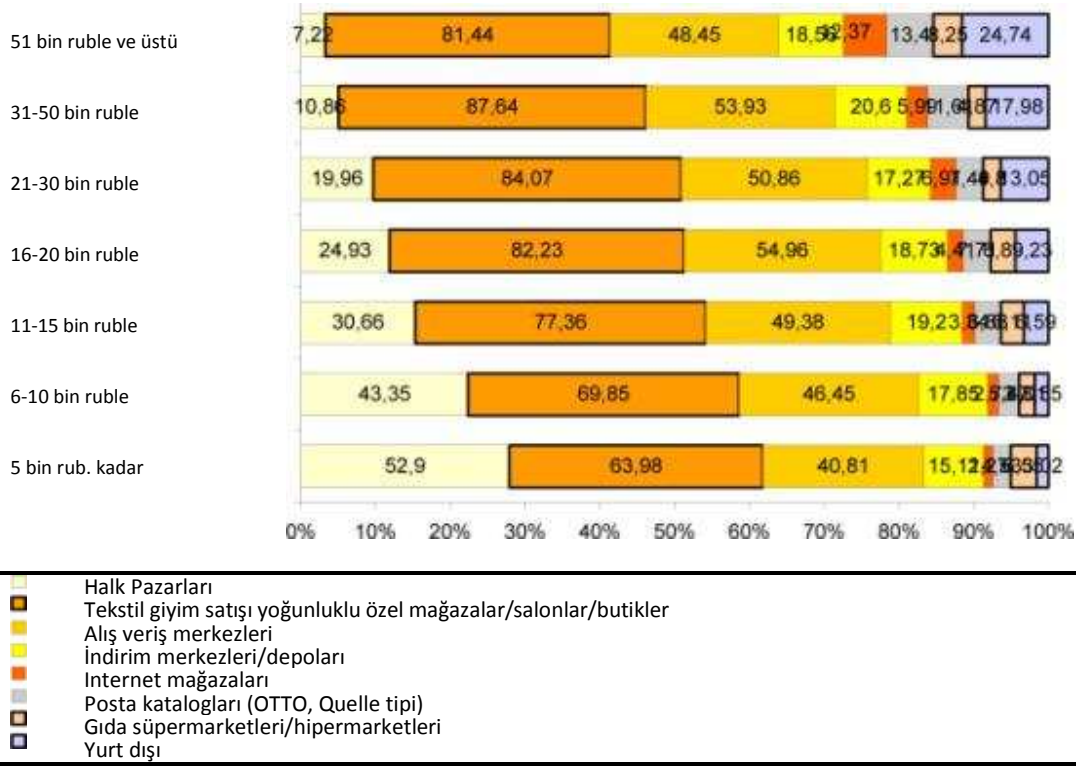
Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 3. Ayrı ayrı yaş grupları arasında tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 4. Tek bir aile üyesi başına ortalama aylık gelirleri bakımından gruplar arasında tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### Son yarım yılda satın alınan giyim eşyası çeşitleri

Son yarım yılda incelenen şehirlerin her birinde internet kullanıcılarının büyük çoğunluğu günlük giysi satın almışlardır. Giysi çeşitlerine olan talebe göre yapılan derecelendirmede son yarım yılda ikinci sırada, hemen hemen her şehirde dış giyim bulunmaktadır ki tüketicilerin kız sezonuna hazırlanmalarıyla açıklanabilir. Bundan istisna Vladivostoklu internet kullanıcılarıdır ki derecelendirmelerinde ikinci sırada spor giysiler bulunmaktadır, dış giyim ise ancak beşinci sıradadır.

Belirtilmelidir ki son yarım yılda Çelyabinsk, Ekaterinburg, Novosibirsk ve Vladovostok'ta iş giysilerine önemli düzeyde talep bulunmaktadır ve derecelendirmelerinde bu giysi türü miktar olarak üçüncü sıradadır.

**Tablo 9. Belli bir yerleşim merkezinde son yarım yılda satın alınan giyim eşyası çeşitlerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcıları sayılarının oranı (Kendiniz için son yarım yılda hangi çeşit giyim eşyası satın aldınız?),%**

Şehir	Günlük giyim	Üst Giyim	Spor giyim	Süslü/özel gece elbisesi	İş elbisesi	Ev giyimi
Moskova	76,57	48,32	42,75	35,43	32,36	32,21
Saint-Petersburg	77,60	47,60	42,40	41,60	31,80	30,80
Nijniy Novgorod	75,66	41,12	47,37	34,21	32,24	27,63
Samara	82,79	46,10	44,81	41,88	32,79	34,09
Kazan	72,52	41,06	46,03	36,42	36,42	27,48
Ufa	70,61	42,65	39,07	35,13	38,35	28,32
Rostov-na-Donu	80,39	42,16	38,56	35,29	35,95	32,03



Şehir	Günlük giyim	Üst Giyim	Spor giyim	Süslü/özel gece elbisesi	İş elbisesi	Ev giyimi
Volgograd	<b>74,23</b>	37,11	38,14	29,21	32,65	22,34
Çelyabinsk	<b>73,84</b>	46,69	38,08	32,12	38,08	25,17
Ekatrinburg	<b>79,08</b>	47,39	39,54	34,97	40,52	26,14
Novosibirsk	<b>77,48</b>	42,05	34,11	38,74	40,40	33,11
Omsk	<b>74,17</b>	41,72	44,04	35,76	38,74	23,84
Perm	<b>76,47</b>	43,14	42,48	30,39	35,29	25,16
Vladivostok	<b>75,16</b>	33,76	39,49	38,22	38,85	28,03

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Cinsiyet, yaş ve gelir bazında oluşturulan her tüketici grubunun (Moskovalılar hariç) son yarım yılda satın aldıkları giysi türü derecelendirmelerinde ilk sırada günlük giyim eşyaları bulunmaktadır.

Son yarım yılda kadınlar arasında en çok talep edilen ürün olarak ikinci sırada gecelik kıyafetin bulunması dikkate değer husustur, erkekler arasında ise bu giysi türü altıncı sırada bulunmaktadır. Son yarım yılda erkekler tarafından satın alınan giyim eşyası derecelendirmesinde ikinci sırada ise spor giysiler bulunmaktadır ki bayanlar için derecelendirmede dördüncü sıradadır. Bu şekilde erkeklerden ziyade büyük ölçüde kadınlar tarafından bayram etkinliklerinden önce gecelik kıyafet talep görmektedir ("son yarım yılda" sorusunda belirtilen süre Yeni yıl bayramından önceydi).

Farklı yaş gruplarına ait tüketiciler arasında önemli farklılıklar, internet kullanıcıları tarafından iş ve spor giysi talebinin düzeyine göre 46 yaş ve üzerinde görülmektedir. Bu tüketici grubu derecelendirmesinde iş giysisi üçüncü sıradayken spor giysi dördüncü sıradadır. Diğer yaş guruplarında iş giysileri dördüncü (31-45 yaş) ve beşinci (18-30 yaş) sıradadır. Spor giysiler ise 36-45 yaş grubundaki tüketiciler için ikinci sırada ve 18-35 yaş grubundaki internet kullanıcıları için ise üçüncü sırada bulunmaktadır.

Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından farklı gruplara ait tüketiciler arasında iş giysisine olan talep düzeyine göre önemli farklılık izlenmektedir. Şöyle ki, son ayırım yılda 21 bin ruble ve üzerinde gelirli internet kullanıcıları tarafından satın alınan giysi türü derecelendirmesinde iş giysisi ikinci sıradadır. Aynı zamanda talep düzeyine göre son yarım yılda aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir 16-20 bin ruble olan tüketici grubunda iş giysileri dördüncü sırada, aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir 6 bin rubleye kadar olan gelirli tüketici grubunda ise beşinci sıradadır. Bu şekilde, tüketicilerin gelir düzeyleri ile iş giysisinin talep düzeyi arasında doğrudan ilişkinin bulunduğu dikkate değer husustur.

**Tablo 10. Son yarım yılda erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar ve farklı yaş grupları tarafından giyim satın almak için tercih edilen kanallara göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları (Moskovalılar hariç), %**

Parametre	Spor giyim	Ev giyimi	İş elbisesi	Günlük giyim	Süslü/özel gece elbisesi	Üst Giyim
<b>Cinsiyet</b>						
Erkek	47,32	25,54	36,55	<b>77,33</b>	19,24	42,00
Kadın	35,02	30,59	34,73	<b>75,15</b>	52,87	44,36
<b>Yaş</b>						
18-23 yaş	41,67	23,00	33,88	<b>77,77</b>	39,94	43,79
24-30 yaş	41,73	27,60	35,68	<b>77,93</b>	38,02	43,36

<sup>4</sup> Moskova bölgesi katılımcıları hesaba alınarak

Parametre	Spor giyim	Ev giyimi	İş elbisesi	Günlük giyim	Süslü/özel gece elbisesi	Üst Giyim
<b>Cinsiyet</b>						
31-35 yaş	41,90	31,25	37,07	<b>76,42</b>	33,52	45,60
36-45 yaş	41,43	31,00	35,83	<b>72,74</b>	30,37	40,03
46 yaş ve üstü	34,87	34,48	38,31	<b>68,58</b>	25,29	40,61
<b>Aile ferdi başına düşen aylık gelir</b>						
5 bin rub. kadar	32,26	21,34	21,59	<b>70,72</b>	27,79	33,00
6-10 bin ruble	34,81	26,69	26,51	<b>75,83</b>	30,57	37,51
11-15 bin ruble	41,90	28,15	33,18	<b>77,35</b>	35,92	45,12
16-20 bin ruble	46,36	29,77	41,29	<b>77,50</b>	39,51	46,78
21-30 bin ruble	47,13	29,12	47,70	<b>79,12</b>	41,00	47,51
31-50 bin ruble	48,69	35,21	55,06	<b>74,91</b>	43,82	53,56
51 bin ruble ve üstü	55,67	30,93	64,95	<b>71,13</b>	48,45	49,48

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### İhtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörler

Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarını çoğunluğu için herhangi bir ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen en önemli faktör, mağazada bulunan giyim eşyasının tüketicinin zevkine uygun olmasıdır.

Diğer şehirlerden ziyade Moskovalı bir tüketici için giyim mağazasının tercih edilmesinde nispeten önemli faktör, alışveriş yerinin kendi yaşadığı yere ve/veya çalıştığı yere yakınlığı teşkil etmektedir. Şöyle ki, Moskovalıların derecelendirmesinde bu faktör dördüncü sıradayken diğer şehirlerin derecelendirmesinde ancak 7-10. sıralarda bulunmaktadır.

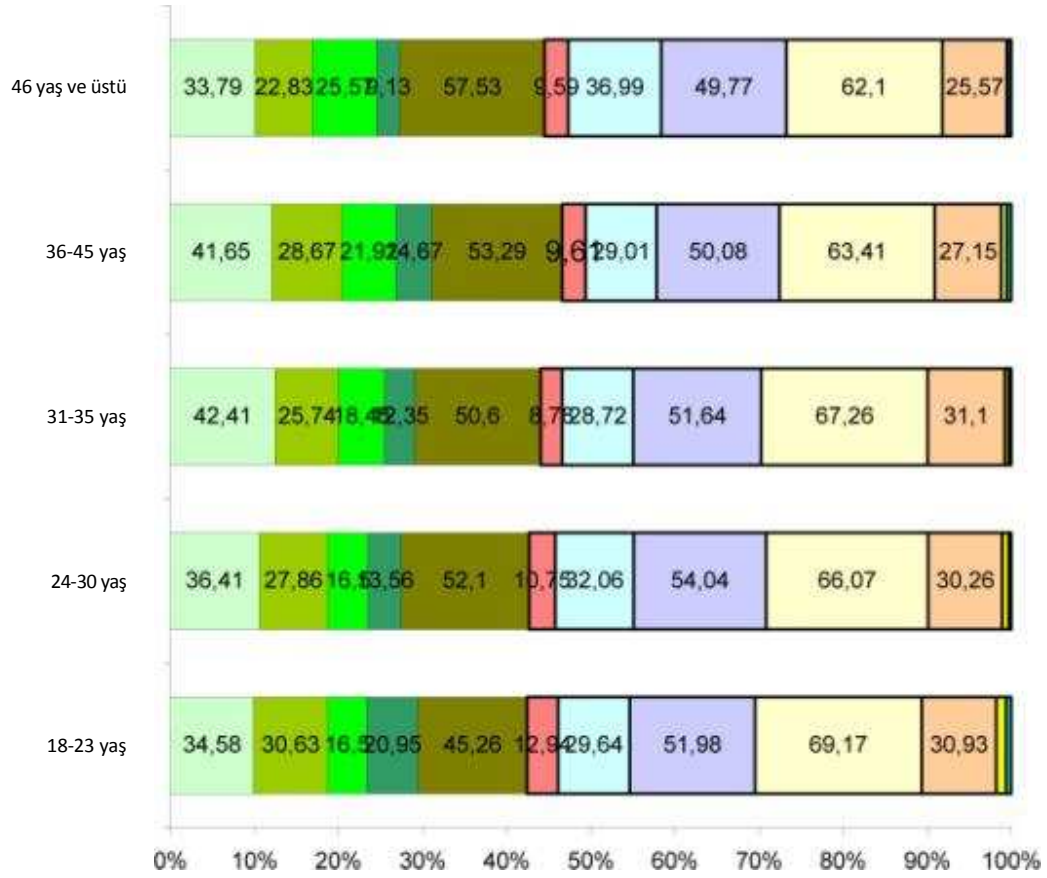
**Tablo 11. İhtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcı sayılarının oranları, %**

Şehir	Mağazanın indirim kartı / kampanyalara katılımı olanaklarının olması	Mağazanın sattığı tekstil giyim arasında sevdiğim markaların olması (birden çok değişik marka elbise satan mağazalar için)	Mağazanın yerleşimini yaşadığım/ çalıştığım/ okuduğum yere yakın olması	Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması	Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin olması	Mağazanın ürün yelpazesinde giyim dışındaki aksesuar, ayakkabı gibi ürünlerin olması	Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, özel gece elbisesi v.b. gibi değişik amaçlı elbiselerin bulunabilir olması	Mağazanın fiyat politikası	Mağazada tüketiciyi beğenisi ne uygun elbiseleri n olması	Özel indirimler/kampanyalar	Mağazanın iç/dış dekorasyonu	Bu mağazada benim çevremi alışveriş yaptığı bir gerçektir.	Diğer	Satış danışmanlarını profesyonelliği	Hizmet	Kredi kartları ile (MasterCard, Visa gibi) ödeme imkânı	Dene me kabini iyi olma sı
Moskova	28,46	31,35	32,57	16,74	50,84	10,50	31,51	52,97	<b>61,49</b>	27,25	3,50	2,13		0,30			
Saint-Petersburg	31,42	33,06	25,67	13,35	51,13	13,55	33,26	52,57	66,53	29,16	1,85	2,05	0,21		0,21	0,21	
Nijniy Novgorod	30,93	25,77	14,78	15,46	51,89	6,53	28,87	54,64	<b>69,07</b>	35,74	4,47	1,72	0,69				
Samara	36,49	30,07	21,28	15,54	48,99	11,82	27,03	52,03	<b>66,89</b>	36,49	2,70	2,36	0,34				
Kazan	42,91	25,95	16,61	14,88	48,10	10,73	31,83	57,44	<b>61,94</b>	38,41	2,08	1,04	0,35		0,35		0,35
Ufa	46,92	31,54	13,46	18,08	49,62	11,92	30,00	41,54	<b>60,77</b>	31,15	2,69	1,92	0,77	0,38	0,38		
Rostov-na-Donu	29,63	27,61	14,14	15,15	53,20	9,43	28,28	59,93	<b>72,05</b>	27,61	1,35	1,01			0,34		
Volgograd	42,55	26,18	15,27	19,64	42,18	9,45	35,64	48,73	<b>62,18</b>	31,64	2,91	1,09	1,82	0,36	0,36		0,36
Çelyabinsk	34,48	29,31	15,17	11,72	50,69	9,31	34,83	52,07	<b>67,24</b>	30,69	5,86	1,72				0,34	
Ekatrınburg	43,96	26,51	15,44	15,77	52,01	11,41	31,88	52,01	<b>69,46</b>	26,85	3,36	2,01					
Novosibirsk	45,42	22,18	24,65	12,32	53,17	9,15	29,58	53,52	<b>68,66</b>	25,00	0,70	2,11	0,35				0,35
Omsk	41,90	25,35	20,07	18,66	48,24	10,92	24,65	46,48	<b>66,20</b>	21,83	3,17		1,06	0,70			
Perm	35,27	26,03	15,75	13,36	57,19	11,99	30,82	51,37	<b>63,70</b>	28,77	2,05	0,34		0,34	0,68		
Vladivostok	34,21	28,95	17,11	15,13	47,37	9,87	32,24	57,24	<b>72,37</b>	23,03	1,32	1,32	1,97				
Habarovsk	40,60	30,83	14,29	15,79	48,87	15,04	28,57	50,38	<b>63,91</b>	27,07	4,51						

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcıları için ve aynı zamanda Moskovalılar için de cinsiyet, yaş ve gelir bazında oluşturulan belli bir ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesinde etkili olan faktör, giyim eşyasının tüketici zevkine uygun olmasıdır.

**Diyagram 5. Aynı yaş grupları arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercihini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, %**



- Mağazanın indirim kartı / kampanyalara katılımı olanaklarının olması
- Mağazanın sattığı tekstil giyim arasında sevdiğim markaların olması (birden çok değişik marka elbise satan mağazalar için)
- Mağazanın yerleşiminin yaşadığım/çalıştığım/okuduğum yere yakın olması
- Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması
- Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin olması
- Mağazanın ürün yelpazesinde giyim dışında aksesuar, ayakkabı gibi ürünlerin olması
- Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, özel gece elbisesi v.b. gibi değişik amaçlı elbiselerin bulunabilmesi
- Mağazanın fiyat politikası
- Mağazada tüketicinin beğenisine uygun elbiselerin olması
- Özel indirimler/kampanyalar
- Mağazanın iç/dış dekorasyonu
- Bu mağazada benim çevrem alışı veriş yaptığı bir gerçektir.

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 12 Moskovalılar hariç Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının anketinde elde edilen kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble**

Şehir	Mağazanın indirim kartı / kampanyal ara katılım olanaklarının olması	Mağazanın sattığı tekstil giyim arasında sevdiğim markaların olması (birden çok değişik marka elbise satan mağazalar için)	Mağazanın yerleşimini yaşadığım/ çalıştığım/ okuduğum yere yakın olması	Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması	Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin olması	Mağazanın ürün yelpazesinde giyim dışında aksesuar, ayakkabı gibi ürünlerin olması	Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, özel gece elbisesi v.b. gibi değişik amaçlı elbiselerin bulunabilir olması	Mağazanın fiyat politikası	Mağazada tüketicinin beğenisine uygun elbiselerin olması	Özel indirimler/kampanyalar	Mağazanın iç/dış dekorasyonu	Bu mağazada benim çevremdeki alışveriş yaptığım bir mağazadır.	Diğer	Satış danışmanlarının profesyonelliği	Hizmet	Kredi kartları ile (MasterCard, Visa gibi) ödeme imkânı	Deneme kabinleri iyi olması
Cinsiyet																	
Erkek	36,75	32,13	18,80	17,24	46,61	9,50	22,52	51,43	<b>66,52</b>	23,18	3,02	1,76	0,60	0,15	0,05	0,05	
Kadın	38,42	24,00	17,47	13,07	54,54	11,98	38,82	53,14	<b>66,37</b>	36,48	2,45	1,10	0,35	0,10	0,30	0,05	0,15
Yaş																	
18-23 yaş	34,58	30,63	16,50	20,95	45,26	12,94	29,64	51,98	<b>69,17</b>	30,93	4,05	2,17	0,40	0,10	0,20		
24-30 yaş	36,41	27,86	16,50	13,56	52,10	10,75	32,06	54,04	<b>66,07</b>	30,26	2,81	0,94	0,40	0,13	0,13	0,13	0,07
31-35 yaş	42,41	25,74	18,45	12,35	50,60	8,78	28,72	51,64	<b>67,26</b>	31,10	1,64	1,04	0,60	0,15	0,30		0,15
36-45 yaş	41,65	28,67	21,92	14,67	53,29	9,61	29,01	50,08	<b>63,41</b>	27,15	2,36	1,85	0,84		0,17		
46 yaş ve üstü	33,79	22,83	25,57	9,13	57,53	9,59	36,99	49,77	<b>62,10</b>	25,57	0,46	1,37		0,46			0,46
Aile ferdi başına düşen aylık gelir																	
5 bin rub. kadar	35,52	19,13	21,04	13,39	50,27	8,74	28,69	59,02	<b>59,29</b>	36,07	3,28	1,64	0,55	0,27	0,27		
6-10 bin ruble	37,63	22,70	22,02	13,58	47,33	9,70	29,19	59,26	<b>65,47</b>	34,63	1,94	1,07	0,19	0,19		0,10	0,10
11-15 bin ruble	36,28	27,43	18,88	15,24	51,43	9,93	32,06	52,90	<b>67,16</b>	28,91	2,46	0,88	0,69	0,10	0,39		0,10

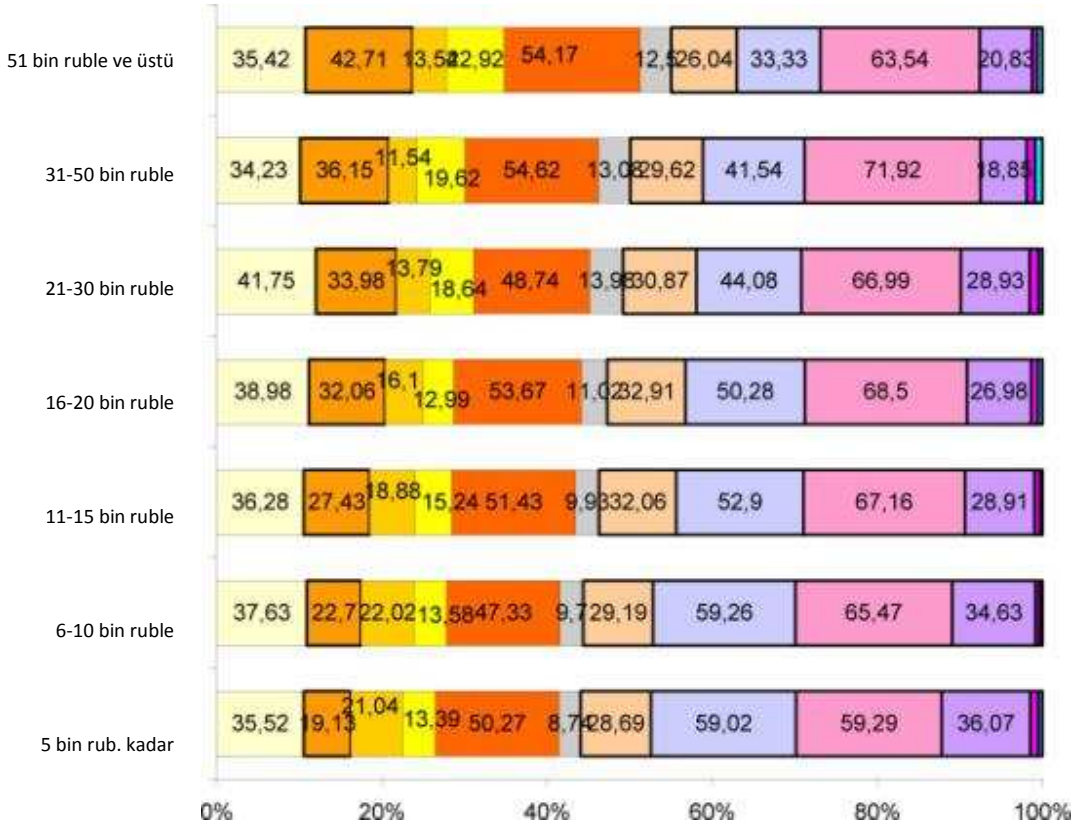
Şehir	Mağazanın indirim kartı / kampanyalara katılımı olanaklarının olması	Mağazanın sattığı tekstil giyim arasında sevdiğim markaların olması (birden çok değişik marka elbise satan mağazalar için)	Mağazanın yerleşimini n venilen n yaşadığım/ çalıştığım/ okuduğum yere yakın olması	Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması	Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin olması	Mağazanın ürün yelpazesinde e giyim iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, ayakkabı gibi ürünlerin olması	Mağazanın ürün yelpazesinde e giyim iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, ayakkabı gibi ürünlerin olması	Mağazanın fiyat politikası	Mağazada tüketicinin beğenisi ne uygun elbiseleri n olması	Özel indirimle r/kampanyalar	Mağazanın iç/dış dekorasyonu	Bu mağazada benim çevremi n alış veriş yaptığı bir gerçektir.	Diğer	Satış danışmanlarını n profesyonelliği	Hizmet	Kredi kartları ile (MasterCard, Visa gibi) ödeme imkânı	Deneme kabinleri nin iyi olması	
16-20 bin ruble	38,98	32,06	16,10	12,99	53,67	11,02	32,91	50,28	68,50	26,98	2,97	1,84	0,56	0,14				
21-30 bin ruble	41,75	33,98	13,79	18,64	48,74	13,98	30,87	44,08	66,99	28,93	3,88	1,55	0,19	0,39				0,19
31-50 bin ruble	34,23	36,15	11,54	19,62	54,62	13,08	29,62	41,54	71,92	18,85	3,46	3,08	0,77					
51 bin ruble ve üstü	35,42	42,71	13,54	22,92	54,17	12,50	26,04	33,33	63,54	20,83	2,08	2,08	1,04					

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

<sup>5</sup> Moskova bölgesi katılımcıları hesaba alınarak

Tekrardan ailede kişi başına düşen aylık gelir oranının ve bu türden bir faktörün giyim mağazası tercihindeki oransal bağlantısının “mağazanın fiyat Politikası”ndaki etkileri araştırılmaktadır.

**Diyagram 6. Tek bir aile üyesi başına ortalama aylık gelirleri bakımından gruplar arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu’nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, %**



- Mağazanın indirim kartı / kampanyalara katılımı olanaklarının olması
- Mağazanın sattığı tekstil giyim arasında sevdiğim markaların olması (birden çok değişik marka elbise satan mağazalar için)
- Mağazanın yerleşiminin yaşadığım/çalıştığım/okuduğum yere yakın olması
- Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması
- Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin olması
- Mağazanın ürün yelpazesinde giyim dışında aksesuar, ayakkabı gibi ürünlerin olması
- Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, özel gece elbisesi v.b. gibi değişik amaçlı elbiselerin bulunabilir olması
- Mağazanın fiyat politikası
- Mağazada tüketicinin beğenisine uygun elbiselerin olması
- Özel indirimler/kampanyalar
- Mağazanın iç/dış dekorasyonu
- Bu mağazada benim çevremın alış veriş yaptığı bir gerçektir.

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

### Giyime harcanan aylık ortalama miktar

Rusya Federasyonunun her bir şehrindeki İnternet kullanıcılarının büyük bir bölümü giysiye aylık ortalama 1501-3000 Ruble civarı bir harcama yapmaktadırlar. Aylık harcamalar reytinglerinde ikinci sırada ise 501-1500 ruble arasında kalanlar var. Moskova ve Vladivostok ikinci sırada 3001-5000 ruble ve üçüncü sırada 501-1500 ruble ile istisna oluşturmaktadırlar. Bu rakamlar bu şehirdeki giysi fiyatlarının yakın seviyede olduğunu göstermektedir.

**Tablo 13. Belli bir yerleşim merkezinde giyim için yapılan ortalama aylık harcama kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcı sayılarının oranı (iç triko, jartiyer ve çorap ürünleri, ayakkabılar ve aksesuarlar hariç) kendiniz için ayda ortalama olarak günlük giyim eşyalarına ne kadar harcama yapıyorsunuz?),%**

Şehir	500 rubleye kadar	501 – 1500 ruble	1501 – 3000 ruble	3001 – 5000 ruble	5001 – 7000 ruble	7001 – 10000 ruble	10001 – 12000 ruble	12001 – 15000 ruble	15001 – 20000 ruble	2000 ruble üstü	Toplam
Moskova	4,19	13,62	28,29	25,60	12,72	9,58	2,25	2,10	0,90	0,75	100,00
Saint- Petersburg	7,32	22,97	31,50	20,93	9,35	2,85	2,64	1,02	0,81	0,61	100,00
Nijniy Novgorod	8,72	28,86	32,55	16,11	6,71	3,69	1,01	1,34	0,34	0,67	100,00
Samara	4,93	24,67	33,22	22,04	7,57	3,62	2,30	0,66	0,33	0,66	100,00
Kazan	8,75	23,23	33,67	20,54	7,07	4,71	1,68	0,34			100,00
Ufa	11,23	22,46	30,43	22,10	7,61	2,17	1,09	1,09	1,45	0,36	100,00
Rostov-na- Donu	9,57	23,76	31,02	20,46	8,58	2,97	2,31	0,33	0,33	0,66	100,00
Volgograd	7,09	27,66	35,82	17,02	6,38	2,84	1,42	1,06	0,35	0,35	100,00
Çelyabinsk	7,38	26,85	33,89	20,81	5,37	3,02	1,68		0,67	0,34	100,00
Ekatrınburg	5,61	23,76	32,67	22,44	8,25	4,29	1,65	0,66	0,66		100,00
Novosibirsk	9,09	27,95	31,99	17,51	5,05	4,38	1,35	0,34	1,01	1,35	100,00
Omsk	8,47	27,80	31,53	19,66	7,46	3,73	0,34	1,02			100,00
Perm	10,20	29,28	32,24	16,12	7,24	4,28	0,33	0,33			100,00
Vladivostok	9,09	18,18	34,42	22,73	7,14	3,90	2,60	0,65	1,30		100,00
Habarovsk	8,22	21,23	32,19	19,18	10,96	5,48	1,37	0,68		0,68	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Erkekler ve kadınlar arasındaki ayrı ayrı oluşturulan aylık ortalama giyim harcama diyapazonları tamamen uyuşmaktadır. İlk sırada 1501-3000 ruble miktarındaki harcamalar gelmektedir.

Farklı yaş gruplarındaki kişilerin aylık giysi harcama verileri birbirlerine benzer niteliktedir. Rusya Federasyonunda 46 yaş yukarısındaki yaş grubunun aylık giysi harcaması, diğer yaş gruplarına nazaran daha az olmasıyla istisna niteliğindedir.-

Aylık kişi başına ortalama bir gelir elde eden Katılımcıların gelir ve giyim harcaması arasında doğrudan bir bağıntı olduğunun altının çizilmesi gerekmektedir.



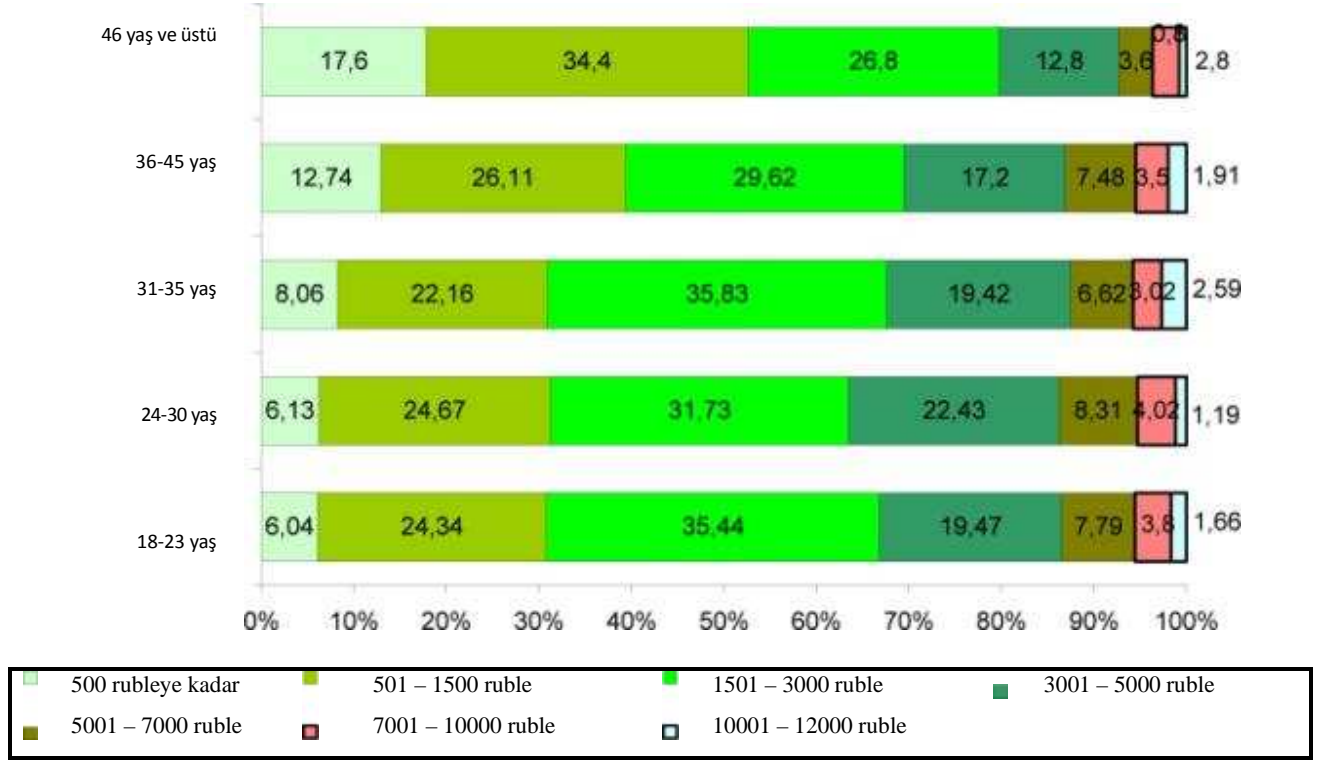
**Tablo 14. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar tarafından giyim eşyalarına yapılan ortalama aylık harcama kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcı (Moskovalılar hariç) sayılarının oranı, %**

Parametre	500 rubleye kadar	501 – 1500 ruble	1501 – 3000 ruble	3001 – 5000 ruble	5001 – 7000 ruble	7001 – 10000 ruble	10001 – 12000 ruble	12001 – 15000 ruble	15001 – 20000 ruble	2000 ruble üstü	Toplam
<b>Cinsiyet</b>											
Erkek	10,48	23,99	<b>31,59</b>	18,89	7,84	4,04	1,63	0,67	0,38	0,48	100,00
Kadın	5,75	25,98	<b>33,89</b>	20,73	7,12	3,24	1,62	0,69	0,64	0,34	100,00
<b>Yaş</b>											
18-23 yaş	6,04	24,34	<b>35,44</b>	19,47	7,79	3,80	1,66	0,78	0,29	0,39	100,00
24-30 yaş	6,13	24,67	<b>31,73</b>	22,43	8,31	4,02	1,19	0,73	0,53	0,26	100,00
31-35 yaş	8,06	22,16	<b>35,83</b>	19,42	6,62	3,02	2,59	0,86	0,43	1,01	100,00
36-45 yaş	12,74	26,11	<b>29,62</b>	17,20	7,48	3,50	1,91	0,32	0,96	0,16	100,00
46 yaş ve üstü	17,60	<b>34,40</b>	26,80	12,80	3,60	2,80	0,80	0,40	0,40	0,40	100,00
<b>Aile ferdi başına düşen aylık gelir</b>											
5 bin rub. kadar	23,04	<b>40,05</b>	24,35	7,85	2,88	1,05		0,26	0,26	0,26	100,00
6-10 bin ruble	12,48	<b>35,87</b>	34,04	13,21	3,58	0,46	0,09	0,18		0,09	100,00
11-15 bin ruble	6,45	25,22	<b>36,77</b>	21,85	6,54	2,41	0,58	0,10	0,10		100,00
16-20 bin ruble	3,73	18,95	<b>34,99</b>	24,34	10,10	4,01	2,63	0,69	0,55		100,00
21-30 bin ruble	2,50	10,98	<b>33,33</b>	26,40	12,52	8,67	2,70	1,35	1,16	0,39	100,00
31-50 bin ruble	1,50	8,27	19,92	<b>30,45</b>	13,53	11,65	6,77	2,63	2,63	2,63	100,00
51 bin ruble ve üstü	6,19	20,62	9,28	5,15	6,19	11,34	9,28	5,15	2,06	6,19	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

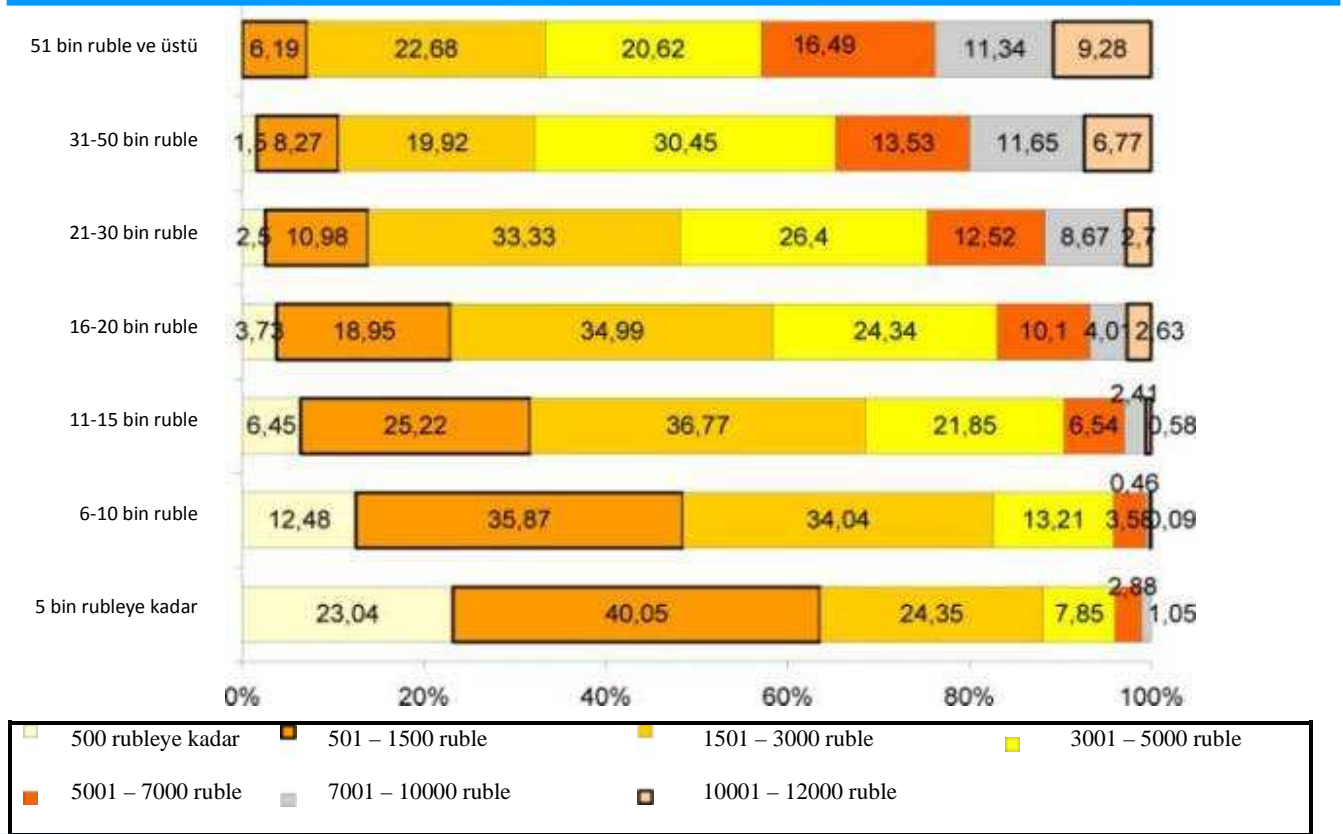
<sup>6</sup> Moskova bölgesi katılımcıları hesaba alınarak

**Diyagram 7. Ayrı ayrı yaş grupları arasında giyime yapılan ortalama aylık harcamaların miktarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovahlar hariç) harcama miktarlarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 8. Tek bir üye başına aylık ortalama gelir bakımından grupların giyime yaptıkları harcama miktarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovahılar hariç) harcama miktarlarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### Farklı giysi çeşidi tüketicileri için maksimum kabul edilebilir fiyatlar.

#### Erkek Giyim

Erkek giyiminde temel maksimum kabul edilebilir fiyat istatistiklerinin parametrelerinin gösterdiği üzere, Rusya Federasyonu İnternet kullanıcıları arasında erkek giyiminde maksimum kabul edilebilir rakamlar birbirlerine yakındır. Sadece Moskova'da yaşayanların ve diğer şehirlerdeki tüketicilerin erkek takım elbise fiyatları istisnadır. Buna göre, Moskova'da internet kullanıcılarının erkek iş takım elbisesi için maksimum kabul edilebilir fiyatı 14008,77 rubledir, diğer yerleşim yerlerindeki içinse 11101,84 rubledir. - Fark aşağı yukarı 3000 ruble civarındadır. Medyan karşılaştırmalarında da benzer fark izlenmektedir.

**Tablo 15. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına yapılan anketten elde edilen, erkek hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri (günlük giyim eşyaları konusunda sizin için en yüksek en makul fiyatı belirtir misiniz, lütfen?),ruble**

Parametre	Ceket	Takım elbise	Gömlek	Kazak	Jean	Pantolon	Mevsimlik mont
Giyim ürünü için kabul edilebilir ortalama en yüksek fiyat, ruble	5193,48	14008,77	1699,08	2741,57	2975,94	2972,03	7046,68
Giyim ürünü fiyatları medyanı, ruble	4000,00	10000,00	1500,00	2000,00	2500,00	2000,00	5000,00
Giyim ürünü fiyatının en yüksek değeri, ruble	60000,00	200000,00	10000,00	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

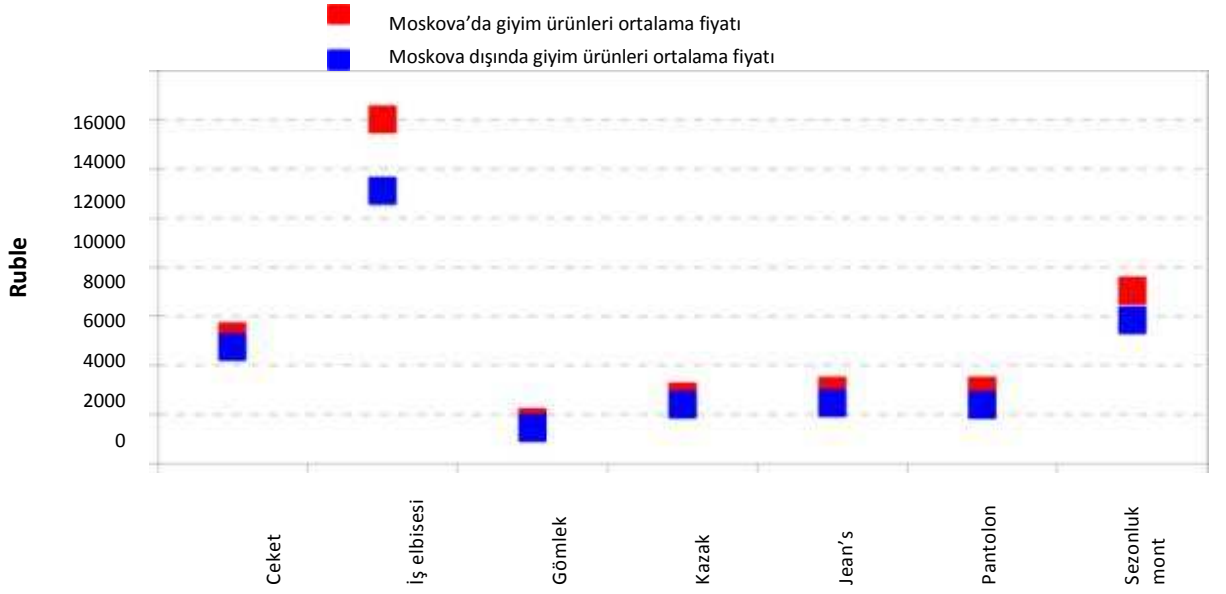
**Tablo 16. Moskovalılar hariç Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarına yapılan anketten elde edilen, erke hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble**

Parametre	Ceket	Takım elbise	Gömlek	Kazak	Jean	Pantolon	Mevsimlik mont
Giyim ürünü fiyatının en ortalama değeri, ruble	4754,86	11101,84	1472,81	2414,20	2477,11	2402,57	5854,82
Giyim ürünü fiyatları medyanı, ruble	3000,00	8000,00	1000,00	2000,00	2000,00	2000,00	5000,00
Giyim ürünü fiyatının standart sapma değeri, ruble	4287,64	10514,65	1444,54	2019,21	2820,86	3376,74	6585,44
Giyim ürünü fiyatının en yüksek değeri, ruble	200,00	500,00	100,00	4,00	5,00	3,00	15,00
Giyim ürünü fiyatının en yüksek değeri, ruble	50000,00	150000,00	20000,00	22222,00	50000,00	70000,00	150000,00

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

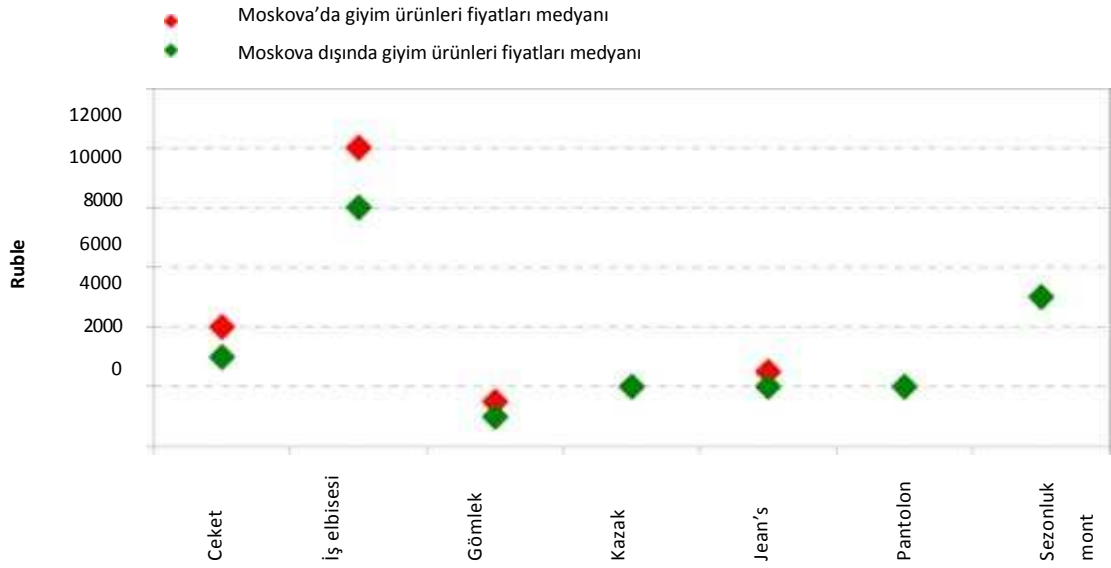
<sup>7</sup> Moskova, Saint-Petersburg, N.Novgorod, Samara, Kazan, Ufa, Rostov-na-Donu, Volgograd, Çelyabinsk, Ekaterinburg, Novosibirsk, Omsk, Perm, Vladivostok, Habarovsk bölgeleri katılımcılarının belirttiği giyim fiyatları

**Diyagram 9. Moskova'da ve haricinde erkek giyim ürünlerinin ortalama en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının karşılaştırılması, ruble**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 10. Moskova'da ve haricinde erkek giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatları meydanlarının karşılaştırılması, ruble**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki İnternet Kullanıcıları için erkek ceketinde maksimum kabul edilebilir fiyat 1501-3000 rubledir. Moskova, Saint-Petersburg, Rostov-na-Don ve Omsk tüketicileri istisna oluşturmuşlardır. Bunlar için maksimum kabul edilebilir rakam 3001-6000 rubledir.

Habarovsk'da büyük çoğunluk için erkek ceket fiyatının maksimum 6000 rubleyi geçmemesi gerektiğine inanılmaktadır.

**Tablo 17. Belli bir yerleşim merkezinde erkek ceketinin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	1501 rubleye kadar	1501 – 3000 ruble	3001 – 6000 ruble	6001 – 10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Moskova	12,64	30,46	<b>37,36</b>	13,79	5,75
Saint-Petersburg	14,16	<b>31,86</b>	<b>31,86</b>	14,16	7,96
Nijniy Novgorod	12,96	<b>38,89</b>	34,26	7,41	6,48
Samara	11,76	<b>35,29</b>	34,12	15,29	3,53
Kazan	14,29	<b>34,69</b>	27,55	19,39	4,08
Ufa	23,38	<b>29,87</b>	27,27	16,88	2,60
Rostov-na-Donu	16,83	30,69	<b>31,68</b>	14,85	5,94
Volgograd	8,42	<b>41,05</b>	31,58	14,74	4,21
Çelyabinsk	15,79	<b>39,47</b>	26,32	15,79	2,63
Ekatrinburg	13,27	<b>34,69</b>	25,51	19,39	7,14
Novosibirsk	11,27	<b>39,44</b>	25,35	18,31	5,63
Omsk	10,78	35,29	<b>37,25</b>	8,82	7,84
Perm	19,10	<b>37,08</b>	32,58	8,99	2,25
Vladivostok	17,39	<b>39,13</b>	21,74	19,57	2,17
Habarovsk	<b>25,53</b>	<b>25,53</b>	<b>25,53</b>	17,02	6,38

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonunda Erkek İnternet kullanıcılarının büyük çoğunluğu için erkek takım elbise fiyatının 8001-15000 ruble arasında olması normal karşılanmaktadır. Ekaterinburg şehrindeki tüketiciler, erkek takım elbise için 15001-20000 ruble öngörerek farklılık göstermiştir. Vladivostokta erkek takım elbise için kabul edilebilir rakam 5001-20000 arasında, Habarovskta ise 8001-20000 ruble arasındadır.

Moskova şehrindeki Katılımcıların erkek takım elbise fiyatı için kabul edilebilir maksimum değer olarak yüksek rakamlar vermesi, bu şehirde kabul edilebilir azami fiyatlar için mükemmel değerler oluşturmuştur. Moskova şehrindekilerin çoğu için erkek takım elbisedeki kabul edilebilir en yüksek rakam 5001-10000 ruble olmuştur.

**Tablo 18. Moskova hariç belli bir yerleşim merkezinde erkek takım elbisesinin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları,%**

Şehir	5001 rubleye kadar	5001 – 8000 ruble	8001 – 15000 ruble	15001 – 20000 ruble	20001 – 30000 ruble	30001 ruble ve üstü
Saint-Petersburg	7,69	17,09	<b>40,17</b>	24,79	6,84	3,42
Nijniy Novgorod	8,11	27,03	<b>33,33</b>	20,72	5,41	5,41
Samara	7,45	21,28	<b>36,17</b>	28,72	5,32	1,06
Kazan	7,84	19,61	<b>46,08</b>	17,65	8,82	
Ufa	15,19	24,05	<b>34,18</b>	20,25	3,80	2,53
Rostov-na-Donu	10,28	20,56	<b>34,58</b>	26,17	4,67	3,74
Volgograd	8,51	20,21	<b>37,23</b>	22,34	8,51	3,19

Çelyabinsk	7,95	20,45	<b>39,77</b>	21,59	5,68	4,55
Ekatrınburg	6,73	27,88	25,96	<b>30,77</b>	7,69	0,96
Novosibirsk	8,24	22,35	<b>38,82</b>	23,53	4,71	2,35
Omsk	8,18	24,55	<b>40,91</b>	17,27	5,45	3,64
Perm	12,12	23,23	<b>38,38</b>	22,22	4,04	
<b>Şehir</b>	<b>5001 rubleye kadar</b>	<b>5001 – 8000 ruble</b>	<b>8001 – 15000 ruble</b>	<b>15001 – 20000 ruble</b>	<b>20001 – 30000 ruble</b>	<b>30001 ruble ve üstü</b>
Vladivostok	6,98	<b>27,91</b>	<b>27,91</b>	<b>27,91</b>	2,33	6,98
Habarovsk	9,43	26,42	<b>30,19</b>	<b>30,19</b>	3,77	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova şehri de dâhil olmak üzere Rusya Federasyonundaki erkek internet kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu, erkek gömleği için kabul edilebilir en yüksek fiyatın 501-1000 ruble olması gerektiğini düşünmektedir. Kazan, Volgograd, Novosibirsk, Vladivostok ve Habarovsk ta ise 1001-2000 ruble ödemeye hazır olduklarından bu şehirler istisna oluşturmaktadırlar.

**Tablo 19. Moskova hariç belli bir yerleşim merkezinde erkek gömleğinin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları,**

Şehir	501 rubleye kadar	501- 1000 ruble	1001- 2000 ruble	2001- 3000 ruble	3001- 4000 ruble	4001- 5000 ruble	5001- 6000 ruble	6001- 7000 ruble	7001- 8000 ruble	8001- 9000 ruble	9001- 10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Saint-Petersburg	21,69	<b>31,75</b>	29,63	9,52	1,06	4,76	0,53	0,53			0,53	
Nijniy Novgorod	24,55	<b>33,53</b>	26,95	8,98	0,60	2,99	1,20					1,20
Samara	18,25	<b>43,07</b>	29,93	5,11	0,73	1,46		1,46				
Kazan	20,14	29,50	<b>38,13</b>	9,35		2,88						
Ufa	26,89	<b>31,93</b>	31,09	3,36	1,68	1,68	0,84		0,84			1,68
Rostov-na-Donu	18,90	<b>35,37</b>	26,22	12,80	1,83	3,05					1,22	0,61
Volgograd	20,98	27,97	<b>36,36</b>	10,49	2,80			0,70				0,70
Çelyabinsk	26,57	<b>33,57</b>	27,97	5,59	1,40	2,80		0,70	1,40			
Ekatrınburg	29,05	<b>30,41</b>	23,65	12,16	2,03	2,03		0,68				
Novosibirsk	30,77	25,38	<b>34,62</b>	4,62	1,54	2,31						0,77
Omsk	22,58	<b>32,26</b>	29,03	9,68	0,65	3,87		0,65			0,65	0,65
Perm	27,46	<b>35,21</b>	26,06	5,63	1,41	2,11		0,70		0,70	0,70	
Vladivostok	24,66	24,66	<b>31,51</b>	12,33		4,11		1,37	1,37			
Habarovsk	13,33	29,33	<b>38,67</b>	12,00	2,67	4,00						

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki İnternet Kullanıcıları için erkek kazağında maksimum kabul edilebilir fiyat 1001-3000 rubledir.

**Tablo 20. Belli bir yerleşim merkezinde erkek kazağının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	1501 rubleye kadar	1501 – 3000 ruble	3001 – 6000 ruble	6001 – 10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Moskova	23,53	<b>54,51</b>	14,90	5,49	1,57
Saint-Petersburg	26,59	<b>58,96</b>	10,40	4,05	
Nijniy Novgorod	21,66	<b>59,87</b>	12,74	5,10	0,64
Samara	15,56	<b>68,15</b>	12,59	2,96	0,74

Kazan	18,80	<b>67,67</b>	9,02	3,76	0,75
Ufa	26,85	<b>59,26</b>	9,26	3,70	0,93
Rostov-na-Donu	25,53	<b>58,87</b>	9,22	5,67	0,71
Volgograd	18,58	<b>61,95</b>	13,27	4,42	1,77

Şehir	1501 rubleye kadar	1501 – 3000 ruble	3001 – 6000 ruble	6001 – 10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Çelyabinsk	33,33	<b>52,48</b>	9,93	3,55	0,71
Ekaterinburg	25,18	<b>55,40</b>	15,11	4,32	
Novosibirsk	25,00	<b>60,58</b>	12,50	1,92	
Omsk	19,85	<b>61,76</b>	12,50	4,41	1,47
Perm	30,61	<b>61,22</b>	7,48		0,68
Vladivostok	25,81	<b>46,77</b>	16,13	11,29	
Habarovsk	20,29	<b>53,62</b>	17,39	8,70	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova, Saint-Petersburg, Nijniy Novgorod, Samara, Ekaterinburg, Omsk, Perm, Vladivostok ve Habarovsk gibi şehirlerde erkek internet kullanıcılarının çoğu erkek kot pantolonlar için Kazan, Ufa, Rostov-na-Don, Volgograd, Çelyabinsk ve Novosibirsk şehrindekilerin çoğundan (1501 rubleye kadar) biraz daha fazla ödemeye hazırdılar (1501-300 ruble)

**Tablo 21. Belli bir yerleşim merkezinde erkek kotlarının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	1501 rubleye kadar	1501 – 3000 ruble	3001 – 6000 ruble	6001 – 10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Moskova	32,52	<b>43,36</b>	17,13	4,55	2,45
Saint-Petersburg	39,49	<b>43,08</b>	13,33	3,59	0,51
Nijniy Novgorod	42,77	<b>46,82</b>	5,78	4,62	
Samara	39,19	<b>40,54</b>	15,54	3,38	1,35
Kazan	<b>43,06</b>	40,97	11,81	3,47	0,69
Ufa	<b>50,42</b>	31,09	13,45	4,20	0,84
Rostov-na-Donu	<b>40,12</b>	37,72	16,77	4,79	0,60
Volgograd	<b>42,86</b>	40,82	12,24	3,40	0,68
Çelyabinsk	<b>48,98</b>	34,69	10,20	4,76	1,36
Ekaterinburg	<b>41,72</b>	<b>41,72</b>	11,26	2,65	2,65
Novosibirsk	<b>54,20</b>	35,11	7,63	1,53	1,53
Omsk	41,98	<b>42,59</b>	11,73	1,23	2,47
Perm	43,14	<b>49,02</b>	5,88	1,31	0,65
Vladivostok	36,84	<b>40,79</b>	11,84	10,53	
Habarovsk	22,37	<b>50,00</b>	19,74	3,95	3,95

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki İnternet Kullanıcıları için erkek pantolonda maksimum kabul edilebilir fiyat 1001-2000 rubledir.

**Tablo 22. Belli bir yerleşim merkezinde erkek pantolonlarının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek internet kullanıcılarının oranları, %**



Şehir	1001 rubleye kadar	1001- 2000 ruble	2001- 3000 ruble	3001- 5000 ruble	5001-10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Moskova	16,95	<b>34,32</b>	27,12	13,56	5,51	2,54
Saint-Petersburg	21,12	<b>43,48</b>	18,01	12,42	4,35	0,62
Nijniy Novgorod	26,43	<b>45,71</b>	15,00	7,86	3,57	1,43

Şehir	1001 rubleye kadar	1001- 2000 ruble	2001- 3000 ruble	3001- 5000 ruble	5001-10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Samara	28,93	<b>40,50</b>	17,36	9,09	1,65	2,48
Kazan	30,65	<b>47,58</b>	13,71	5,65	1,61	0,81
Ufa	34,65	<b>37,62</b>	13,86	7,92	5,94	
Rostov-na-Donu	21,48	<b>43,70</b>	15,56	14,81	2,96	1,48
Volgograd	25,62	<b>43,80</b>	17,36	7,44	4,96	0,83
Çelyabinsk	27,27	<b>43,80</b>	16,53	7,44	4,13	0,83
Ekaterinburg	21,64	<b>41,79</b>	19,40	9,70	5,22	2,24
Novosibirsk	33,63	<b>35,40</b>	18,58	7,96	3,54	0,88
Omsk	21,37	<b>46,56</b>	17,56	9,92	0,76	3,82
Perm	32,84	<b>44,03</b>	14,93	6,72	1,49	
Vladivostok	24,62	<b>36,92</b>	18,46	12,31	7,69	
Habarovsk	14,08	<b>36,62</b>	28,17	15,49	1,41	4,23

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki fazla nüfus bulunan yerlerdeki İnternet Kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu için sezon ortası montlar için kabul edilebilir azami fiyat 3001-5000 rubledir. Moskova, Nijniy Novgorod, Samara, Rostov-na-Don, Volgograd, Ekaterinbug, Omsk. Saint-Petersburg, Kazan, Ufa, Çelyabinsk, Novosibirsk, Perm, Vladivostok şehirlerindeki giysi tüketicileri kendileri için maksimum kabul edilebilir rakamın 3001 ruble olduğunu belirtmişlerdir.

**Tablo 23. Belli bir yerleşim merkezinde erkek mevsimlik montların en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun erkek İnternet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	3001 rubleye kadar	3001 – 5000 ruble	5001 – 10000 ruble	10001 – 20000 ruble	20001 ruble ve üstü
Moskova	22,14	<b>34,32</b>	30,63	9,23	3,69
Saint-Petersburg	<b>35,59</b>	31,07	26,55	5,65	1,13
Nijniy Novgorod	<b>34,34</b>	<b>34,34</b>	25,90	2,41	3,01
Samara	31,34	<b>34,33</b>	29,10	2,99	2,24
Kazan	<b>42,22</b>	28,89	21,48	6,67	0,74
Ufa	<b>38,94</b>	34,51	16,81	3,54	6,19
Rostov-na-Donu	33,96	<b>34,59</b>	23,90	4,40	3,14
Volgograd	32,85	<b>34,31</b>	23,36	8,76	0,73
Çelyabinsk	<b>43,57</b>	32,14	15,71	6,43	2,14
Ekaterinburg	30,07	<b>36,36</b>	23,78	7,69	2,10
Novosibirsk	<b>39,06</b>	28,13	21,09	10,94	0,78
Omsk	29,03	<b>41,29</b>	21,94	5,16	2,58
Perm	<b>44,23</b>	33,97	18,59	3,21	
Vladivostok	<b>40,54</b>	22,97	24,32	8,11	4,05
Habarovsk	25,00	28,95	<b>32,89</b>	10,53	2,63

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Kadın Giyim

Kadın giyiminde temel maksimum kabul edilebilir fiyat istatistiklerinin parametrelerinin gösterdiği üzere, Rusya Federasyonu İnternet kullanıcıları arasında kadın giyiminde maksimum kabul edilebilir rakamlar birbirlerine yakındır. Sadece Moskova’da yaşayanların ve diğer şehirlerdeki tüketicilerin kadın takım elbise fiyatları istisnadır. Buna göre, Moskova’da İnternet kullanıcılarının kadın iş takım elbisesi için maksimum kabul edilebilir fiyatı 7127,36 rubledir, diğer yerleşim yerlerindeki içinse 5580,78 rubledir. - Fark aşağı yukarı 1500 ruble civarındadır. Medyan karşılaştırmalarında da benzer fark izlenmektedir.

**Diyagram 11. Moskova’da bayan İnternet kullanıcılarının anketinde elde edilen kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri (günlük hazır giyim ürünlerinin sizin için en yüksek makul fiyatlarını lütfen belirtiniz), ruble**

Parametre	Elbise/Entari	Takım elbise	Bluz	Etek	Kazak	Pantolon / Tayt	Mevsimlik mont / yağmurluk	Süslü/Özel Gece elbisesi
Giyim ürünü fiyatının en ortalama değeri, ruble	3168,52	7127,36	2070,88	2687,50	2355,08	2777,64	7130,53	8648,24
Giyim ürünü fiyatları medyanı, ruble	2500,00	5000,00	1500,00	2000,00	2000,00	2000,00	5000,00	5000,00
Giyim ürünü fiyatının standart sapma değeri, ruble	3019,47	8990,93	1568,44	3218,66	2002,68	2367,99	6783,67	13117,35
Минимальное значение стоимостей предмета одежды, ruble	300,00	700,00	200,00	300,00	200,00	200,00	700,00	1300,00
Giyim ürünü fiyatının en yüksek değeri, ruble	30000,00	120000,00	15000,00	40000,00	20000,00	25000,00	70000,00	200000,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

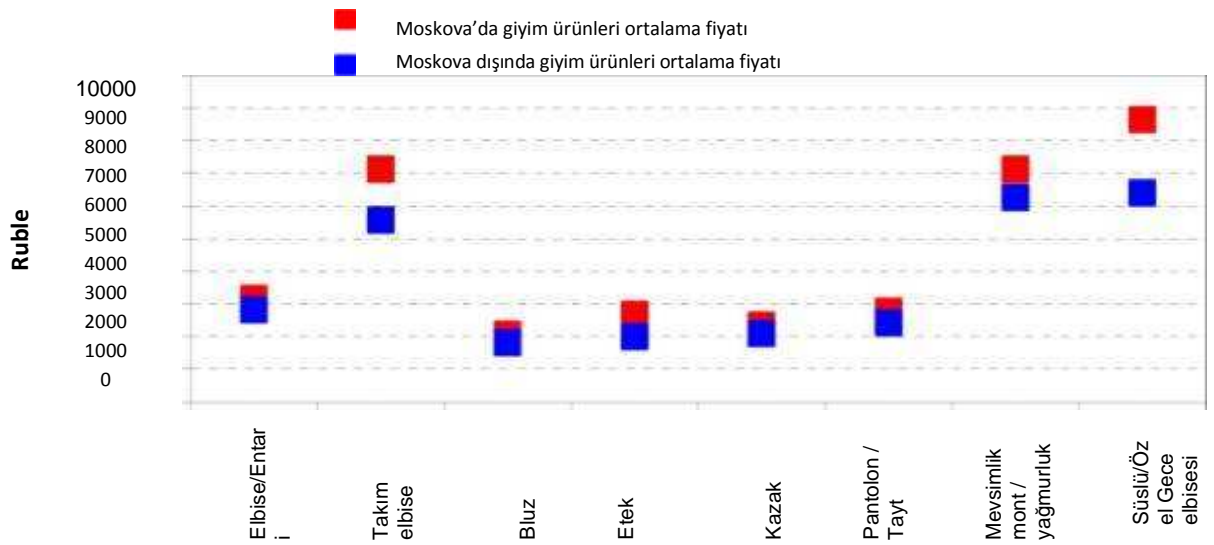
**Diyagram 12 Moskovalılar hariç Rusya Federasyonu’nun bayan İnternet kullanıcılarının anketinde elde edilen kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir (makul) fiyatlarının istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble**

Parametre	Elbise/Entari	Takım elbise	Bluz	Etek	Kazak	Pantolon / Tayt	Mevsimlik mont / yağmurluk	Süslü/Özel Gece elbisesi
Giyim ürünü fiyatının en ortalama değeri, ruble	2819,38	5580,78	1806,90	1988,87	2100,27	2420,29	6270,10	6409,64

Giyim ürünü fiyatları medyanı, ruble	2000,00	4500,00	1500,00	1500,00	1500,00	2000,00	5000,00	5000,00
Giyim ürünü fiyatının standart sapma değeri, ruble	2364,73	4898,60	1501,59	1651,10	1896,18	2059,64	5720,52	7435,14
Минимальное значение стоимостей предмета одежды, ruble	200,00	150,00	100,00	100,00	100,00	100,00	300,00	500,00
<b>Parametre</b>	<b>Elbise/Entari</b>	<b>Takım elbise</b>	<b>Bluz</b>	<b>Etek</b>	<b>Kazak</b>	<b>Pantolon / Tayt</b>	<b>Mevsimlik mont / yağmurluk</b>	<b>Süslü/Özel Gece elbisesi</b>
Giyim ürünü fiyatının en yüksek değeri, ruble	25000,00	60000,00	25000,00	20000,00	35000,00	35000,00	50000,00	150000,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 13. Moskova'da ve Moskova haricinde kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir fiyatları ortalamalarının karşılaştırılması, ruble**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 14. Moskova'da ve Moskova haricinde kadın hazır giyim ürünlerinin en yüksek kabul edilebilir fiyatları meydanlarının karşılaştırılması, ruble**



Elbise/Entari Takım elbise Bluz Etek Kazak Pantolon / Tayt Mevsimlik mont / yağmurluk Süslü/Öz el Gece elbisesi

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonunda Kadın İnternet kullanıcılarının büyük çoğunluğu için kadın takım elbisesi maksimum kabul edilebilir fiyatı 3001-5000 ruble arasındadır.

**Tablo 24. Belli bir yerleşim merkezinde entari/elbisenin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	1501 rubleye kadar	1501 – 3000 ruble	3001 – 5000 ruble	5001 – 10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Moskova	30,37	<b>42,59</b>	18,15	7,41	1,48
Saint-Petersburg	28,84	<b>44,65</b>	17,67	6,98	1,86
Nijniy Novgorod	33,33	<b>55,56</b>	5,56	4,44	1,11
Samara	36,67	<b>41,67</b>	14,17	6,67	0,83
Kazan	36,45	<b>46,73</b>	10,28	5,61	0,93
Ufa	33,96	<b>49,06</b>	13,21	2,83	0,94
Rostov-na-Donu	28,00	<b>45,00</b>	20,00	5,00	2,00
Volgograd	35,96	<b>44,94</b>	13,48	5,62	
Çelyabinsk	29,59	<b>57,14</b>	10,20	3,06	
Ekatrinburg	30,09	<b>46,90</b>	13,27	7,08	2,65
Novosibirsk	27,88	<b>40,38</b>	17,31	12,50	1,92
Omsk	<b>43,01</b>	<b>43,01</b>	12,90		1,08
Perm	31,87	<b>46,15</b>	13,19	7,69	1,10
Vladivostok	32,20	<b>40,68</b>	18,64	8,47	
Habarovsk	13,33	<b>55,56</b>	22,22	8,89	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonunda Kadın İnternet kullanıcılarının büyük çoğunluğu için kadın takım elbise fiyatının 3001-5000 ruble arasında olması normal karşılanmaktadır. Kazan, Rostov na Don, Volgograd ve Novosibirsk şehirdekiler kadın iş takım elbisesi için 3001 ruble ödemeye hazır olmaları ile istisna oluşturmuşlardır.

Moskova şehrindeki Katılımcıların bayan takım elbise fiyatı için kabul edilebilir maksimum değer olarak yüksek rakamlar vermesi, bu şehirde kabul edilebilir azami fiyatlar için mükemmel değerler oluşturmuştur. Moskova şehirdekilerin çoğu için kadın takım elbisedeki kabul edilebilir en yüksek rakam 5001-10000 ruble olmuştur.

**Tablo 25. Moskova hariç belli bir yerleşim merkezinde bayan takım elbisesinin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	3001 rubleye kadar	3001- 5000 ruble	5001- 8000 ruble	8001- 15000 ruble	15001- 20000 ruble	20001- 30000 ruble	30001- 40000 ruble	40001- 50000 ruble	50001 ruble ve üstü
Saint-Petersburg	32,17	<b>36,52</b>	12,61	11,74	3,48	2,17	0,43	0,43	0,43
Nijniy Novgorod	32,71	<b>40,19</b>	17,76	6,54	0,93	0,93	0,93		
Samara	35,54	<b>40,50</b>	12,40	9,92	0,83	0,83			
Kazan	<b>44,63</b>	28,10	14,88	10,74	0,83		0,83		
Ufa	29,85	<b>42,54</b>	17,16	8,96	1,49				
Rostov-na-Donu	<b>34,65</b>	31,68	17,82	11,88	2,97		0,99		
Volgograd	<b>44,23</b>	33,65	9,62	10,58	0,96	0,96			
Çelyabinsk	32,31	<b>42,31</b>	15,38	8,46	1,54				
Ekatrinburg	29,57	<b>39,13</b>	14,78	12,17	1,74	1,74		0,87	

Novosibirsk	<b>35,16</b>	32,81	15,63	12,50	2,34	1,56
Omsk	37,04	<b>38,89</b>	12,04	12,04		
Perm	28,85	<b>44,23</b>	14,42	8,65	1,92	1,92
Vladivostok	31,34	<b>41,79</b>	8,96	14,93		2,99
Habarovsk	23,64	<b>49,09</b>	14,55	10,91		1,82

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki Kadın İnternet Kullanıcılarının büyük çoğunluğu için bluz için verilebilecek en yüksek fiyat 1001 – 2000 ruble arasındadır. Samara ve Novosibirsk bölgelerindeki tüketiciler bluz için verilebilecek en yüksek fiyatı 1000 ruble olarak belirlemekle istisna oluşturmuşlardır.

**Tablo 26. Belli bir yerleşim merkezinde bluzun en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	1501 rubleye kadar	1501 – 3000 ruble	3001 – 5000 ruble	5001 – 10000 ruble	10001 ruble ve üstü
Moskova	29,41	<b>40,88</b>	27,65	1,76	0,29
Saint-Petersburg	35,23	<b>43,18</b>	18,56	2,27	0,76
Nijniy Novgorod	32,74	<b>46,02</b>	18,58	2,65	
Samara	<b>42,07</b>	34,48	20,00	2,76	0,69
Kazan	40,00	<b>44,83</b>	13,10	2,07	
Ufa	34,04	<b>48,94</b>	16,31	0,71	
Rostov-na-Donu	28,80	<b>50,40</b>	19,20	1,60	
Volgograd	36,67	<b>49,17</b>	14,17		
Çelyabinsk	32,61	<b>48,55</b>	18,12	0,72	
Ekatrinburg	32,37	<b>51,80</b>	12,95	2,88	
Novosibirsk	<b>38,16</b>	37,50	22,37	1,97	
Omsk	40,54	<b>45,05</b>	13,51	0,90	
Perm	39,02	<b>41,46</b>	17,89	1,63	
Vladivostok	16,67	<b>62,50</b>	16,67	4,17	
Habarovsk	13,79	<b>63,79</b>	18,97	3,45	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki Kadın İnternet Kullanıcılarının büyük çoğunluğu için etek için verilebilecek en yüksek fiyat 1001 – 2000 ruble arasındadır.

**Tablo 27. Belli bir yerleşim merkezinde eteğin en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	1001 rubleye kadar	1001 – 2000 ruble	2001 – 3000 ruble	3001 – 5000 ruble	5001 – 10000 ruble	10001 – 15000 ruble	15001 ruble ve üstü
Moskova	22,84	37,35	22,22	11,11	4,63	1,23	0,62
Saint-Petersburg	29,07	43,41	16,28	8,91	1,94	0,39	
Nijniy Novgorod	26,13	<b>49,55</b>	17,12	4,50	2,70		
Samara	<b>35,25</b>	<b>35,25</b>	15,83	8,63	2,88	0,72	1,44
Kazan	36,50	<b>43,07</b>	11,68	5,84	2,92		
Ufa	29,85	<b>47,01</b>	16,42	6,72			
Rostov-na-Donu	21,24	<b>46,02</b>	19,47	9,73	2,65		0,88
Volgograd	35,90	<b>45,30</b>	9,40	8,55	0,85		
Çelyabinsk	33,08	<b>49,23</b>	15,38	2,31			
Ekatrinburg	28,91	<b>50,78</b>	9,38	7,81	2,34	0,78	
Novosibirsk	30,50	<b>40,43</b>	18,44	5,67	4,96		

Omsk	34,86	<b>44,95</b>	11,01	8,26	0,92	
Perm	36,36	<b>39,67</b>	13,22	9,09	0,83	0,83
Vladivostok	17,57	<b>54,05</b>	18,92	2,70	6,76	
Habarovsk	15,52	<b>44,83</b>	25,86	12,07	1,72	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki Kadın İnternet Kullanıcılarının büyük çoğunluğu için kazak için verilebilecek en yüksek fiyat 1001 – 2000 ruble arasındadır.

**Tablo 28. Belli bir yerleşim merkezinde bayan kazağının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	1001 rubleye kadar	1001 – 2000 ruble	2001 – 3000 ruble	3001 – 5000 ruble	5001 – 10000 ruble	10001 – 15000 ruble	15001 ruble ve üstü
Moskova	23,55	<b>39,53</b>	20,06	12,79	3,49	0,58	
Saint-Petersburg	31,02	<b>42,70</b>	14,96	8,03	2,55	0,73	
Nijniy Novgorod	27,43	<b>45,13</b>	16,81	6,19	1,77	2,65	
Samara	27,78	<b>40,97</b>	20,14	9,03	1,39	0,69	
Kazan	34,27	<b>39,16</b>	18,18	6,29	2,10		
Ufa	23,88	<b>47,01</b>	19,40	8,21	1,49		
Rostov-na-Donu	23,73	<b>43,22</b>	20,34	9,32	2,54	0,85	
Volgograd	32,20	<b>39,83</b>	18,64	7,63	1,69		
Çelyabinsk	27,41	<b>57,04</b>	10,37	2,96	2,22		
Ekatrınburg	22,38	<b>51,05</b>	14,69	7,69	2,80	1,40	
Novosibirsk	27,34	<b>36,69</b>	22,30	10,07	3,60		
Omsk	29,06	<b>44,44</b>	15,38	11,11			
Perm	29,41	<b>44,85</b>	15,44	7,35	2,21	0,74	
Vladivostok	21,21	<b>40,91</b>	24,24	9,09	4,55		
Habarovsk	14,04	<b>45,61</b>	33,33	5,26	1,75		

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki Kadın İnternet Kullanıcılarının büyük çoğunluğu için pantolon/penye pantolon için verilebilecek en yüksek fiyat 1501 – 3000 ruble arasındadır. Kazan ve Omsk bölgelerindeki tüketiciler pantolon/penye pantolon için verilebilecek en yüksek fiyatı 1500 ruble olarak belirlemekle istisna oluşturmuşlardır.

**Tablo 29. Belli bir yerleşim merkezinde bayan pantolonu/taştın en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	1501 rubleye kadar	1501 – 3000 ruble	3001 – 5000 ruble	5001 – 10000 ruble	10001 – 20000 ruble	20000 ruble ve üstü
Moskova	31,94	<b>45,28</b>	17,50	4,17	0,83	0,28
Saint-Petersburg	32,62	<b>50,35</b>	10,64	4,96	1,42	
Nijniy Novgorod	31,93	<b>54,62</b>	8,40	4,20	0,84	
Samara	<b>40,76</b>	<b>40,76</b>	14,65	2,55	0,64	0,64
Kazan	<b>50,00</b>	37,50	9,03	3,47		
Ufa	44,37	<b>45,07</b>	9,15	0,70		0,70
Rostov-na-Donu	29,55	<b>46,97</b>	19,70	2,27	1,52	
Volgograd	41,54	<b>46,15</b>	11,54	0,77		
Çelyabinsk	41,89	<b>47,97</b>	8,78	1,35		
Ekatrınburg	37,67	<b>46,58</b>	12,33	2,05	1,37	
Novosibirsk	34,81	<b>46,20</b>	12,03	6,33	0,63	
Omsk	<b>44,70</b>	42,42	12,12	0,76		
Perm	40,71	<b>46,43</b>	10,00	2,86		

Vladivostok	31,25	<b>48,75</b>	16,25	1,25	2,50
Habarovsk	24,19	<b>58,06</b>	12,90	4,84	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya Federasyonundaki Kadın İnternet Kullanıcıları için yarı sezonluk kadın mont / manto için maksimum kabul edilebilir fiyat 3001-5000 rubledir. Kazan, Novosibirsk, Omsk ve Perm şehrinde yaşayanlar, verilen giysi için maksimum 3000 ruble ödemeye hazır olmaları ile ve Moskova ve Vladivostok şehrindeki alıcılarında yarı sezonluk mont / manto için maksimum kabul edilebilir fiyatın 5001-10000 ruble olması nedeniyle istisna oluşturmuşlardır.

**Tablo 30. Belli bir yerleşim merkezinde bayan mevsimlik mont/yağmurluğun un en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun bayan internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	3001 rubleye kadar	3001 – 5000 ruble	5001 – 10000 ruble	10001 – 20000 ruble	20001 – 35000 ruble	35000 ruble ve üstü
Moskova	27,17	27,73	<b>32,77</b>	9,52	2,24	0,56
Saint-Petersburg	29,20	<b>35,04</b>	27,01	6,93	1,09	0,73
Nijniy Novgorod	25,22	<b>44,35</b>	21,74	6,96	0,87	0,87
Samara	28,76	<b>35,29</b>	24,18	11,11		0,65
Kazan	<b>43,17</b>	29,50	19,42	7,91		
Ufa	28,06	<b>35,25</b>	25,18	9,35	2,16	
Rostov-na-Donu	26,77	<b>36,22</b>	27,56	5,51	1,57	2,36
Volgograd	29,27	<b>41,46</b>	19,51	8,13	1,63	
Çelyabinsk	28,77	<b>43,15</b>	22,60	4,11	0,68	0,68
Ekatrinburg	30,41	<b>33,11</b>	23,65	9,46	3,38	
Novosibirsk	<b>32,00</b>	26,00	24,67	12,67	2,00	2,67
Omsk	<b>34,38</b>	26,56	27,34	11,72		
Perm	<b>36,23</b>	31,88	23,91	7,25	0,72	
Vladivostok	31,58	23,68	<b>35,53</b>	7,89	1,32	
Habarovsk	21,88	<b>34,38</b>	32,81	7,81	1,56	1,56

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Saint-Petersburg, Nijniy Novgorod, Ufa, Novosibirsk, Vladivostok ve Habarovsk gibi şehirlerdeki kadın internet kullanıcılarının çoğu abiye elbise / takım için Samara, Kazan, Rostov-na-Don, Volgograd, Çelyabinsk, Ekaterinburg, Omsk ve Perm şehrindekilerden (3001 rubleye kadar) biraz daha fazla ödemeye (3001-5000 ruble) hazırdırlar.

Moskova'da abiye elbise / takım almak isteyenlerin çoğu kendileri için maksimum kabul edilebilir rakamın 5001-10000 ruble olduğunu belirtmektedirler.

**Tablo 31. Belli bir yerleşim merkezinde gece kıyafeti/takımının en yüksek kabul edilebilir fiyat kategorilerine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	3001 rubleye kadar	3001 – 5000 ruble	5001 – 10000 ruble	10001 – 20000 ruble	20001 – 35000 ruble	35000 ruble ve üstü
Moskova	22,36	27,80	<b>33,23</b>	11,50	3,51	1,60
Saint-Petersburg	28,40	<b>36,21</b>	20,16	13,17	0,41	1,65
Nijniy Novgorod	23,85	<b>43,12</b>	23,85	5,50	1,83	1,83
Samara	<b>35,71</b>	30,71	26,43	5,71	0,71	0,71
Kazan	<b>36,09</b>	34,59	21,05	6,77	1,50	
Ufa	30,60	<b>38,06</b>	20,90	8,21	1,49	0,75
Rostov-na-Donu	<b>32,74</b>	28,32	25,66	10,62		2,65
Volgograd	<b>38,39</b>	37,50	17,86	5,36	0,89	
Çelyabinsk	<b>37,69</b>	33,08	22,31	4,62	0,77	1,54
Ekatrinburg	<b>34,38</b>	32,03	21,88	9,38	2,34	

Novosibirsk	29,63	<b>33,33</b>	25,93	9,63	0,74	0,74
Omsk	<b>38,05</b>	31,86	26,55	3,54		
Perm	<b>35,83</b>	30,83	25,00	6,67	0,83	0,83
Vladivostok	23,29	<b>35,62</b>	27,40	8,22	2,74	2,74
Habarovsk	27,45	<b>45,10</b>	17,65	7,84	1,96	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### Ayrı elbise parçalarını satın alma sıklığı

Rusya Federasyonu İnternet kullanıcılarının çoğunluğu üç ayda bir gömlek/bluz satın alırlar.

**Tablo 32. Belli bir yerleşim merkezinde gömlek/bluzun satın alma sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun İnternet kullanıcılarının oranları (Aşağıdaki giyim eşyalarını kendiniz için ne sıklıkla satın alıyorsunuz?), %**

Şehir	Ayda 1'den fazla	Ayda 1 defa	Üç Ayda 1 defa	Altı Ayda 1 defa	Yılda 1 defa ve daha az	Toplam
Moskova	10,75	24,92	<b>38,44</b>	17,75	8,14	100,00
Saint-Petersburg	8,35	23,08	<b>36,48</b>	21,54	10,55	100,00
Nijniy Novgorod	7,14	24,29	<b>41,79</b>	20,36	6,43	100,00
Samara	8,51	23,05	<b>40,07</b>	19,86	8,51	100,00
Kazan	8,10	23,24	<b>40,85</b>	20,77	7,04	100,00
Ufa	8,08	19,23	<b>41,54</b>	21,15	10,00	100,00
Rostov-na-Donu	6,57	20,76	<b>49,83</b>	16,96	5,88	100,00
Volgograd	6,82	24,24	<b>40,91</b>	20,83	7,20	100,00
Çelyabinsk	9,57	21,63	<b>45,04</b>	17,38	6,38	100,00
Ekatrinburg	6,60	23,26	<b>41,32</b>	19,79	9,03	100,00
Novosibirsk	7,09	20,92	<b>38,30</b>	23,76	9,93	100,00
Omsk	7,14	23,68	<b>40,98</b>	19,17	9,02	100,00
Perm	6,79	20,75	<b>39,25</b>	24,53	8,68	100,00
Vladivostok	8,97	25,52	<b>35,86</b>	24,14	5,52	100,00
Habarovsk	7,52	18,05	<b>33,83</b>	31,58	9,02	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya'daki İnternet kullanıcılarının cinsiyet, yaş ve gelir açısından farklı gruplara ayrılan çoğunluğu, Moskova'da yaşayanlar da dâhil olmak üzere, her 3 ayda bir gömlek / bluz almaktadırlar. Aylık ortalama geliri kişi başına 30 bin rubleyi aşan aileler ise 3 ayda bir almak yerine ayda bir gömlek / bluz almayı tercih etmeleriyle istisna oluşturmaktadırlar.

**Tablo 33. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından grupların gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun İnternet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, %**

Parametre	Ayda 1'den fazla	Ayda 1 defa	Üç Ayda 1 defa	Altı Ayda 1 defa	Yılda 1 defa ve daha az	Toplam
<b>Cinsiyet</b>						
Erkek	9,19	22,51	<b>39,46</b>	21,13	7,71	100,00
Kadın	6,13	22,32	<b>41,77</b>	21,10	8,68	100,00
<b>Yaş</b>						
18-23 yaş	10,68	25,57	<b>36,03</b>	17,26	10,46	100,00
24-30 yaş	8,07	23,92	<b>40,98</b>	19,82	7,22	100,00
31-35 yaş	4,65	23,72	<b>44,34</b>	22,33	4,96	100,00
36-45 yaş	7,04	17,09	<b>43,55</b>	24,29	8,04	100,00
46 yaş ve üstü	3,94	11,81	<b>38,58</b>	31,89	13,78	100,00
<b>Aile ferdi başına düşen aylık gelir</b>						
5 bin rub. kadar	4,91	13,01	<b>35,26</b>	31,79	15,03	100,00
6-10 bin ruble	5,37	16,32	<b>41,49</b>	25,77	11,04	100,00



11-15 bin ruble	6,53	21,45	<b>42,80</b>	21,66	7,56	100,00
16-20 bin ruble	7,53	26,59	<b>42,10</b>	17,28	6,50	100,00
21-30 bin ruble	10,71	29,49	<b>41,62</b>	13,54	4,65	100,00
31-50 bin ruble	15,18	<b>35,41</b>	34,24	12,45	2,72	100,00
51 bin ruble ve üstü	19,78	<b>29,67</b>	28,57	17,58	4,40	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya'daki internet kullanıcıları 3 ayda bir pantolon almaktadırlar. Moskova, Samara, Kazan, Rostov-na-Don, Çelyabinsk, Novosibirsk, Vladivostok şehirlerinde. Rusya'daki internet kullanıcılarının diğer bir kesimi ise 6 ayda bir kez pantolon almaktadırlar: Saint-Petersburg, Nijniy Novgorod, Ufa, Volgograd, Ekaterinburg, Omsk, Perm ve Habarovsk şehirlerinde.

**Tablo 34. Belli bir yerleşim merkezinde pantolon satın alma sıklıklarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	Ayda 1'den fazla	Ayda 1 defa	Üç Ayda 1 defa	Altı Ayda 1 defa	Yılda 1 defa ve daha az	Toplam
Moskova	4,86	15,24	<b>38,69</b>	28,48	12,73	100,00
Saint-Petersburg	5,62	15,28	32,58	<b>35,73</b>	10,79	100,00
Nijniy Novgorod	3,47	8,49	34,36	<b>40,15</b>	13,51	100,00
Samara	2,52	11,51	<b>39,57</b>	35,97	10,43	100,00
Kazan	3,36	9,33	<b>37,31</b>	35,45	14,55	100,00
Ufa	1,65	7,00	36,63	<b>39,09</b>	15,64	100,00
Rostov-na-Donu	4,12	10,86	<b>37,45</b>	32,58	14,98	100,00
Volgograd	2,78	9,92	35,71	<b>38,10</b>	13,49	100,00
Çelyabinsk	2,22	9,26	<b>37,04</b>	36,30	15,19	100,00
Ekaterinburg	2,85	6,05	36,65	<b>37,01</b>	17,44	100,00
Novosibirsk	2,58	12,55	<b>33,21</b>	32,47	19,19	100,00
Omsk	2,66	8,75	34,98	<b>36,88</b>	16,73	100,00
Perm	2,55	8,03	29,20	<b>36,50</b>	23,72	100,00
Vladivostok	3,45	11,03	<b>39,31</b>	33,79	12,41	100,00
Habarovsk	3,01	6,02	30,83	<b>42,11</b>	18,05	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya'daki kadın internet kullanıcıları, Moskova'da yaşayanlar da dâhil olmak üzere, erkelere oranla daha sık pantolon almaktadırlar.

Tüketicilerin yaşları göz önüne alındığında alıcıların yaşları ilerledikçe daha nadir pantolon aldığı görülmektedir. 18-30 yaşlardaki alıcılar 3 ayda bir, internet kullanıcılarından 30 yaş üzerindeki de altı ayda bir pantolon satın almaktadırlar.

Aynı şekilde ailedeki kişi başına düşen gelirle pantolon satın alma sıklığı doğru orantılıdır.

**Tablo 35. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar ve farklı yaş grupları ve ailenin tek üyesi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar tarafından pantolon satın alma sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç), %**

Parametre	Ayda 1'den fazla	Ayda 1 defa	Üç Ayda 1 defa	Altı Ayda 1 defa	Yılda 1 defa ve daha az	Toplam
<b>Cinsiyet</b>						
Erkek	2,70	6,57	29,62	<b>39,94</b>	21,17	100,00
Kadın	3,64	13,12	<b>40,25</b>	32,97	10,02	100,00
<b>Yaş</b>						
18-23 yaş	4,91	14,86	<b>36,23</b>	32,46	11,54	100,00
24-30 yaş	3,18	11,21	<b>41,79</b>	32,03	11,79	100,00
31-35 yaş	1,71	9,16	34,63	<b>38,98</b>	15,53	100,00
36-45 yaş	3,34	4,57	27,42	<b>44,99</b>	19,68	100,00
46 yaş ve üstü	0,84	2,09	15,90	<b>45,19</b>	35,98	100,00
<b>Aile ferdi başına düşen aylık gelir</b>						
5 bin rub. kadar	2,24	5,04	26,33	<b>41,46</b>	24,93	100,00
6-10 bin ruble	2,67	6,36	30,56	<b>40,82</b>	19,59	100,00
11-15 bin ruble	1,95	10,29	<b>38,14</b>	35,10	14,52	100,00
16-20 bin ruble	3,70	11,86	<b>36,83</b>	35,59	12,02	100,00
21-30 bin ruble	3,77	14,23	<b>40,59</b>	32,64	8,79	100,00
31-50 bin ruble	6,61	14,46	<b>43,80</b>	26,45	8,68	100,00
51 bin ruble ve üstü	10,47	23,26	<b>33,72</b>	24,42	8,14	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova, Saint-Petersburg, Nijniy Novgorod, Samara, Kazan ve Ekaterinburg şehirlerindeki internet kullanıcıları diğer şehirlerdekine oranla daha sık -3 ayda bir- Kazak ve kazak almaktadırlar. Ufa, Rostov-na-Don, Volgograd, Çelyabinsk, Novosibirsk, Omsk, Perm, Vladivostok ve Habarovsk şehirlerindeki internet kullanıcıları 6 ayda bir Kazak / kazak almaktadırlar.

**Tablo 36. Belli bir yerleşim merkezinde kazak/süveter satın alma sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	Ayda fazla	1'den Ayda 1 defa	Üç Ayda 1 defa	Altı Ayda 1 defa	Yılda 1 defa ve daha az	Toplam
Moskova	7,51	18,03	<b>31,89</b>	26,71	15,86	100,00
Saint-Petersburg	6,68	19,60	<b>35,19</b>	26,06	12,47	100,00
Nijniy Novgorod	4,44	11,11	<b>32,22</b>	29,26	22,96	100,00
Samara	2,87	8,60	<b>36,56</b>	35,48	16,49	100,00
Kazan	2,54	10,51	<b>35,87</b>	31,88	19,20	100,00
Ufa	0,41	9,09	33,06	<b>39,67</b>	17,77	100,00
Rostov-na-Donu	4,25	10,81	25,48	<b>32,82</b>	26,64	100,00
Volgograd	2,59	9,05	29,31	<b>34,91</b>	24,14	100,00
Çelyabinsk	2,17	9,39	31,77	<b>32,49</b>	24,19	100,00
Ekaterinburg	2,12	10,60	<b>34,63</b>	29,33	23,32	100,00
Novosibirsk	3,29	12,76	22,22	<b>34,57</b>	27,16	100,00

Omsk	1,98	10,28	31,23	<b>34,39</b>	22,13	100,00
Perm	3,18	9,19	29,68	<b>32,86</b>	25,09	100,00
Vladivostok	3,91	9,38	30,47	<b>33,59</b>	22,66	100,00
Habarovsk	1,59	5,56	25,40	<b>39,68</b>	27,78	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Rusya'daki kadın internet kullanıcıları, Moskova'da yaşayanlar da dâhil olmak üzere, erkelere oranla daha sık Kazak / kazak almaktadırlar.

Tüketicilerin yaşları göz önüne alındığında alıcıların yaşları ilerledikçe daha nadir Kazak / kazak aldığı görülmektedir. 18-30 yaşlardaki alıcılar 3 ayda bir, internet kullanıcılarından 30-45 yaşlarındakiler de altı ayda bir, 46 ya<sup>9</sup> ve üzerindeki ise yılda 1 ve daha az Kazak / kazak satın almaktadırlar. Aynı şekilde ailedeki kişi başına düşen gelirle Kazak / kazak satın alma sıklığı doğru orantılıdır.

**Tablo 37. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bağlamında grupların kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, %**

Parametre	Ayda 1'den fazla	Ayda 1 defa	Üç Ayda 1 defa	Altı Ayda 1 defa	Yılda 1 defa ve daha az	Toplam
<b>Cinsiyet</b>						
Erkek	2,51	5,42	26,03	<b>36,09</b>	29,94	100,00
Kadın	4,07	16,59	<b>36,81</b>	29,27	13,27	100,00
<b>Yaş</b>						
18-23 yaş	6,42	18,00	<b>37,27</b>	26,15	12,16	100,00
24-30 yaş	3,42	11,61	<b>34,60</b>	34,15	16,22	100,00
31-35 yaş	0,47	9,55	28,01	<b>37,09</b>	24,88	100,00
36-45 yaş	2,72	4,75	25,30	<b>34,80</b>	32,43	100,00
46 yaş ve üstü		2,33	16,74	29,77	<b>51,16</b>	100,00
<b>Aile ferdi başına düşen aylık gelir</b>						
5 bin rub. kadar	1,48	5,04	25,22	33,83	<b>34,42</b>	100,00
6-10 bin ruble	2,32	8,00	29,58	<b>32,95</b>	27,16	100,00
<b>Parametre</b>	<b>Ayda 1'den fazla</b>	<b>Ayda 1 defa</b>	<b>Üç Ayda 1 defa</b>	<b>Altı Ayda 1 defa</b>	<b>Yılda 1 defa ve daha az</b>	<b>Toplam</b>
<b>Cinsiyet</b>						
11-15 bin ruble	3,64	11,36	32,05	<b>33,01</b>	19,94	100,00
16-20 bin ruble	3,13	13,46	31,92	<b>32,39</b>	19,09	100,00
21-30 bin ruble	4,44	16,28	<b>34,04</b>	31,50	13,74	100,00
31-50 bin ruble	5,02	13,81	<b>37,66</b>	30,13	13,39	100,00
51 bin ruble ve üstü	7,95	13,64	<b>38,64</b>	34,09	5,68	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Giyisi tercihine etki eden faktörler

Rusya'daki internet kullanıcıları için giysi seçiminde belirleyici faktör olarak kalite yer almaktadır.

**Tablo 38. Belli bir yerleşim merkezinde giyim tercihini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının oranları** (Giyim tercihinde sizin için önem derecesine göre faktörleri lütfen belirtiniz. HER SATIRDA BİR YANIT OLMALDIR), %

Şehir	Yüksek Kalite	Uygun Fiyat	Moda ve trendlere uygun elbise	Markanın prestiji ve tanınması	Giyimin ülkelerinde (ABD, Fransa, İtalya, Kanada) üretilmiş olduğu gerçeği	G7 (Almanya, Japonya, ABD)
Moskova	94,08	80,18	52,07	33,58		33,14
Saint-Petersburg	92,54	76,81	50,00	32,86		30,65
Nijniy Novgorod	95,70	82,12	49,34	31,79		24,17
Samara	93,16	80,46	52,77	32,25		32,57
Kazan	94,95	84,18	55,56	26,26		28,62
Ufa	92,75	77,17	50,36	31,16		28,99
Rostov-na-Donu	96,39	82,95	54,43	37,70		24,92
Volgograd	94,41	79,02	53,15	36,36		24,83
Çelyabinsk	95,68	79,07	48,50	22,92		24,58
Ekatrinburg	94,12	79,74	50,33	30,72		25,49
Novosibirsk	94,02	79,73	45,51	26,58		23,92
Omsk	92,00	77,00	49,00	32,33		19,67
Perm	94,43	85,25	45,57	29,18		27,87
Vladivostok	93,63	80,89	51,59	25,48		21,66
Habarovsk	94,56	82,31	53,06	34,01		26,53

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Cinsiyet, yaş ve kişi başına düşen gelirlerine göre gruplandırılmış Rusya'daki internet kullanıcılarının çoğunluğu için, Moskova'da yaşayanlar da dâhil olmak üzere giysi seçiminde belirleyici faktör olarak kalite ön planda gelmektedir.

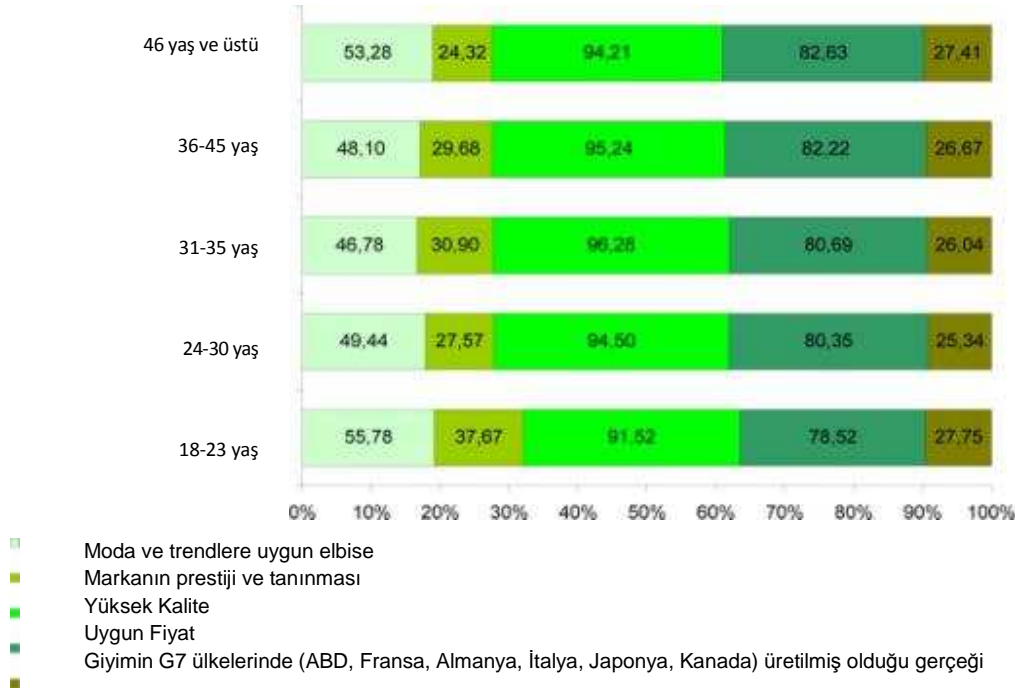
**Tablo 39. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bağlamında grupların giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun(Moskovalılar hariç) internet kullanıcılarının oranları, %**

Şehir	Yüksek Kalite	Uygun Fiyat	Moda ve trendlere uygun elbise	Markanın prestiji ve tanınması	Giyimin G7 ülkelerinde (ABD, Fransa, İtalya, Kanada) üretilmiş olduğu gerçeği
Erkek	43,43	35,75	<b>94,64</b>	77,62	25,08
Kadın	58,02	25,64	<b>93,64</b>	83,22	27,74
<b>Yaş</b>					
18-23 yaş	55,78	37,67	<b>91,52</b>	78,52	27,75
24-30 yaş	49,44	27,57	<b>94,50</b>	80,35	25,34
31-35 yaş	46,78	30,90	<b>96,28</b>	80,69	26,04
36-45 yaş	48,10	29,68	<b>95,24</b>	82,22	26,67
46 yaş ve üstü	53,28	24,32	<b>94,21</b>	82,63	27,41
<b>Aile ferdi başına düşen aylık gelir</b>					
5 bin rub. kadar	44,84	22,42	<b>89,17</b>	84,63	18,14
6-10 bin ruble	46,81	25,96	<b>92,99</b>	86,52	24,41
11-15 bin ruble	51,48	29,99	<b>93,89</b>	82,62	26,36
16-20 bin ruble	52,62	30,17	<b>96,28</b>	77,69	26,17
21-30 bin ruble	56,81	39,92	<b>95,78</b>	73,32	31,09
31-50 bin ruble	53,93	41,57	<b>97,75</b>	69,66	33,33
51 bin ruble ve üstü	50,52	53,61	<b>95,88</b>	56,70	40,21

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyi seçiminde bu faktörün yaş ve önemine göre doğrusal orantılı bağlantısı "kabul edilebilir giysi fiyatı" olarak incelenmektedir.

**Diyafram 15. Ayrı ayrı yaş grupları arasında giyim tercihin etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Belirtmek gerekir ki, aile fertlerinden birisine düşen ortalama aylık gelir ne kadar yüksek ise bu faktörlerin seçimde etki etmeleri o kadar yüksek olmaktadır, ayrıca markanın tanınırlığı / prestiji ve ilgili giysinin “G7” ülkelerinden birinde üretilmesi de önemli rol oynamaktadır.

Ayrıca, aylık kişi başına düşen gelir ile giysinin fiyatının seçim esnasında öneminin arasındaki ters orantı da incelenmektedir.

**Diyagram 16. Tek bir aile üyesi başına ortalama aylık geliri bakımından gruplar arasında giyim tercihini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Rusya Federasyonu'nun(Moskovalılar hariç) internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### Mağazadaki çeşitlerin yenilenme sıklığı

Moskova, Ufa, Rostov, Volgograd, Çelyabinsk ve Vladivostok gibi şehirlerde yaşayan internet kullanıcılarının çoğunluğunun görüşüne göre, mağazanın giyim mağazasının ürün çeşitlerinin ayda 2-3 kere yenilenmesi gerekmektedir. Bu sıklık, Nijniy Novgorod, Samara, Kazan, Ekaterinburg, Novosibirsk, Omsk ve Habarovsk'da yaşayanlara göre "ayda bir" dir.

Saint-Petersburg'da yaşayan internet kullanıcılarının çoğuna göre mağazanın ürün çeşitliliğinin değişimi ayda 2-3 kere ile ayda bir seçenekleri arasında eşit olarak dağılmıştır – %24.64.

Perm şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının çoğuna göre ise haftada bir yenilenmelidir.

**Tablo 40. Belli bir yerleşim merkezinde giyim mağazasının ürün yelpazesini yenilemesinin tercih edilen sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcıların oranları (Sizce giyim mağazaları kendi ürün yelpazelerini ne sıklıkla yenilemeli?), %**

Şehir	Haftada 1'den fazla	Haftada 1 defa	Ayda 2-3 defa	Ayda 1 defa	İki Ayda 1 defa	Üç Ayda 1 defa	Altı Ayda 1 defa ve daha az	Cevaplamakta zorlanıyorum	Benim için bir önemi yok	Toplam
Moskova	7,00	21,92	<b>23,74</b>	21,77	6,39	10,50	0,91	3,65	4,11	100,00
Saint-Petersburg	10,68	17,25	<b>24,64</b>	<b>24,64</b>	4,93	8,62	1,64	3,90	3,70	100,00
Nijniy Novgorod	4,47	18,56	22,68	<b>31,27</b>	7,22	6,53	2,41	2,75	4,12	100,00
Samara	6,42	15,54	23,31	<b>30,41</b>	7,09	11,15	1,01	2,03	3,04	100,00
Kazan	5,54	21,11	23,53	<b>24,91</b>	9,34	6,92	0,69	3,11	4,84	100,00
Ufa	10,77	23,46	<b>27,31</b>	18,85	3,46	7,31	1,92	3,85	3,08	100,00
Rostov-na-Donu	4,04	21,89	<b>25,93</b>	23,91	4,71	10,44	0,34	3,03	5,72	100,00
Volgograd	8,36	23,64	<b>26,55</b>	18,91	6,18	6,91	0,36	4,36	4,73	100,00
Çelyabinsk	7,93	22,07	<b>27,93</b>	20,69	5,52	10,00	1,03	3,45	1,38	100,00
Ekatrınburg	3,69	14,09	24,83	<b>26,85</b>	7,05	12,75	2,01	5,03	3,69	100,00
Novosibirsk	4,58	17,25	21,83	<b>24,30</b>	8,45	12,32	1,06	3,17	7,04	100,00
Omsk	3,87	19,01	24,30	<b>28,87</b>	8,10	10,21	0,35	2,46	2,82	100,00
Perm	7,19	<b>23,97</b>	23,63	21,58	5,82	5,82	2,05	3,77	6,16	100,00
Vladivostok	4,61	17,11	<b>26,97</b>	23,68	7,24	7,89	1,32	3,95	7,24	100,00
Habarovsk	3,01	17,29	26,32	<b>29,32</b>	8,27	6,77	0,75	3,76	4,51	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova'da yaşayanlar da dâhil olmak üzere erkek internet kullanıcıları, kadın tüketicilere nazaran mağazanın ürün çeşidinin daha sık değişmesi gerektiğini düşünmektedirler: Ayda 2-3 kereye karşılık ayda 1 oranında.

24-45 yaş arasındaki internet kullanıcılarına göre, Moskova'da yaşayanlar hariç, mağazanın ürün çeşidini ayda en az bir kez yenilemesi gerekmektedir. 18-23 yaş ve 46 yaş ve yukarıdaki internet kullanıcılarına göre ürün yenilemesi ayda 2-3 kere yapılmalıdır.

Gelir seviyesi ve Rusya federasyonundaki internet kullanıcılarının Moskova'da yaşayanlar da dâhil olmak üzere, mağazadaki ürün değişikliği sıklığı arasındaki bağ incelenmemektedir. Aylık kişi başına düşen geliri 16 bin ruble ve yukarıdaki tüketicilerin çoğunluğu için mağazanın giyim çeşidinin yenilenmesi ayda bir sefer olmalıdır.

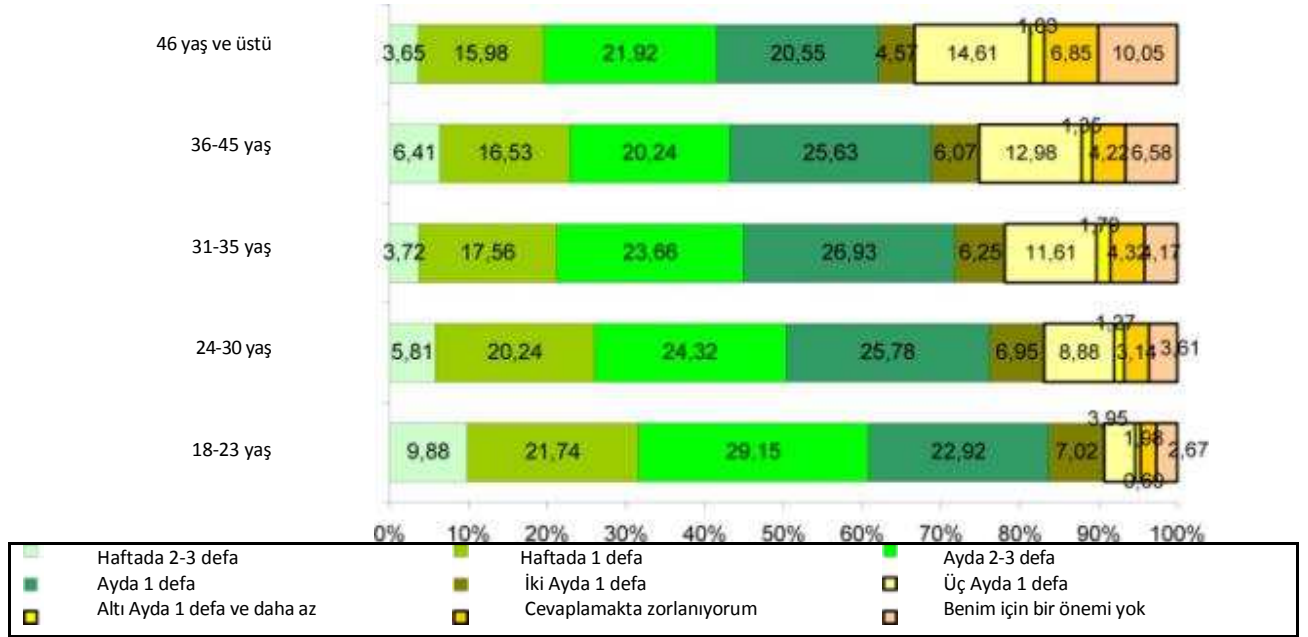
**Tablo 41. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar ve farklı yaş grupları ve aile bireylerinde her kişi başına aylık ortalama gelir bakımından gruplar tarafından giyim mağazasının ürün yelpazesini tercih edilen yenileme sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovahlar hariç) oranları, %**

Parametre	Haftada 1'den fazla		Haftada 1 defa	Ayda 2-3 defa	Ayda 1 defa	iki Ayda 1 defa	Üç Ayda 1 defa	Altı Ayda 1 defa ve daha az	Cevaplamakta zorlanıyor	Benim için bir önemi yok	Toplam
<b>Cinsiyet</b>											
Erkek	5,43	14,08	20,36	26,65	8,40	12,72	2,26	4,12	5,98	100,00	
Kadınlar	7,49	24,65	<b>28,99</b>	23,25	4,79	5,34	0,25	2,69	2,54	100,00	
<b>Yaş</b>											
18-23 yaş	9,88	21,74	<b>29,15</b>	22,92	7,02	3,95	0,69	1,98	2,67	100,00	
24-30 yaş	5,81	20,24	24,32	<b>25,78</b>	6,95	8,88	1,27	3,14	3,61	100,00	
31-35 yaş	3,72	17,56	23,66	<b>26,93</b>	6,25	11,61	1,79	4,32	4,17	100,00	
36-45 yaş	6,41	16,53	20,24	<b>25,63</b>	6,07	12,98	1,35	4,22	6,58	100,00	
46 yaş ve üzeri	3,65	15,98	<b>21,92</b>	20,55	4,57	14,61	1,83	6,85	10,05	100,00	
<b>Aile ferdine düşen ortalama aylık gelir</b>											
5 bin rub. kadar	7,92	<b>26,78</b>	21,04	24,32	3,28	7,65	1,37	4,37	3,28	100,00	
6-10 bin ruble	7,47	20,27	<b>25,22</b>	22,70	5,82	8,34	1,36	4,27	4,56	100,00	
11-15 bin ruble	6,29	19,17	<b>27,14</b>	23,50	6,49	8,75	1,18	2,85	4,62	100,00	
16-20 bin ruble	5,65	19,21	23,73	<b>25,28</b>	8,05	8,62	1,41	3,53	4,52	100,00	
21-30 bin ruble	5,83	17,09	23,11	<b>28,54</b>	7,96	10,29	0,78	2,91	3,50	100,00	
31-50 bin ruble	5,77	12,31	25,00	<b>30,77</b>	6,54	11,92	1,15	1,92	4,62	100,00	
51 bin ruble ve üstü	3,13	16,67	21,88	29,17	10,42	12,50	2,08	2,08	2,08	100,00	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

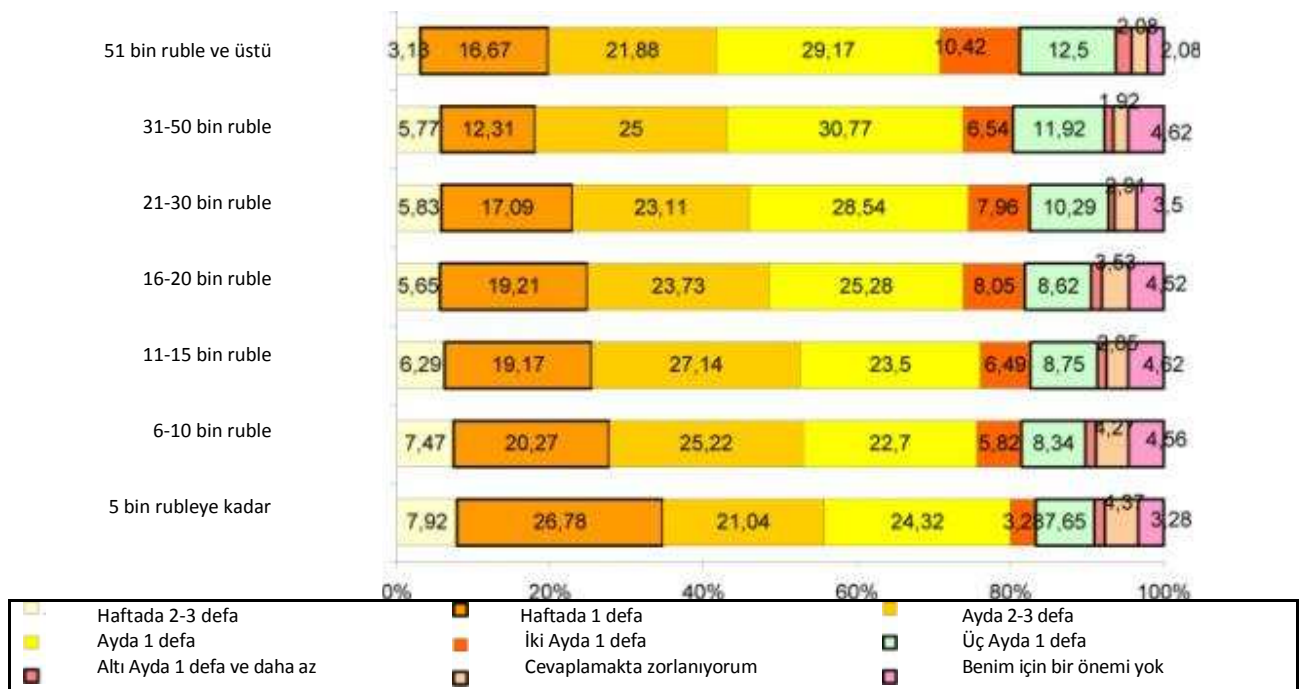


**Diyagram 17. Ayrı ayrı yaş grupları nezdinde giyim mağazalarının tercih edilen ürün yelpazelerini yenileme sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun(Moskovalılar hariç) internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 18. Tek bir aile üyesi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup nezdinde giyim mağazasının ürün yelpazesini tercih edilen yenileme sıklığına göre Rusya Federasyonu'nun internet kullanıcılarının (Moskovalılar hariç) oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Moskova'daki internet kullanıcılarının giysi alırkenki eğilimleri ve tüketici tercihleri

### Moskova'nın seçim karakteristikleri

Moskova'da 683 internet kullanıcısı katılmıştır, bunlarda 310'u erkek 373'ü ise kadındır.

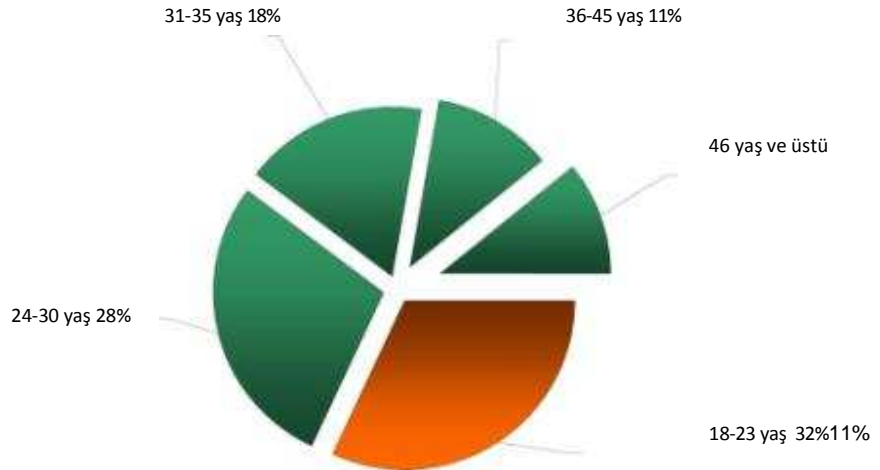
**Diyagram 19. Moskovalı hedef kitlenin cinsiyetlerine göre oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Katılımcıların yaşlarına gelince, büyük bir oranını - %32.06- 18-23 yaş arasındakiler oluşturmuştur.

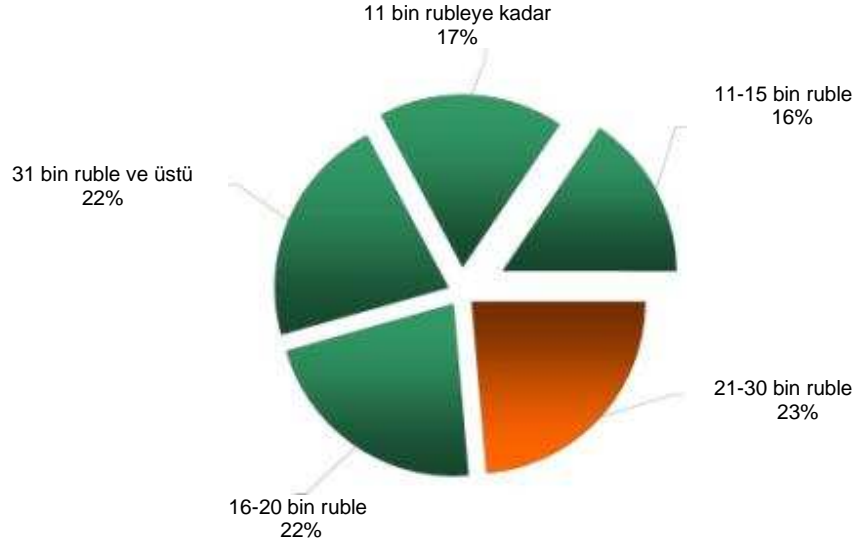
**Diyagram 20. Moskovalı hedef kitlenin yaşlarına göre oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Katılımcılardan önemli kısmı - %23.57'si(161 kişi) kişi başına 21-30 bin ruble gelire orta gelir sınıfıdır.

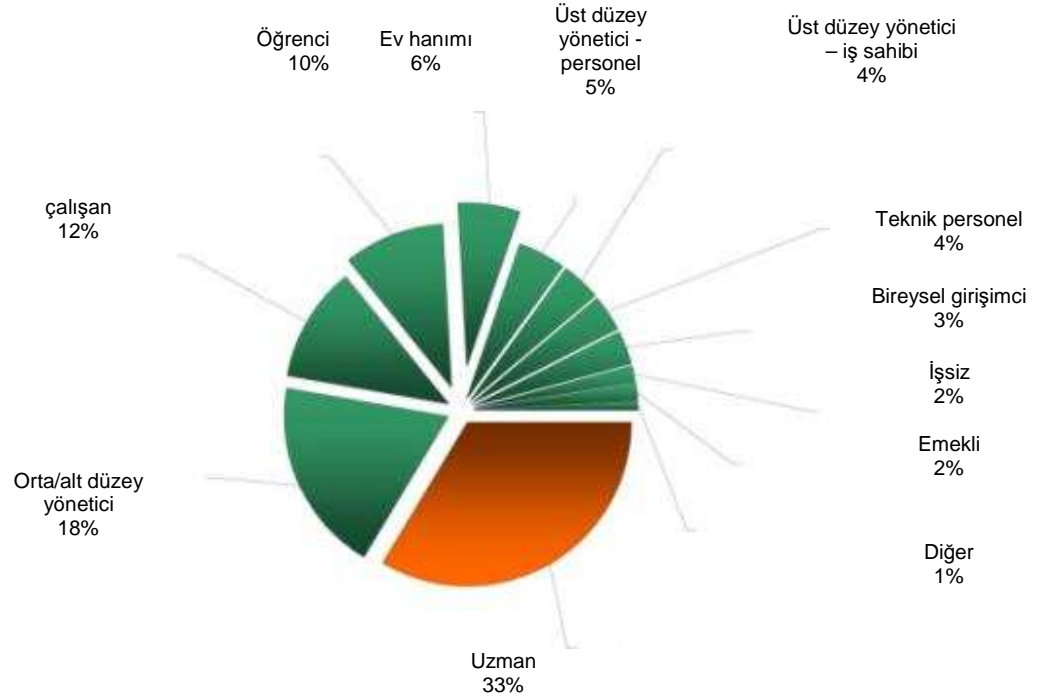
## Diyagram 21. Moskovalı hedef kitlenin gelirlerine göre oranları, %



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Sosyal ve iş konumları açısından ankete katılanların çoğunluğu %33.53 (229) herhangi bir alanda uzmanlaşmış kişilerdir.

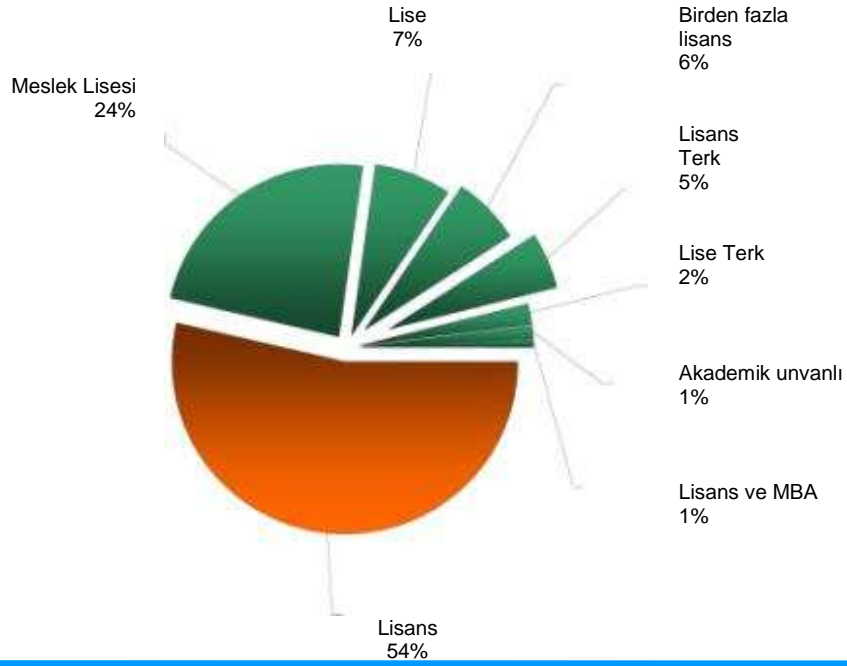
## Diyagram 22. Moskovalı hedef kitlenin sosyal-mesleki statülerine göre oranları, %



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Araştırmaya katılanların %53.73'ü(367 kişi) yüksek öğrenim görmüş kişilerdir.

**Diyagram 23. Moskovalı hedef kitlenin eğitim düzeyine göre oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

#### Moskova'daki internet kullanıcılarının tercih ettiği giysi alım kanalları

Büyük bir bölümü %74.11 lik kısmı bu konuda uzmanlaşmış mağazalardan alışveriş yapmaktadırlar. İkinci sırada %49.41 ile alışveriş merkezleri gelmektedir.

**Tablo 42. Moskovalı internet kullanıcıların giyim satın alma kanallarının derecelendirmesi, %**

Giyim Satın alma kanalı	Katılımcıların sayısı, %
Tekstil giyim satışı ile ilgili özel mağazalar	74,11
Alışveriş merkezleri	49,41
İndirim merkezleri/depoları	27,96
Halk Pazarları	25,89
Posta katalogları (OTTO, Quelle tipi)	10,5
Yurt dışı	9,02
İnternet mağazaları	8,14
Gıda süpermarketleri/hipermarketleri	6,21
Atölyeler	2,51
İkinci El	0,3
Diğer	0,3

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

%25.89 ise giysi satan pazarlardan almaktadır.

Bu alternatifler %100'e tamamlanamamaktadır çünkü Katılımcılar birden fazla seçimde bulunmuşlardır.

**Diyagram 24. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim satın alma kanalları reytingi, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

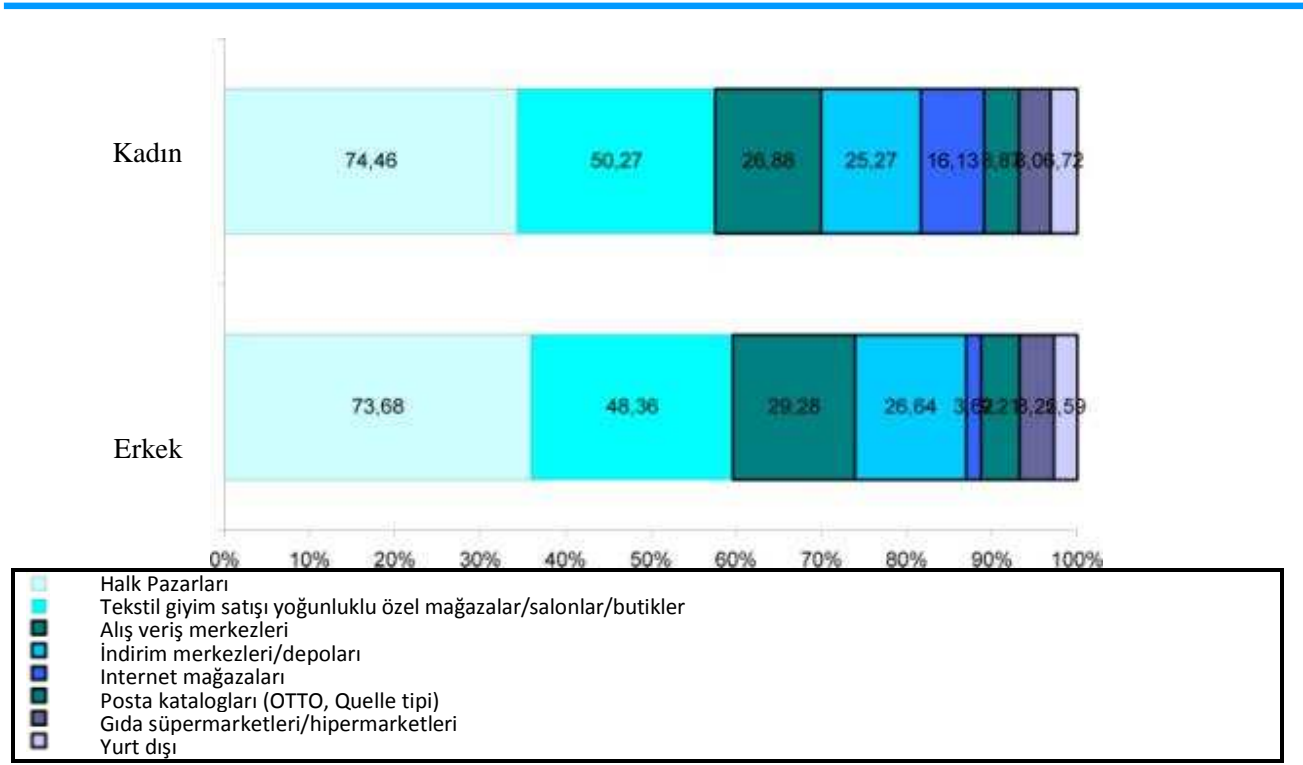
Kadınlar ve erkekler arasında ayrı ayrı alım kanalı dağılım yapısı birbirleriyle uyum göstermektedir. Giyim mağazaları başta gelmektedir. Kadın ve erkekler arasındaki giyim alım kanal tercihlerindeki fark "posta kataloglarının" seçiminde gerçekleşmektedir. Kadınlar arasında %16.13'ü ve erkeklerde ise %3.62 si, giysiyi posta katalogları aracılığıyla almayı tercih etmektedirler.

**Tablo 43. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların giyim satın alma kanallarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim Satın alma kanalı	Erkek	Kadın
Tekstil giyim satışı yoğunluklu özel mağazalar/salonlar/butikler	73,68	74,46
Alışveriş merkezleri	48,36	50,27
İndirim merkezleri/depoları	29,28	26,88
Halk Pazarları	26,64	25,27
Posta katalogları (OTTO, Quelle tipi)	3,62	16,13
Yurt dışı	9,21	8,87
İnternet mağazaları	8,22	8,06
Gıda süpermarketleri/hipermarketleri	5,59	6,72
Atölyeler	1,97	2,96
Diğer	0,33	0,27
İkinci El	0,66	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 25. Moskovalı internet kullanıcılarının, erkekler ve ayrı olarak da kadınların giyim satın alma kanallarına göre oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Yaş grupları arasındaki giysi alım kanal tercihinde ise, genelde tüm yaş gruplarında büyük bir kesim özel giyim mağazalarını tercih etmektedirler. Giysi mağazalarından alım konusunda en ağır basan yaş grubu %82.79 ile 24-30 yaş arasındır. Bununla birlikte giysi satan pazarlar 24-30 yaş grubunda diğerlerine nazaran en az orandadır: %19.07

Giysi satan pazarların oranı 46 yaş ve üzerindeki grupta yüksektir: %36.36

18-23 ve 24-30 yaş grubunda giysi satan Pazar tercihi 4 üncü sırada gelmektedir. 31-35 ve 36-45 yaş grubunda giysi satan Pazar tercihi 3 üncü sırada gelmektedir.

31-35 ve 36-45 yaş gruplarında sırasıyla %9.59 ve %11.67 lik kısmı giysileri süpermarket veya hipermarketlerden almayı tercih etmektedirler. Aynı tercih 18-23 yaş grubunda %%5.76, 46 yaş ve yukarisında ise %5.19 dur.

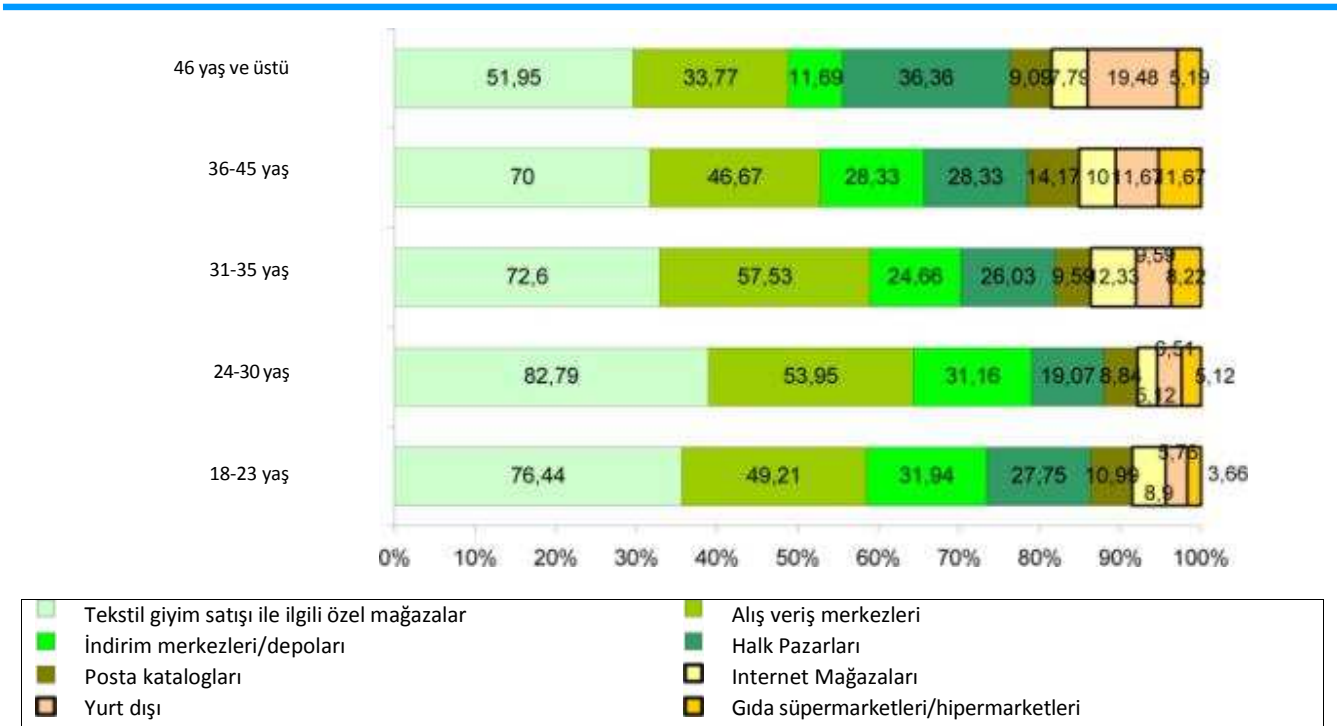
Tüm gruplarda çok az bir grup giysileri süpermarket/hipermarket, terzi ve ikinci elden almayı tercih etmiştir.

**Tablo 44. Her yaş grubunun giyim satın alma kanallarına göre Moskova'daki internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim Satın alma kanalı	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
Tekstil giyim satışı ile ilgili özel mağazalar	76,44	82,79	72,60	70,00	51,95
Alışveriş merkezleri		53,95	57,53	46,67	33,77
İndirim merkezleri/depoları	31,94	31,16	24,66	28,33	11,69
Halk Pazarları	27,75	19,07	26,03	28,33	36,36
Posta katalogları	10,99	8,84	9,59	14,17	9,09
İnternet Mağazaları	8,90	5,12	12,33	10,00	7,79
Yurt dışı	5,76	6,51	9,59	11,67	19,48
Gıda süpermarketleri/hipermarketleri	3,66	3,66	5,12	8,22	5,19
Atölyeler		3,72	1,37	0,83	
Diğer			1,37	0,83	
İkinci El				0,83	1,30

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 26. Ayrı yaş gruplarının giyim satın alma kanallarına göre Moskova'daki internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarından Orta gelirli olanların çoğu giysiyi giyim mağazalarından almayı tercih etmektedirler. Giyim mağazalarından almayı tercih edenlerde ağır basan grup %81,21 ile aylık geliri 31 bin ruble ve yukarısında olan orta gelirli kişilerdir. Bununla birlikte giysi satan pazarlar orta gelir grubunda diğerlerine nazaran en az orandadır: %14,09

Aylık geliri 11 bin rubleye kadar olanlarda giysi satan pazarlar daha büyük bir rol oynamaktadır ve %40.00 ile reytingde 3 üncü sırada bulunmaktadır.

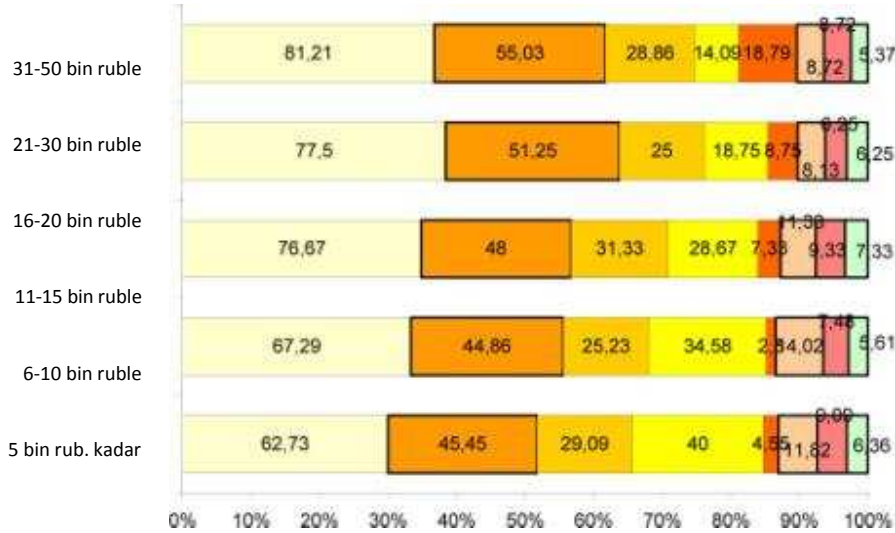
Gelir seviyesi ile giysi satan pazarların tercih edilmesi arasındaki doğru orantı incelenmektedir.

**Tablo 45. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir kategorisinde tercih edilen giyim satın alma kanallarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim satın alma kanalı	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
Tekstil giyim satışı yoğunluklu özel mağazalar/salonlar/butikler	62,73	67,29	76,67	77,50	81,21
Alışveriş merkezleri	45,45	44,86	48,00	51,25	55,03
İndirim merkezleri/depoları	29,09	25,23	31,33	25,00	28,86
Halk Pazarları	40,00	34,58	28,67	18,75	14,09
Yurt dışı	4,55	2,80	7,33	8,75	18,79
Posta katalogları (OTTO, Quelle tipi)	11,82	14,02	11,33	8,13	8,72
İnternet mağazaları	9,09	7,48	9,33	6,25	8,72
Gıda süpermarketleri/hipermarketleri	6,36	5,61	7,33	6,25	5,37
Atölyeler	0,91	0,93	0,67	3,75	5,37
İkinci El		0,93			0,67

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyafram 27. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her kesimin tercih ettiği giyim satın alma kanallarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



■	Halk Pazarları
■	Tekstil giyim satışı yoğunluklu özel mağazalar/salonlar/butikler
■	Alışveriş merkezleri
■	İndirim merkezleri/depoları
■	İnternet mağazaları
■	Posta katalogları (OTTO, Quelle tipi)
■	Gıda süpermarketleri/hipermarketleri
■	Yurt dışı

Kaynak: "RusBusinessConsulting"



## Son altı ay içerisinde Moskova’da yaşayanlar tarafından tercih edilen giysi türleri

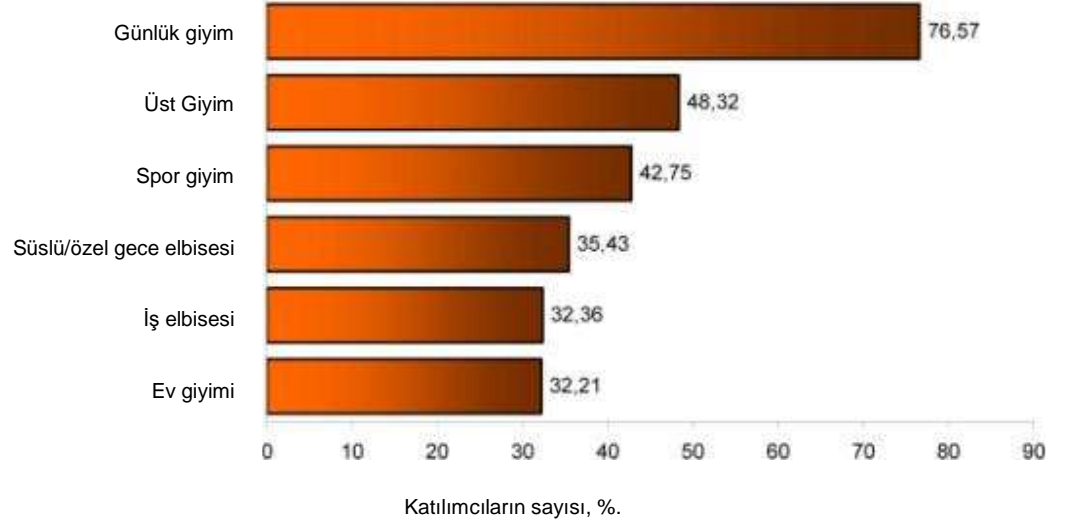
Moskova’daki internet kullanıcılarının %76.57’si son altı ay içerisinde günlük giysi satın almışlardır. %48.32 ise üst giysi almıştır. Bu son 6 aylık dönemin sonbahar kış mevsimine denk gelmesiyle bağlantılı olabilir. Son sırada ise %32.21 ile ev giysileri gelmektedir.

**Tablo 46. Son yarım yılda Moskovalı internet kullanıcıları tarafından satın alınan giyim eşyası çeşitlerinin derecelendirmesi, %**

Giyim çeşidi	Katılımcıların sayısı, %
Günlük giyim	76,57
Üst Giyim	48,32
Spor giyim	42,75
Süslü/özel gece elbisesi	35,43
İş elbisesi	32,36
Ev giyimi	32,21

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

**Diyafram 28. Son yarım yılda Moskovalı internet kullanıcıları tarafından satın alınan giyim eşyası çeşitlerinin reytingi, %**



Kaynak: “RusBusinessConsulting”

Hem kadınlarda hem de erkeklerdeki sonuçlarda günlük giysiler başı çekmektedir. Günlük giysi alan erkek oranı %72.26, kadınların oranı ise %80.16 olmuştur. Erkeklerde ikinci sırada üst ve sportif giyimler yer almıştır. Erkeklerin %46.13 lük kısmı almıştır bu giysi türünü. Kadınlar arasında sportif giyim alanların oranı %39.95 olmuştur (4 üncü sırada) Kadınlarda ikinci sırada %52.28 ile abiye giysiler almıştır, bununla birlikte erkeklerde abiye giysilerin tercih oranı %15.15 tir.

Ayrıca erkek ve kadınlarda son altı ay içerisinde alınan giysilerde “resmi kıyafetlerin” ağırlığı göze çarpmaktadır.

Kadınlarda- sıralamada üçüncü erkeklerde ise altıncı sırada yer almaktadır.

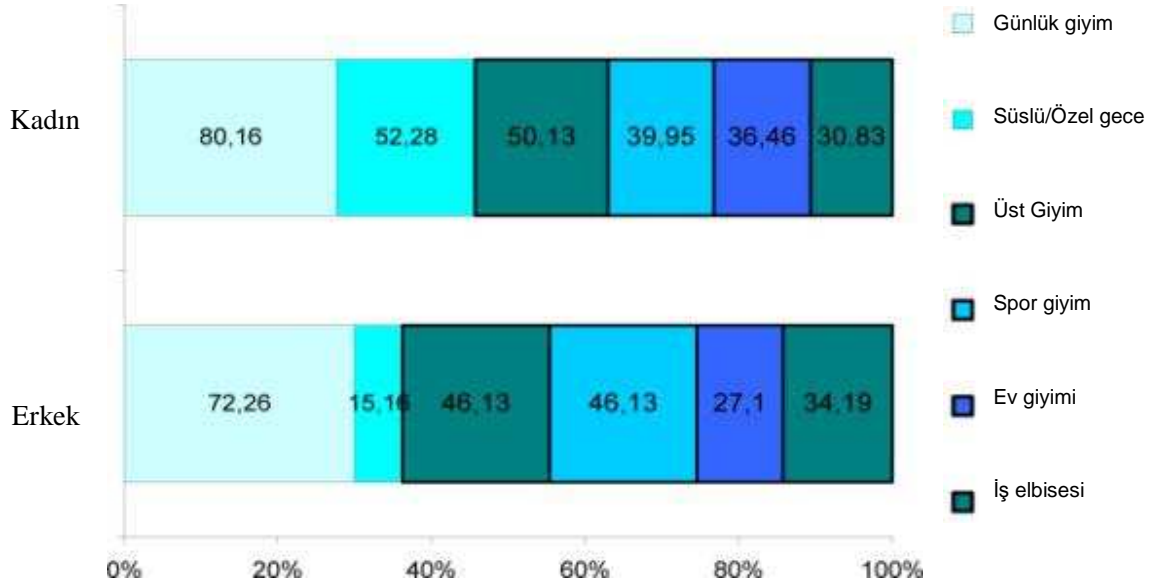
17 Bu alternatifler %100’e tamamlanamamaktadır çünkü Katılımcılar birden fazla seçimde bulunmuşlardır.

**Tablo 47. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar tarafından son yarım yılda satın alınan giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim çeşidi	Erkek	Kadın
Günlük giyim	72,26	80,16
Süslü/özel gece elbisesi	15,16	52,28
Üst Giyim	46,13	50,13
Spor giyim	46,13	39,95
Ev giyimi	27,10	36,46
İş elbisesi	34,19	30,83

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyaqram 29. Son yarım yılda erkekler ve ayrı olarak da kadınlar tarafından satın alınan giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Yaş gruplarında son altı ay içerisinde alınan elbise türünde günlük elbise ön plana çıkmaktadır ve en fazla oran %82.19 ile 24-30 yaş grubundadır. Moskova'da yaşayanlardan 31-35 yaş grubu hariç tüm yaş gruplarında ikinci sırada üst giyim gelmektedir. Bu grupta ise sportif giyim ikinci sırada gelmektedir. 24-30 ve 36-45 yaş gruplarında sportif giyim üçüncü sırada gelmektedir.46 yaş ve yukarisinda ise dördüncü sırada.

Moskova'da yaşayanlardan 31-35 yaş grubundakilerin bir kısmı son altı ay içerisinde ev giysisi almışlardır - %41.89 kişi. Bu gösterge 18-23 yaş grubundakilerde %28.65 kişi, 24-30 yaş grubunda %32.42 kişi, 36-45 yaş grubunda %36.67 kişi, 46 yaş ve yukarisinda %24.36 kişi.

46 yaş ve yukarisindakilerde takım elbise oranı oldukça yüksektir %34.05 (sıralamada üçüncü sırada) 18-23, 24-30 ve 36-45 yaş guruplarında bu gösterge sıralamalarda 5 inci sırada yer almakta, 31-35 yaş grubunda ise – altıncı sırada yer almaktadır.

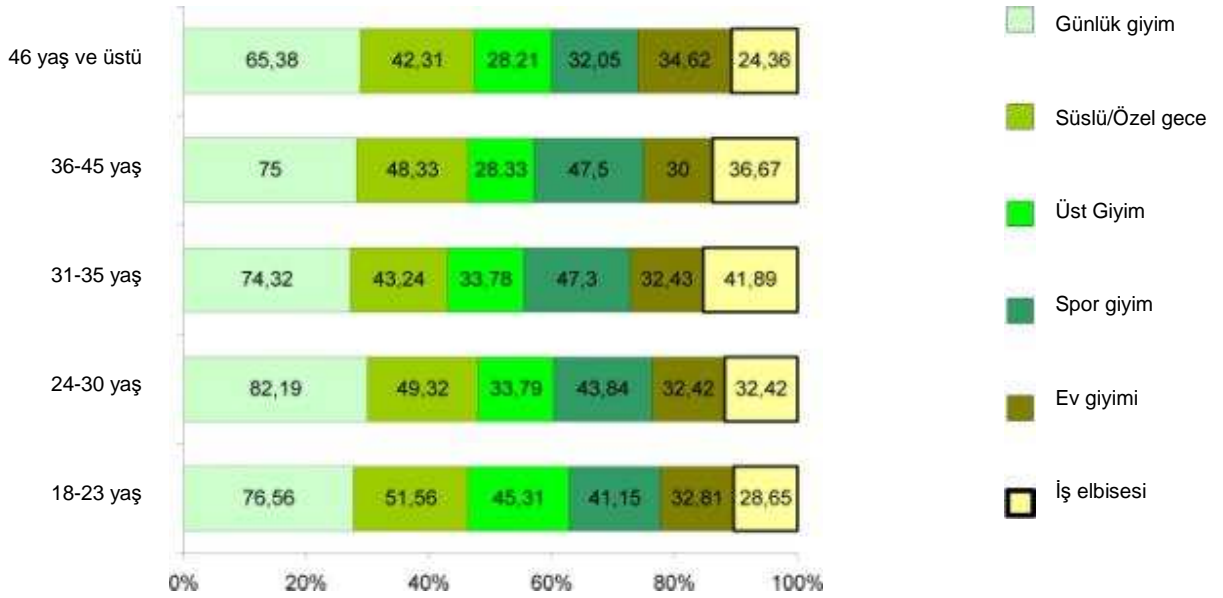
18-23 yaş grubunda abiye giyim sıralamada 3 üncü sırada yer almıştır. 34-45 ve 46 yaş ve yukarısı için sıralamada 5 inci sırada yer almaktadır, 24-30 yaşta 4 üncü sırada, 36-45 yaşta ise altıncı sırada yer almaktadır.

**Tablo 48. Her yaş grubu tarafından son yarım yılda satın alınan giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim çeşidi	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
Günlük giyim	76,56	82,19	74,32	75,00	65,38
Üst Giyim	51,56	49,32	43,24	48,33	42,31
Süslü/özel gece elbisesi	45,31	33,79	33,78	28,33	28,21
Spor giyim	41,15	43,84	47,30	47,50	32,05
İş elbisesi	32,81	32,42	32,43	30,00	34,62
Ev giyimi	28,65	32,42	41,89	36,67	24,36
Giyim satın almıyorum		0,52	1,83	1,35	1,28

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyafram 30. Son yarım yılda farklı yaş gruplarının satın aldıkları giyim eşyası çeşitlerine göre**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova'daki internet kullanıcılarının aylık ortalama gelirleri baz alınarak yapılan sıralamasında günlük giyimler en fazla ihtiyaç duyulan unsur olmuştur. Moskova'da yaşayanlardan aylık kişi başına geliri 16-20 bin ruble olanlar son altı ayda en fazla günlük giyim almışlardır - %84.67 kişi.

11-15 bin ruble ve 31 bin ruble ve yukarısı geliri olanlar en fazla sportif giyim almışlardır.

Bu gösterge verilen gruplarda ikinci sırada gelmektedir, aynı zamanda, 11 bin rubleye kadar olanlarda 3 üncü sırada, 16-20 bin ruble ve 21-30 bin ruble olanlarda dördüncü sırada gelmektedir.

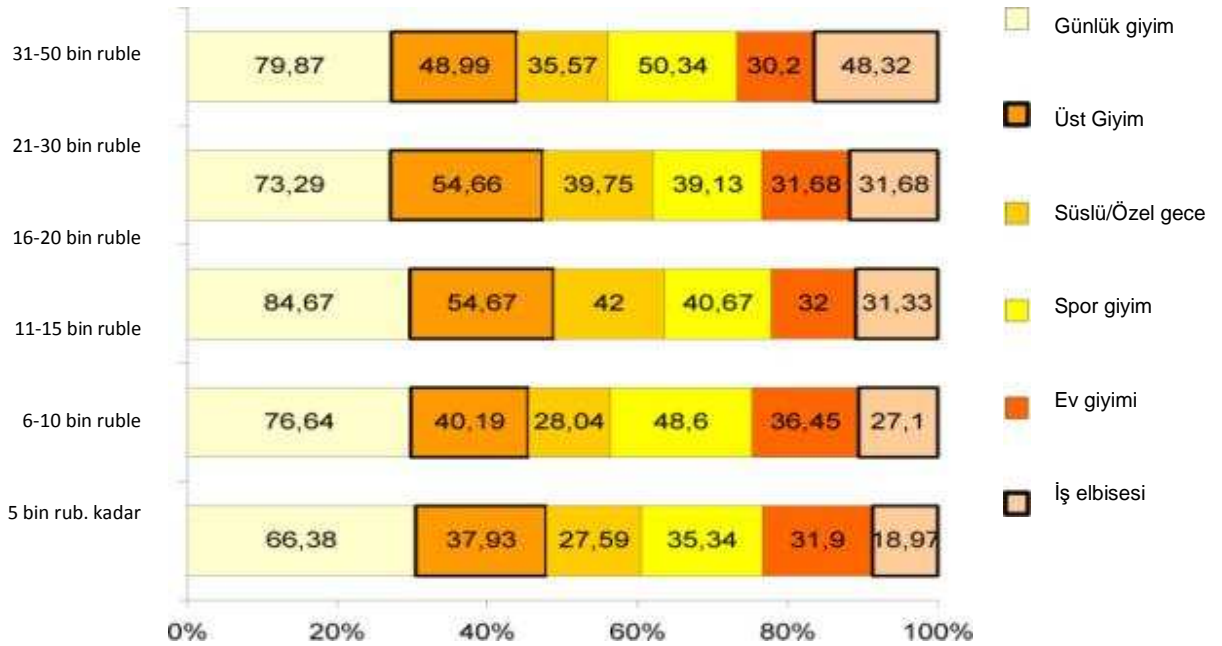
31 bin ve yukarısı aylık geliri olanlarda %48.32 ile dördüncü sırada takım elbise gelmiştir. Kişi başına düşen geliri 21-30 bin olan grupta bu gösterge beşinci sırada, 11 bin rubleye kadar olanlarda ve 16-20 bin ruble olanlarda altıncı sırada yer almıştır.

**Tablo 49. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun son yarım yılda satın aldığı giyim eşyası çeşidine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim çeşidi	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
Günlük giyim	66,38	76,64	84,67	73,29	79,87
Üst Giyim	37,93	40,19	54,67	54,66	48,99
Süslü/özel gece elbisesi	27,59	28,04	42,00	39,75	35,57
Spor giyim	35,34	48,60	40,67	39,13	50,34
Ev giyimi	31,90	36,45	32,00	31,68	30,20
İş elbisesi	18,97	27,10	31,33	31,68	48,32
Giyim satın almıyorum	5,17			0,62	

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyafram 31. Son yarım yılda, aile bireylerinde her kişi başına ortalama gelir bakımından grupların satın almış oldukları giyim eşyası çeşitlerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Moskova’da yaşayan internet kullanıcıları arasında giyim mağazası seçme faktörleri

Moskova’da yaşayan internet kullanıcılarının mağaza seçiminde en önemli faktör olarak %61.49 ile “giysinin tüketicinin zevkine uyması” ortaya çıkmaktadır.

İkinci sırada “Tüketicinin tercih ettiği kabul edilebilir fiyat ve mağaza politikası” %52.97

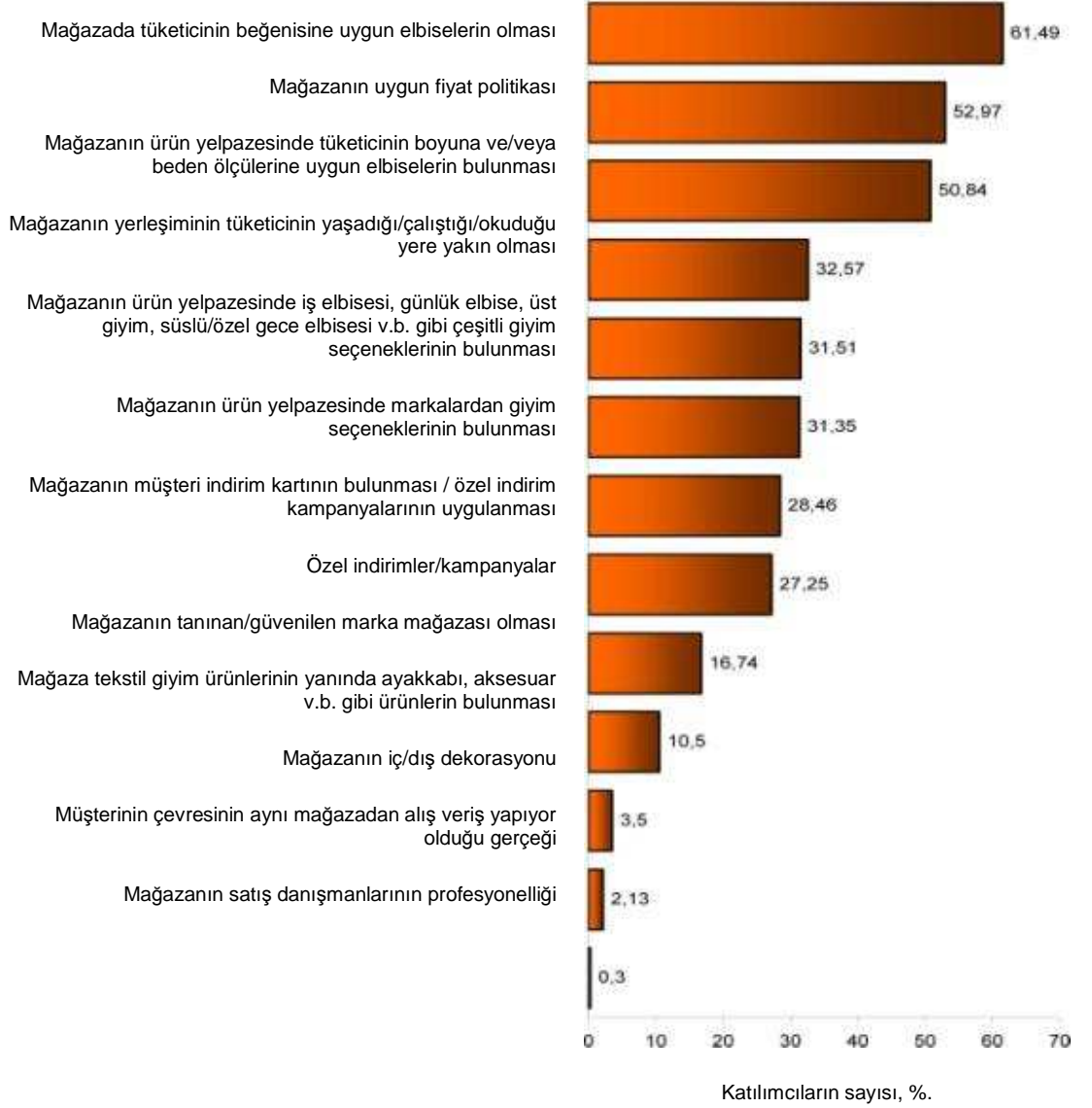
Son sırada ise “danışılan kişilerin profesyonellik seviyeleri” gelmektedir - %0.30

**Tablo 50. Moskovalı internet kullanıcılarının ihtisaslaşmış giyim mağazasını tercih etmelerini etkileyen faktörlerin derecelendirmesi, %**

Giyim mağazası tercih faktörü	Katılımcı sayısı %
Giysinin tüketicinin zevkine uyumu	61,49
Mağazanın kabul edilebilir fiyat politikası	52,97
Giyim mağazasının stoklarında tüketicinin boy ve/veya tercihlerine uyacak çeşidin bulunması	50,84
Mağazanın tüketicinin ikametgâh/işyeri/öğrenim yerine yakınlığı	32,57
Mağazanın ürün çeşitlerinde farklı amaçlı giysilerin bulunması: Takım elbise, günlük elbise, üst giyim, abiye vb	31,51
Mağazanın stoklarında sevilen markaların bulunması	31,35
Tüketici de mağazanın indirim kartının bulunması / bonus programının olması	28,46
Özel kampanyalar / indirimler	27,25
Mağaza markalarının tanınmışlığı / güvenilirliği	16,74
Mağaza çeşitlerinde giysiden başka ürünlerinde olması: Aksesuarlar, ayakkabı vb	10,50
Mağazanın iç / dış tasarımı	3,50
İlgili mağazadan tüketicinin çevresindekilerin de alışveriş yapması	2,13
Mağaza çalışanlarının profesyonelliği	0,30

*Kaynak: “RusBusinessConsulting”*

**Diyagram 32. İhtisaslaşmış giyim mağazasının Moskovalı internet kullanıcıları tarafından tercih edilmesinde etkili olan faktörlerin reytingi (derecelendirmesi), %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Hem erkekler hem de kadınlar arasında, özel giyim mağazası seçiminde önemli faktör olarak ilgili giysinin tüketicinin sevkine uyması göze çarpmaktadır. Gruplarda ikinci sırada mağazanın fiyat politikası öne çıkmaktadır.

Özel giyim mağazası seçiminin yapısındaki belirgin faktörler arasında "mağazanın ürün çeşitlerinde değişik amaçlı giysilerinde bulunabilmesi" alternatifini incelenmektedir; Takım elbise, günlük elbise, üst giyim, abiye vb ve "özel kampanyalar / indirimler"

Kadın internet kullanıcıları arasında bu faktörler erkek internet kullanıcılarına nazaran daha fazla önem arz etmektedir.

Mağazanın ürün çeşitlerinde farklı amaçlı giysilerin bulunması: Takım elbise, günlük, üst giyim, abiye vb faktörler kadınlar arasında dördüncü sırada (kadınların %40.22'si), erkekler arasında da sekizinci sırada (erkeklerin %20.42'si) yer almaktadır. "Özel kampanyalar / indirimler" faktörü kadınlar arasında beşinci sırada (%32.34), erkekler arasında ise yedinci sırada (%20.76) yer almaktadır.

Erkekler arasında, kadınların tercihlerine oranla, önemli bir faktör olarak "mağazanın ürün çeşidi arasında sevilen markaların bulunması" göze çarpmaktadır - %34.95, dördüncü sırada. Kadın tüketiciler sıralamasında bu faktör yedinci sırada yer almaktadır (%28.53)

Hem kadınlar hem de erkekler arasında mağazanın tercih edilmesinde önemli bir faktör olarak mağazanın ikamet / işyeri / öğrenim yerine yakınlığı gelmektedir.

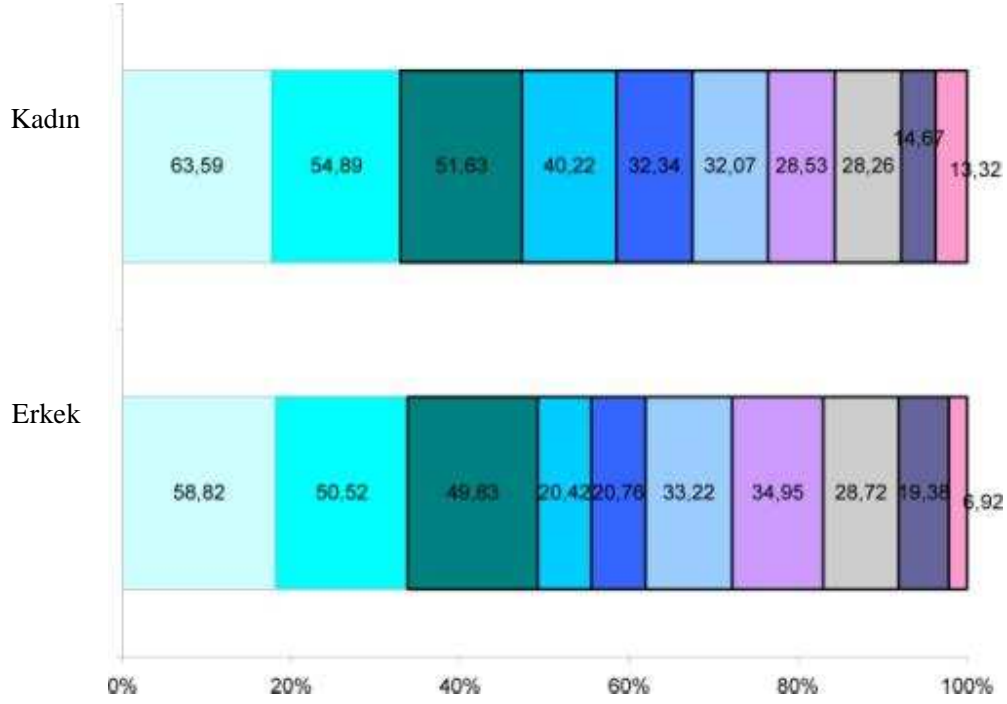
Kadınlar ve erkekler arasında mağaza tercihinde "çevredekilerin aynı mağazadan alışveriş yapmaları" faktörü önemsiz olarak göze çarpmaktadır.

**Tablo 51. Erkek ve ayrı olarak bayan tüketiciler tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazası tercih faktörü	Erkek	Kadın
Giysinin tüketicinin zevkine uyumu	58,82	63,59
Mağazanın kabul edilebilir fiyat politikası	50,52	54,89
Giyim mağazasının stoklarında tüketicinin boy ve/veya tercihlerine uyacak çeşidin bulunması	49,83	51,63
Mağazanın tüketicinin ikametgâh/işyeri/öğrenim yerine yakınlığı	20,42	40,22
Mağazanın ürün çeşitlerinde farklı amaçlı giysilerin bulunması: Takım elbise, günlük elbise, üst giyim, abiye vb	20,76	32,34
Mağazanın stoklarında sevilen markaların bulunması	33,22	32,07
Tüketici de mağazanın indirim kartının bulunması / bonus programının olması	34,95	28,53
Özel kampanyalar / indirimler	28,75	28,26
Mağaza markalarının tanınmışlığı / güvenilirliği	19,38	14,67
Mağaza çeşitlerinde giysiden başka ürünlerinde olması: Aksesuarlar, ayakkabı vb	6,92	13,32
Mağazanın iç / dış tasarımı	4,84	2,45
İlgili mağazadan tüketicinin çevresindekilerin de alışveriş yapması	2,08	2,17
Mağaza çalışanlarının profesyonelliği	0,35	0,27

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 33. Erkek tüketiciler arasında ve ayrı olarak da kadın tüketiciler tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Mağazada tüketicinin beğenisine uygun elbiselerin olması
Mağazanın uygun fiyat politikası
Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin bulunması
Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük elbise, üst giyim, süslü/özel gece elbisesi v.b. gibi çeşitli giyim seçeneklerinin bulunması
Özel indirimler/kampanyalar
Mağazanın yerleşiminin tüketicinin yaşadığı/çalıştığı/okuduğu yere yakın olması
Mağazanın ürün yelpazesinde markalardan giyim seçeneklerinin bulunması mapok
Mağazanın müşteri indirim kartının bulunması / özel indirim kampanyalarının uygulanması
Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması
Mağaza tekstil giyim ürünlerinin yanında ayakkabı, aksesuar v.b. gibi ürünlerin bulunması

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının hemen hemen her yaş grubunda, giyim mağazası seçimindeki faktörler arasında ilk sırayı "giysinin tüketicinin zevkine uyması" gelmektedir, buna ilgili faktörün ikinci sırada yer aldığı 36-45 yaş grubu dâhil değildir.

Fiyat politikası 46 ve yukarıdaki yaş grubunda (sıralamada ilk sırada), 18-23 yaş grubunda, 24-30 yaş grubunda ve 31-35 yaş grubunda (sıralamada 2inci sırada) öncelikli tercihler arasında gelmektedir.

46 yaş ve yukarıdaki Moskova'da yaşayan internet kullanıcıları için diğer yaş gruplarındakilere oranla mağazanın kendi işi/öğrenim yerine yakınlığı önemli bir faktör oluşturmaktadır - %39,39, sıralamada ikinci sırada yer almaktadır. Karşılaştırmak için, bu faktör 24-30 yaş grubu arasında dördüncü sırada (%36,28), 36-45 yaş grubunda beşinci sırada (%38,79), 18-23 yaş grubu Moskovalılarda altıncı sırada (%27,74) ve 31-35 yaş grubu alıcılarda yedinci sırada (%25,71) yer almaktadır.



Ayrıca, Moskova’da yaşayan 46 yaş ve üzeri internet kullanıcıları için, mağazanın indirim kartı / bonus programı olup olmaması diğer yaş guruplarına oranla daha fazla önem arz etmektedir (%28.79)- dördüncü sırada. İlgili faktör 18-23, 24-30, 36-45 yaş guruplarında altıncı sırada, 31-35 yaş gurubunda ise sekizinci sırada yer almaktadır.

18-23 yaş Moskova’da yaşayan internet kullanıcıları mağazanın ürün çeşitleri arasında değişik amaçlı giysilerin (takım elbise, günlük giysi, üst giysi, abiye vb) bulunması için diğer yaş guruplarındakilere oranla önemli bir faktör oluşturmaktadır - %31.58, sıralamada üçüncü sırada yer almaktadır. 36-45 yaş gurubu için bu faktör dördüncü sırada, 46 yaş ve üzerindeki için beşinci sırada, 24-30 yaş gurubu içinse, yedinci sırada yer almaktadır.

Tüm yaş gurupları için “Mağazada giysinin yanında başka ürünlerin de bulunması (aksesuar, ayakkabı vb)”, “Mağazanın iç ve dış dizaynı”, “tüketicinin çevresindekilerin mağazadan alışveriş yapması” ve de “mağaza personelinin profesyonellik seviyesi” çok az önem arz etmektedir.

### **Diyafram 52. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek mevsimlik montun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

<b>Giyim mağazası seçimini etkileyen faktörler</b>	<b>18-23 yaş</b>	<b>24-30 yaş</b>	<b>31-35 yaş</b>	<b>36-45 yaş</b>	<b>46 yaş ve üstü</b>
Mağazada tüketicinin beğenisine uygun elbiselerin olması	<b>64,21</b>	<b>60,00</b>	<b>70,00</b>	58,62	<b>54,55</b>
Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin bulunması	51,58	51,16	48,57	<b>59,48</b>	34,85
Mağazanın uygun fiyat politikası	51,58	52,09	57,14	53,45	<b>54,55</b>
Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, özel gece elbisesi v.b. gibi değişik amaçlı elbiselerin bulunabilir olması	31,58	28,84	30,00	39,66	27,27
Mağazanın ürün yelpazesinde markalardan giyim seçeneklerinin bulunması mapok	28,95	35,35	37,14	27,59	25,76
Özel indirimler/kampanyalar	25,79	26,98	28,57	30,17	25,76
Mağazanın müşteri indirim kartının bulunması / özel indirim kampanyalarının uygulanması	24,74	31,16	22,86	32,76	28,79
Mağazanın yerleşiminin tüketicinin yaşadığı/çalıştığı/okuduğu yere yakın olması	24,74	36,28	25,71	38,79	39,39
Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası	24,21	13,49	17,14	9,48	18,18
Mağazanın ürün yelpazesinde giyim dışında aksesuar, ayakkabı gibi ürünlerin olması	15,79	8,84	7,14	8,62	7,58
Mağazanın iç/dış dekorasyonu	3,16	3,72	5,71	3,45	1,52
Müşterinin çevresinin aynı mağazadan alışveriş yapıyor olduğu gerçeği	2,63	1,86	2,86	0,86	3,03
Mağazanın satış danışmanlarının	1,05				

*Kaynak: “RusBusinessConsulting”*

22 Bu alternatifler %100’e tamamlanamamaktadır çünkü Katılımcılar birden fazla seçimde bulunmuşlardır.

**Diyagram 34. Farklı yaş grupları tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazasının tercih edilmesini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



■	Mağazada tüketicinin beğenisine uygun elbiselerin olması
■	Mağazanın uygun fiyat politikası
■	Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin bulunması
■	Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük elbise, üst giyim, süslü/özel gece elbisesi v.b. gibi çeşitli giyim seçeneklerinin bulunması
■	Özel indirimler/kampanyalar
■	Mağazanın yerleşiminin tüketicinin yaşadığı/çalıştığı/okuduğu yere yakın olması
■	Mağazanın ürün yelpazesinde markalardan giyim seçeneklerinin bulunması mapok
■	Mağazanın müşteri indirim kartının bulunması / özel indirim kampanyalarının uygulanması
■	Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması
■	Mağaza tekstil giyim ürünlerinin yanında ayakkabı, aksesuar v.b. gibi ürünlerin bulunması

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının tüm kişi başına düşen gelir gurupları için, mağaza seçimindeki temel faktör mağazada tüketicinin zevkine uygun giysi olup olmamasıdır. Sadece 11 bin ruble ve altında gelire sahip gurup, bu faktörün sıralamada üçüncü sırada olması nedeniyle farklılık göstermektedir.

Aylık kişi başına ortalama gelir ile "kabul edilebilir fiyat politikası" faktörünün mağaza seçimindeki önemi arasındaki doğrudan orantı incelenmektedir. 11 bin ruble ve altındaki aylık gelire sahip tüketiciler için bu faktör birinci sırada yer alırken, aylık geliri 31 bin ruble ve yukarisında gelire sahip tüketiciler için aynı faktör üçüncü sırada yer almaktadır.

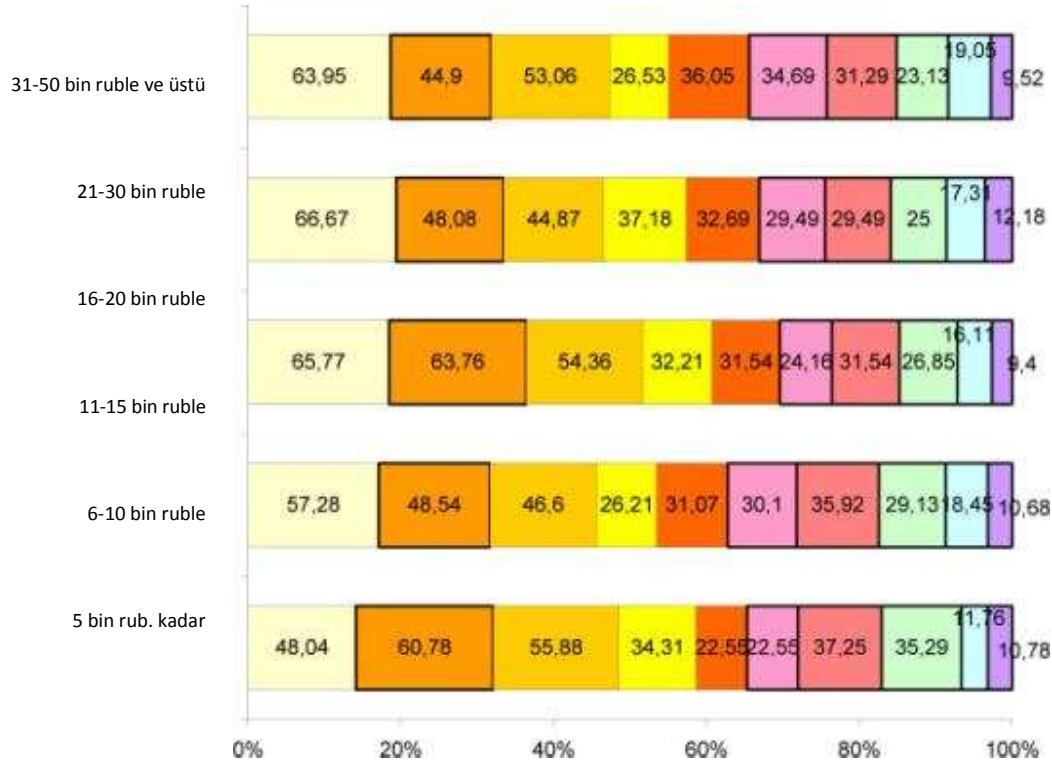
Belirtmek gerekir ki Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının gelir seviyeleri ile giysi markalarına bağlılık seviyeleri arasında doğrudan ilişki bulunmaktadır. Aylık ortalama geliri 31 bin ruble yukarisında bulunan internet kullanıcıları mağaza seçim faktörlerinde üçüncü sırayı alan "sevdikleri markanın mağazada bulunması" yer almaktadır. Oysa aynı faktör, aylık kişi başına 11 bin ruble ve altında geliri olanlarda sıralamada yedinci sırayı almaktadır.

**Tablo 53. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından grupların ihtisaslaşmış giyim mağazasını tercih etmelerini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazası seçimini etkileyen faktörler	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
Mağazada tüketicinin beğenisine uygun elbiselerin olması	48,04	57,28	65,77	66,67	63,95
Mağazanın uygun fiyat politikası	60,78	48,54	63,76	48,08	44,90
Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin bulunması	55,88	46,60	54,36	44,87	53,06
Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, özel gece elbisesi v.b. gibi değişik amaçlı elbiselerin bulunabilir olması	34,31	26,21	32,21	37,18	26,53
Mağazanın ürün yelpazesinde markalardan giyim seçeneklerinin bulunması рынок	22,55	31,07	31,54	32,69	36,05
Mağazanın müşteri indirim kartının bulunması / özel indirim kampanyalarının uygulanması	22,55	30,10	24,16	29,49	34,69
Mağazanın yerleşiminin yaşadığım/çalıştığım/okuduğum yere yakın olması	37,25	35,92	31,54	29,49	31,29
Özel indirimler/kampanyalar	35,29	29,13	26,85	25,00	23,13
Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması	11,76	18,45	16,11	17,31	19,05
Mağazanın ürün yelpazesinde giyim dışında aksesuar, ayakkabı gibi ürünlerin olması	10,78	10,68	9,40	12,18	9,52
Mağazanın iç/dış dekorasyonu	2,94	0,97	2,68	4,49	5,44
Müşterinin çevresinin aynı mağazadan alış veriş yapıyor olduğu gerçeği	2,94	4,85	0,67		3,40
Mağazanın satış danışmanlarının profesyonelliği	0,98				0,68

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 35. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama gelir bağlamında grupların ihtisaslaşmış giyim mağazasını tercih etmelerini etkileyen faktörlere göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



- Mağazada tüketicinin beğenisine uygun elbiselerin olması
- Mağazanın uygun fiyat politikası
- Mağazanın ürün yelpazesinde tüketicinin boyuna ve/veya beden ölçülerine uygun elbiselerin bulunması
- Mağazanın ürün yelpazesinde iş elbisesi, günlük giyim, üst giyim, özel gece elbisesi v.b. gibi değişik amaçlı elbiselerin bulunabilmesi  
Özel indirimler/kampanyalar
- Mağazanın yerleşiminin tüketicinin yaşadığı/çalıştığı/okuduğu yere yakın olması
- Mağazanın ürün yelpazesinde markalardan giyim seçeneklerinin bulunması mapok
- Mağazanın müşteri indirim kartının bulunması / özel indirim kampanyalarının uygulanması  
Mağazanın tanınan/güvenilen marka mağazası olması
- Mağaza tekstil giyim ürünlerinin yanında ayakkabı, aksesuar v.b. gibi ürünlerin bulunması

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### Internet kullanıcıları arasında giyim mağazalarının bilinmesi

Moskova şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %70.71'i "Familia", ikinci sırada %67.16 ile Mehh, üçüncü sırada %64.50 ile Savage,

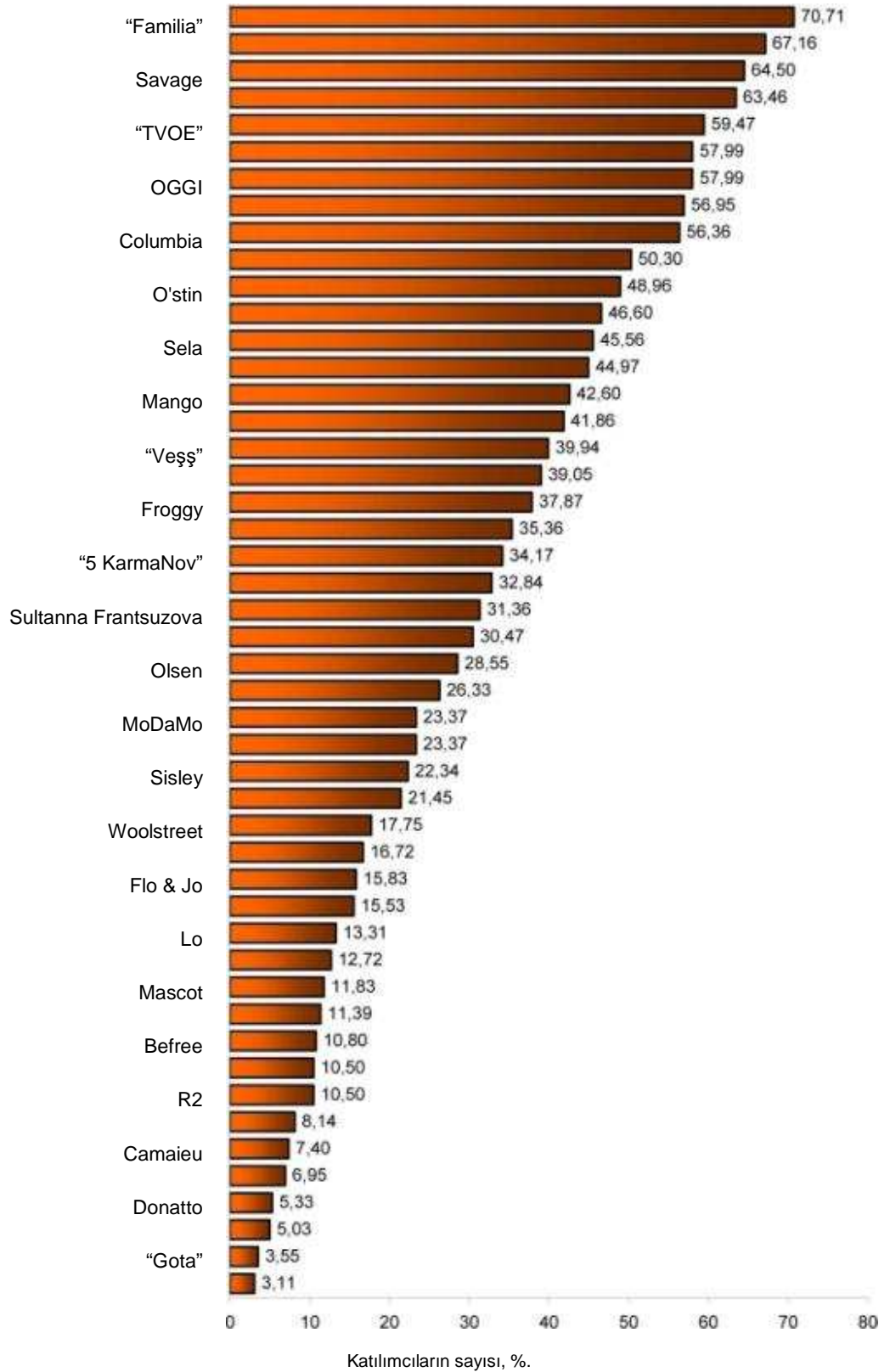
Hiçbirisi seçeneğini ise Katılımcılardan %1.63'ü tercih etti.

**Tablo 54. Moskovalı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı
"Familia"	70,71
Mehh	67,16
Savage	64,50
"Stock Center"	63,46
"TVOE"	59,47
Naf Naf	57,99
OGGI	57,99
Camelot	56,95
Columbia	56,36
Zara	50,30
O'stin	48,96
Finn Flare	46,60
Sela	45,56
Gloria Jeans & Gee Jay	44,97
Mango	42,60
Motivi	41,86
"Veşş"	39,94
Baon	39,05
Froggy	37,87
s.Oliver	35,36
"5 KarmaNov"	34,17
Sasch	32,84
Sultanna Frantsuzova	31,36
United Colors of Benetton	30,47
Olsen	28,55
Orange	26,33
MoDaMo	23,37
Promod	23,37
Sisley	22,34
Glenfield	21,45
Woolstreet	17,75
Zarina	16,72
Flo & Jo	15,83
InCity	15,53
Lo	13,31
Henderson	12,72
Mascot	11,83
Desam	11,39
Befree	10,80
JS Casual	10,50
R2	10,50
Gregory	8,14
Camaieu	7,40
Glance	6,95
Donatto	5,33
House	5,03
"Gota"	3,55
Concept Club	3,11

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 36. Moskovalı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (derecelendirmesi) (%2'ye kadar)**



Katılımcıların sayısı, %.

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Erkekler arasında tanınmış mağaza seviyesinde %65.56 ile Familia liderdir. İkinci sırada %54.30 ile Mehh, üçüncü ise %53.64 ile Stok Center.

Kadınlar arasında bilinen mağazalarda %78.17 ile Mehh ilk sırada, ikinciliği %75.47 ile Familia, üçüncülüğü ise %74.39 ile Naf-Naf almaktadır. Stock Center mağazası ise ancak altıncı sırada gelmektedir.

**Tablo 55. Erkekler ve ayrı olarak da kadınlar arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının bilinirlik düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazasının adı	Erkek	Kadın
Mehh	54,30	78,17
"Familia"	65,56	75,47
Naf Naf	38,41	74,39
Savage	52,98	74,39
OGGI	39,74	73,32
"Stock Center"	53,64	71,97
"TVOE"	45,70	71,16
Camelot	46,69	65,77
Zara	35,43	62,80
Columbia	49,67	62,26
Mango	18,87	62,26
Sela	27,48	60,65
O'stin	36,42	59,57
Gloria Jeans & Gee Jay	30,46	57,14
Motivi	23,84	56,87
Finn Flare	40,40	52,02
"Veşş"	30,46	47,98
Froggy	25,83	47,98
s.Oliver	20,86	47,44
Sultanna Frantsuzova	13,25	46,36
Baon	31,46	45,55
Olsen	13,58	40,97
Sasch	24,17	40,16
"5 KarmaNov"	31,46	36,66
Orange	13,91	36,66
United Colors of Benetton	23,51	36,39
Promod	8,61	35,58
MoDaMo	11,26	33,42
Sisley	11,26	31,54
Glenfield	14,90	26,95
Woolstreet	7,28	26,42
Zarina	8,28	23,72
InCity	6,95	22,64
Lo	1,99	22,64
Flo & Jo	7,95	22,37
Mascot	4,64	17,79
Desam	6,29	15,63

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

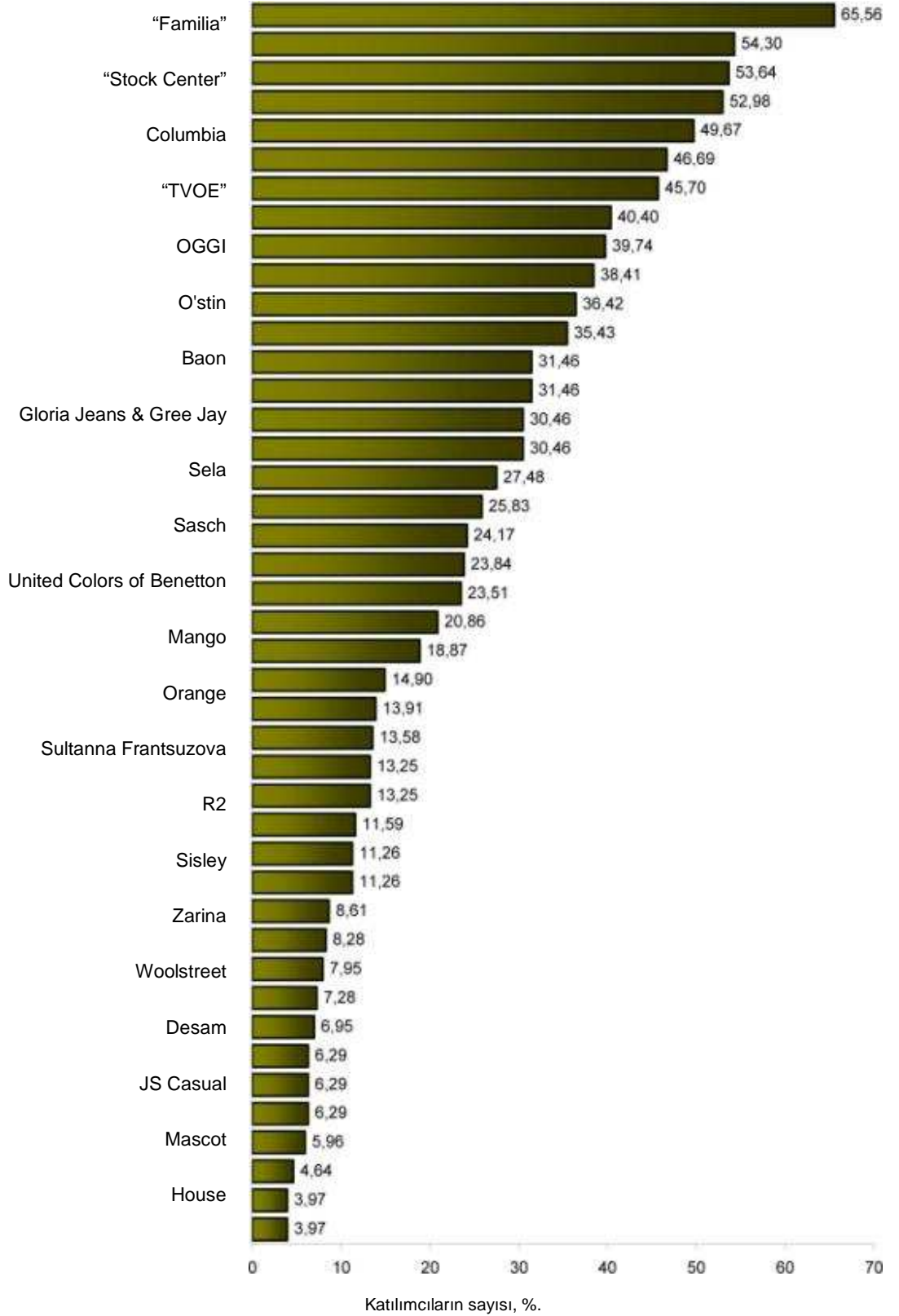
24 Bu alternatifler %100'e tamamlanamamaktadır çünkü Katılımcılar birden fazla seçimde bulunmuşlardır.

Giyim mağazasının adı	Erkek	Kadın
Befree	6,29	14,56
JS Casual	6,29	14,02
Henderson	13,25	12,40
Camaieu	1,99	11,86
Glance	2,65	10,51
Gregory	5,96	9,97
R2	11,59	9,70
Donatto	3,97	6,47
House	3,97	5,93
"Gota"	0,99	5,66
Concept Club	0,66	5,12

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

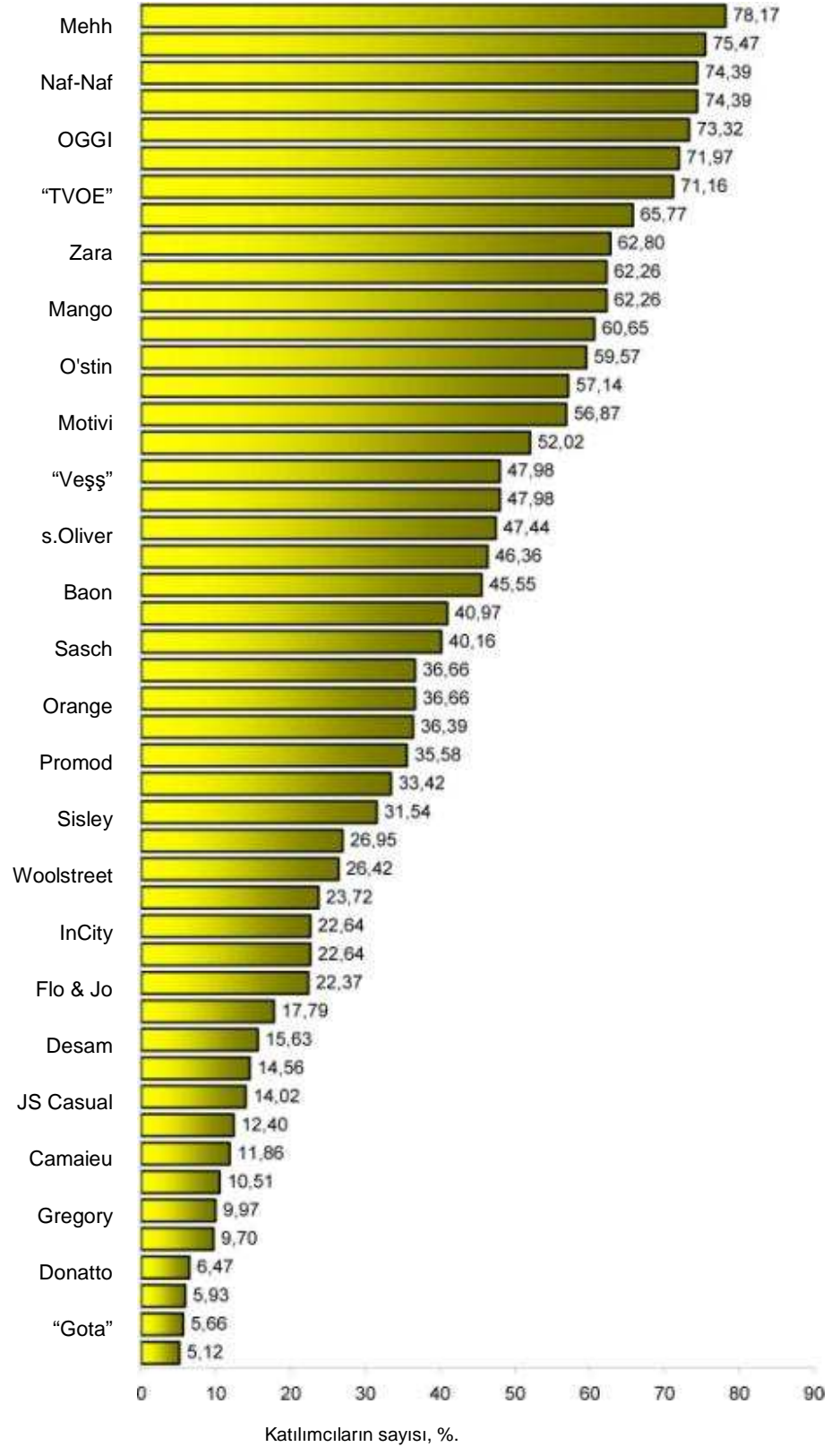


**Diyagram 37. Moskovalı erkek internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (derecelendirmesi) (%2'ye kadar)**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 38. Moskovalı bayan internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (%2'ye kadar)**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Diğer yaş gruplarında birinci sırada gelmesine karşın Familia mağazası 18-23 yaş grubunda dördüncü sırada gelmektedir.

18-23 yaş grubunda ilk sırada Mehh mağazası yer almaktadır. Mehh gençler arasında öne çıkıyor ve bu marka 46 yaş ve üzerindekilerde ki sıralamada ise 6 ıncı sırada yer almaktadır.

TVOE mağaza markasının bilinirlik seviyesi, yaş grupları içerisinde 30 yaş üzerindekielerde göze çarpmaktadır (sıralamada 3 üncü sırada)

Stok Center mağazası 36 ve yukarı yaş gurubunda sıralamalarda ikinci sırayı almıştır. 24-30 yaş gurubunda beşinci sırada, 18-23 ve 31-35 yaş gurubunda yedinci sırada yer almıştır.

OGGI mağazası 36-45 yaş gurubunda dördüncü sırada yer alarak daha popüler olmuştur. 18-23 yaş gurubunda OGGI beşinci sırada yer almıştır. OGGI mağazası, 36-45 yaş gurubu ve oradan alışveriş yapmayı tercih eden gençler arasında Kayda değer derecede önem arz etmiştir.

Zara mağazası 46 ve yukarısı yaş gurubunda sıralamalarda altıncı sırada yer almıştır.

18-23 ve 31-35 yaş gurubunda marka dokuzuncu sırada yer almaktadır, 24-30 yaş gurubunda on birinci sırada ve 36-45 yaş gurubunda ise on ikinci sırada yer almaktadır.

Sasch mağazasının tanınırlığı diğer guruplardaki sıralamalarda 6-14 sıra yukarda iken 46 ve yukarisındaki yaş gurubunda yedinci sırada yer almaktadır.

**Tablo 56. Her yaş grubu arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının bilinirlik düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazasının adı	18-23	24-30	31-35	36-45	46 ve üstü
"Familia"	71,20	<b>77,57</b>	<b>77,78</b>	<b>63,33</b>	<b>57,89</b>
Mehh	<b>78,53</b>	76,17	73,61	55,83	27,63
"TVOE"	73,82	74,30	55,56	38,33	21,05
Savage	75,39	71,96	68,06	49,17	39,47
Naf Naf	64,92	68,22	58,33	43,33	36,84
"Stock Center"	68,59	67,29	59,72	59,17	52,63
OGGI	69,63	66,36	52,78	51,67	22,37
Camelot	68,59	63,55	63,89	41,67	28,95
Columbia	61,26	63,55	65,28	49,17	28,95
O'stin	58,64	59,81	50,00	35,83	15,79
Zara	60,73	57,94	54,17	33,33	27,63
Finn Flare	53,40	56,07	45,83	39,17	17,11
Sela	53,40	55,61	36,11	38,33	19,74
"Veşş"	42,41	52,34	34,72	34,17	14,47
Baon	50,26	50,93	37,50	17,50	14,47
Gloria Jeans & Gee Jay	54,45	50,93	58,33	27,50	21,05
Mango	56,54	49,07	40,28	26,67	18,42
Motivi	53,93	47,66	44,44	27,50	17,11
Froggy	51,31	45,33	33,33	21,67	14,47

Kaynak: "RusBusinessConsulting

Giyim mağazasının adı	18-23	24-30	31-35	36-45	46 ve üstü
"5 KarmaNov"	43,46	40,65	29,17	24,17	14,47
s.Oliver	48,69	39,25	31,94	21,67	17,11
United Colors of Benetton	34,55	39,25	38,89	16,67	10,53
Sasch	36,13	36,45	44,44	21,67	22,37
Sultanna Frantsuzova	36,65	35,98	37,50	24,17	11,84
Olsen	34,03	32,24	34,72	20,83	11,84
Glenfield	21,47	30,37	30,56	10,00	6,58
Sisley	26,18	30,37	26,39	9,17	7,89
Orange	35,60	28,97	26,39	20,00	6,58
Promod	33,51	27,57	23,61	10,00	7,89
Woolstreet	17,28	27,57	16,67	10,00	5,26
MoDaMo	26,70	25,23	33,33	16,67	11,84
InCity	20,94	19,16	16,67	8,33	2,63
Flo & Jo	23,56	18,69	12,50	9,17	2,63
Zarina	15,71	18,69	25,00	17,50	5,26
Henderson	9,95	18,22	19,44	10,00	2,63
Lo	20,94	14,95	9,72	7,50	2,63
Desam	19,90	13,55	5,56	3,33	2,63
Mascot	16,23	13,08	15,28	5,83	3,95
R2	14,66	13,08	8,33	6,67	1,32
Befree	16,23	12,62	12,50	4,17	1,32
JS Casual	14,66	12,15	11,11	6,67	1,32
Gregory	5,76	10,28	18,06	5,83	2,63
Camaieu	10,99	9,81	8,33	1,67	
Glance	7,85	7,94	6,94	7,50	1,32
Donatto	4,19	7,48	5,56	4,17	3,95
House	5,24	5,61	8,33	3,33	2,63
Concept Club	2,62	4,21	4,17	3,33	
"Gota"	4,19	3,27	5,56	3,33	1,32
Extra	5,24	1,87	1,39		

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova şehrinde yaşayan internet kullanıcılarından gelir düzeylerine göre sıralanan tüm guruplarda "Familia" mağazası sıralamalarda ilk sıralarda yer almasıyla en yüksek oranda tanınan mağaza olmuştur. Sadece 31 bin ruble yukarisında geliri olan gurupta dördüncü sırada yer alarak istisna oluşturmaktadır.

31 bin ruble ve yukarisında geliri olan gurupta en yüksek tanınırlık oranı olan mağaza Mehh'tir.

Columbia mağazası diğer gelir gruplarına oranla, 31 bin ruble ve yukarisında gelire sahip olanlarda daha üst sıralarda yer almaktadır (sıralamada üçüncü sıra)

**Tablo 57. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından gruplar arasında ihtisaslaşmış giyim mağazasının bilinirlik düzeyine göre Moskova'da internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazasının adı	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	11 bin rubleye kadar	31 bin ruble ve üstü
"Familia"	71,03	81,88	68,75	72,48	61,49
Mehh	59,81	71,14	65,63	57,80	78,38
Savage	60,75	67,11	65,00	55,96	71,62
"Stock Center"	64,49	69,13	63,75	67,89	54,73
"TVOE"	59,81	65,10	62,50	52,29	56,76
Camelot	57,01	60,40	60,00	44,95	60,14
Naf Naf	57,94	64,43	60,00	48,62	57,43
OGGI	50,47	65,10	58,75	52,29	60,81
Columbia	56,07	51,68	58,13	48,62	66,22
O'stin	42,06	53,69	55,63	36,70	52,03
Zara	43,93	54,36	55,63	32,11	59,46
Sela	45,79	45,64	50,00	38,53	46,62
Finn Flare	41,12	48,32	48,75	40,37	52,03
Gloria Jeans & Gee Jay	36,45	50,34	45,63	38,53	50,68
Motivi	36,45	44,97	44,38	31,19	48,65
Froggy	33,64	39,60	42,50	29,36	41,22
"Veşş"	32,71	44,30	41,88	31,19	45,95
Mango	42,06	46,98	40,63	31,19	50,00
Baon	31,78	48,32	39,38	34,86	38,51
Sasch	27,10	32,21	39,38	20,18	40,54
"5 KarmaNov"	29,91	33,56	34,38	29,36	41,89
s.Oliver	36,45	39,60	34,38	23,85	40,54
Olsen	24,30	30,87	31,25	17,43	35,14
Sultanna Frantsuzova	27,10	36,24	30,63	24,77	35,81
United Colors of Benetton	21,50	31,54	28,75	22,94	43,92
MoDaMo	14,95	25,50	25,63	19,27	28,38
Orange	24,30	26,85	25,63	23,85	30,41
Promod	17,76	27,52	25,63	19,27	24,32
Glenfield	12,15	22,82	24,38	8,26	33,78
Sisley	18,69	20,81	24,38	10,09	33,78
Woolstreet	10,28	20,81	21,88	9,17	22,30
Zarina	15,89	17,45	19,38	11,93	17,57
Flo & Jo	11,21	15,44	18,75	12,84	18,92
Lo	14,02	9,40	17,50	11,01	14,19
Mascot	7,48	11,41	16,25	6,42	14,86
InCity	14,02	18,79	15,63	6,42	20,27
Desam	12,15	13,42	13,13	9,17	8,78
Befree	13,08	11,41	11,88	4,59	12,16
JS Casual	9,35	10,07	11,88	6,42	13,51
Henderson	2,80	16,11	11,25	6,42	22,97
Camaieu	3,74	5,37	10,63	7,34	8,78
R2	8,41	11,41	8,75	5,50	16,89
Gregory	6,54	8,72	6,88	3,67	13,51
Donatto	1,87	6,04	5,63	1,83	9,46
"Gota"	2,80	2,68	5,00	3,67	3,38
Glance	5,61	6,04	5,00	6,42	11,49
Concept Club	1,87	4,70	3,75	0,92	3,38
Hiçbir mağazanın adını bilmiyorum	1,87	0,67	1,88	3,67	0,68

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Moskovalı İnternet kullanıcılarının İnternet Giyim mağazaları konusundaki tercihleri

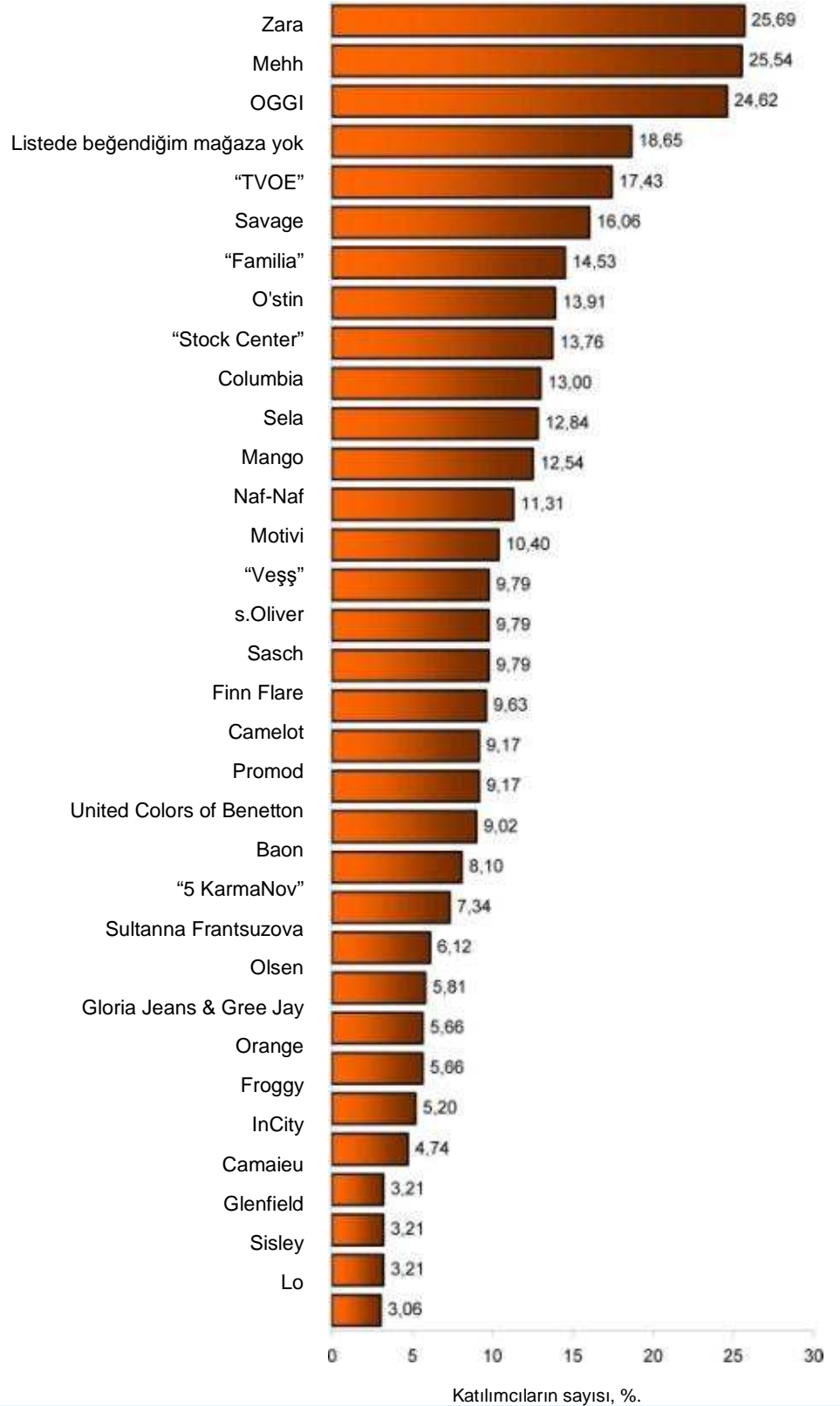
Moskova şehirinde yaşayan internet kullanıcılarının çoğu - %25.69, oranla daha çok Zara mağazasından alışveriş yapmayı tercih etmektedir. İkinci sırada %25.54 ile Mehh, üçüncü sırada ise %24.62 ile OGGI yer almaktadır. Ayrıca, Moskova şehirinde yaşayan internet kullanıcılarının %18.65 lik bir oranı (sıralamada dördüncü sırada) herhangi bir mağaza markası tercih etmemektedir.

**Tablo 58. Moskovalı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Количество респондентов, %
Zara	25,69
Mehh	25,54
OGGI	24,62
Listede beğendiğim mağaza yok	18,65
"ТVOE"	17,43
Savage	16,06
"Familia"	14,53
O'stin	13,91
"Stock Center"	13,76
Columbia	13,00
Sela	12,84
Mango	12,54
Naf Naf	11,31
Motivi	10,40
"Veşş"	9,79
s.Oliver	9,79
Sasch	9,79
Finn Flare	9,63
Camelot	9,17
Promod	9,17
United Colors of Benetton	9,02
Baon	8,10
"5 KarmaNov"	7,34
Sultanna Frantsuzova	6,12
Olsen	5,81
Gloria Jeans & Gee Jay	5,66
Orange	5,66
Froggy	5,20
InCity	4,74
Camaieu	3,21
Glenfield	3,21
Sisley	3,21
Lo	3,06

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 39. Moskovalı internet kullanıcılar arasında tercih edilme düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (%2'ye kadar)**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

“tercih ettiğim herhangi bir mağaza bulunmamaktadır” seçeneğinde erkekler başta gelmektedir - %28.22. Tercih edilen mağaza markasında birinci sırada Mehh ikinci sırada ise Zara gelmektedir.

Kadınlar arasında tercih edilen mağazalarda %39.78 ile OGGI birinci, ikinciliği %33.79 ile Zara, üçüncülüğü ise %31.06 ile Mehh almaktadır. Kadınlarda, “tercih ettiğim herhangi bir mağaza markası bulunmamaktadır” seçeneği %11.17 ile on ikinci sırada yer almaktadır.

Moskova’da tanınırlık açısından önde gelen “Familia” mağazası, erkeklerde tercih bakımından altıncı, kadınlarda ise onuncu sırada yer almaktadır.

**Tablo 59. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazalarının tercih edilme düzeylerine göre Moskovalı internet kullanıcıların oranları, %**

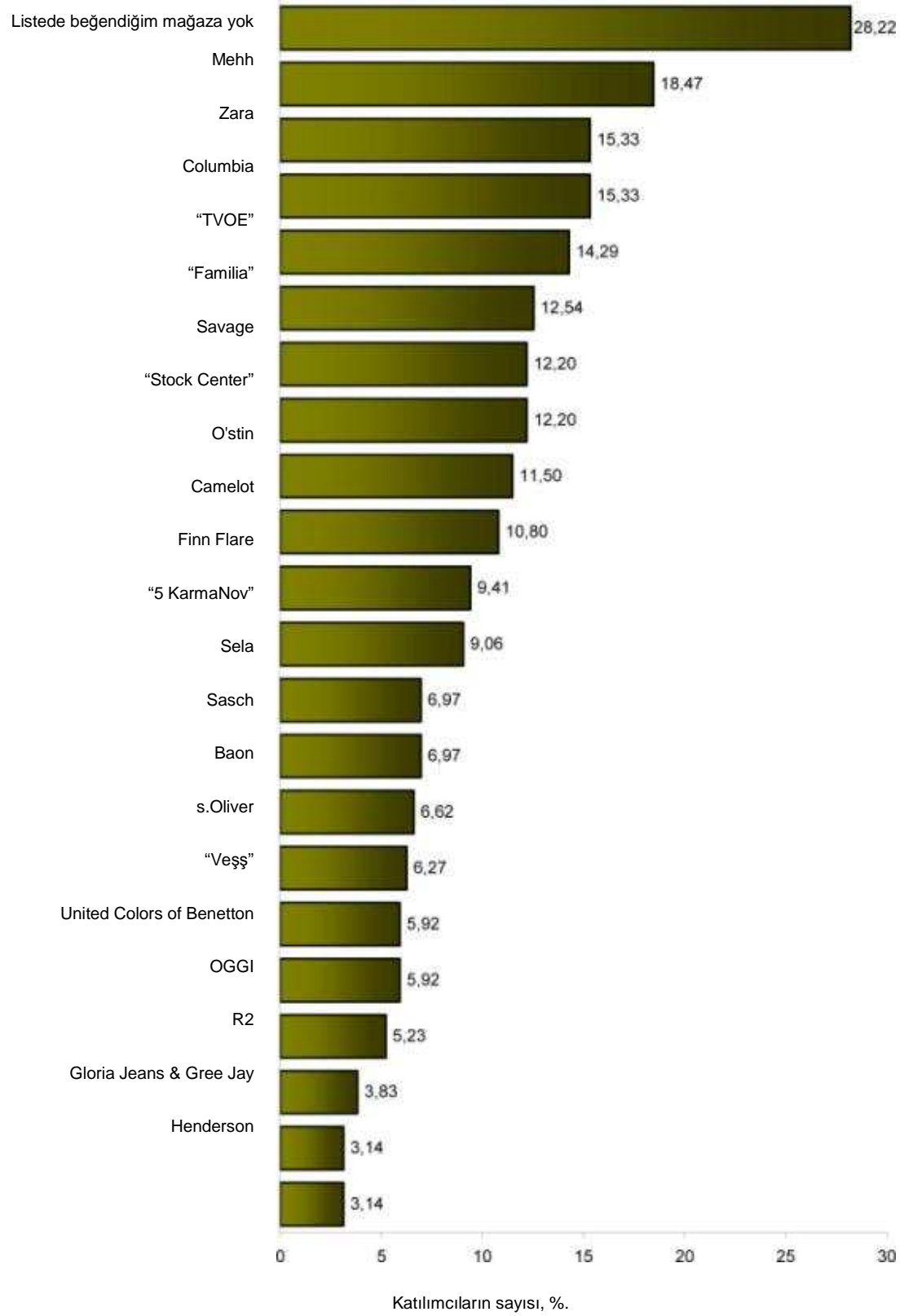
Giyim mağazasının adı	Erkek	Kadın
OGGI	5,23	<b>39,78</b>
Zara	15,33	33,79
Mehh	18,47	31,06
Mango	0,70	21,80
“TVOE”	14,29	19,89
Savage	12,20	19,07
Naf Naf	2,79	17,98
Sela	6,97	17,44
Motivi	2,44	16,62
“Familia”	12,54	16,08
O'stin	11,50	15,80
Promod	1,39	15,26
“Stock Center”	12,20	14,99
“Veşş”	5,92	12,81
s.Oliver	6,27	12,53
Sasch	6,97	11,99
United Colors of Benetton	5,92	11,44
Columbia	15,33	11,17
Listede beğendiğim mağaza yok	<b>28,22</b>	11,17
Finn Flare	9,41	9,81
Sultanna Frantsuzova	1,39	9,81
Orange	0,70	9,54
Baon	6,62	9,26
Olsen	2,09	8,72
Froggy	1,39	8,17
Camelot	10,80	7,90
Gloria Jeans & Gee Jay	3,14	7,63
InCity	1,74	7,08
“5 KarmaNov”	9,06	5,99
Camaieu	0,35	5,45
Lo	0,35	5,18
Woolstreet		5,18
Flo & Jo	0,35	4,63
Glenfield	1,39	4,63
MoDaMo	0,70	3,81
Sisley	2,44	3,81



<b>Giyim mağazasının adı</b>	<b>Erkek</b>	<b>Kadın</b>
Zarina	0,70	3,81
Befree	0,70	3,27
Glance	0,35	3,27
Mascot	0,70	3,00

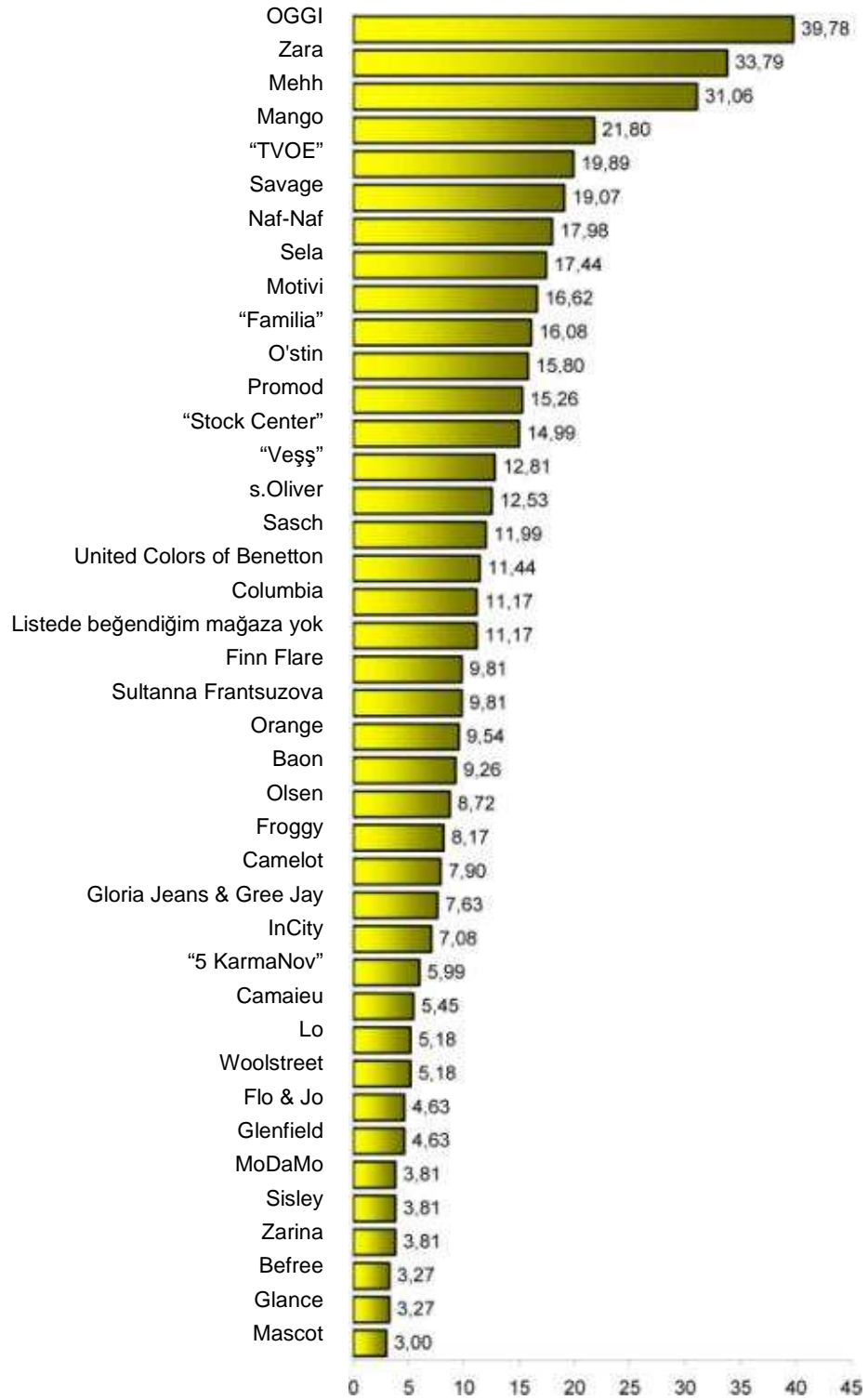
*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

**Diyagram 40. Moskova’lı erkek internet kullanıcıları arasında tercih edilme düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (%2’ye kadar)**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 41. Moskovalı bayan internet kullanıcıları arasında tercih edilme düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının reytingi (%2'ye kadar)**



Katılımcıların sayısı, %.

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

31-35 ve 46 yaş ile yukarıya yaş grupları giyim mağazalarının markalarına sadakat bakımından çok düşük bir oran göstermiş ve bu gruplarda sıralamada ilk sırayı “tercih ettiğim herhangi bir mağaza yok” seçeneği almıştır. 36-45 yaş gurubundakilerde bu cevap ikinci sırada yer almaktadır. En fazla marka sadakati 18-23 yaş grubunda ortaya çıkmıştır.

Zara, Mehh, OGGI mağazaları 18-23, 24-30 ve 31-35 yaş gruplarında sıralamalarda ilk üçte yer almışlardır.

Zara mağazası 18-23, 24-30 ve 31-35 yaş gruplarındaki sıralamalarda diğer gruplara nazaran daha üst sıralarda yer almaktadır. 18-23 yaş grubunda belirtilen marka birinci sırada, 24-30 ve 31-35 yaş grubunda ise ikinci sırada yer almıştır.

36-45 yaş ve yukarısındaki Moskovalıların tercihlerinde OGGI mağazası birinci sırada yer almaktadır.

46 yaş yukarıya yaş gurubunda sıralamalarda diğer yaş gruplarına oranla daha yüksek sıralamalarda bulunan ikinci sırayı Stock Center, üçüncü sırayı Familia mağazaları almıştır. 31-35 yaş grubunda ilgili mağazalar dördüncü sırada, 36-45 yaş gurubunda beşinci sırada, 18-23 yaş gurubunda yedinci sırada, Stock Center mağazası 24-30 yaş gurubunda on yedinci sırada, Familia mağazası ise on ikinci sırada yer almıştır.

Savage mağazası 31-35 yaş gurubunda üçüncü sırada yer almakta iken, bu mağaza diğer yaş guruplarında 2-4 üncü sıralardan daha yukarda değildir. Ayrıca United Colors of Benetton mağazasının tercihinde de belirgin farklar görülmektedir. Bu mağaza 31-35 yaş gurubunda dördüncü sırada yer almakta iken diğer yaş guruplarında 6-14 üncü sıralarda yer almaktadır.

**Tablo 60. Her yaş grubu tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazalarının tercih edilme düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazasının adı	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
Mehh	28,95	<b>33,18</b>	20,29	17,24	10,77
Zara	<b>35,79</b>	28,97	20,29	12,07	15,38
OGGI	27,89	28,04	20,29	<b>25,00</b>	7,69
“TVOE”	24,21	22,43	5,80	11,21	4,62
O'stin	16,32	19,63	10,14	7,76	3,08
Savage	15,79	18,22	17,39	16,38	7,69
Sela	10,53	16,82	7,25	16,38	6,15
Listede beğendiğim mağaza yok	11,05	15,89	<b>28,99</b>	21,55	33,85
Columbia	11,05	15,42	7,25	18,97	6,15
Naf Naf	15,79	14,02	11,59	3,45	3,08
United Colors of Benetton	7,89	14,02	11,59	4,31	1,54
Mango	18,42	13,55	11,59	6,90	3,08
“Familia”	15,79	12,62	11,59	16,38	<b>16,92</b>
Finn Flare	6,84	12,62	5,80	14,66	3,08
“Veşş”	8,95	12,15	8,70	11,21	3,08
s.Oliver	14,21	11,21	4,35	6,03	4,62
Motivi	14,74	10,75	10,14	7,76	1,54
Baon	8,95	10,28	5,80	5,17	6,15
Promod	13,16	10,28	8,70	5,17	1,54

Kaynak: “RusBusinessConsulting

Giyim mağazasının adı	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
Sasch	12,63	10,28	8,70	5,17	9,23
"Stock Center"	15,79	9,81	11,59	16,38	18,46
Gloria Jeans & Gee Jay	2,11	9,35	7,25	4,31	4,62
Camelot	10,00	8,88	5,80	12,93	4,62
"5 KarmaNov"	10,00	8,41	5,80	6,03	
Olsen	6,32	7,01	2,90	5,17	4,62
InCity	5,79	6,54	4,35	2,59	
Froggy	6,32	6,07	7,25	2,59	1,54
Glenfield	2,11	5,14	7,25		1,54
Orange	11,58	5,14	1,45	1,72	1,54
Sultanna Frantsuzova	8,95	5,14	5,80	4,31	4,62
Woolstreet	1,58	4,67	2,90	2,59	1,54
Camaieu	5,26	4,21	1,45	0,86	
Sisley	3,16	4,21	4,35	1,72	1,54
MoDaMo	2,63	3,27	1,45	1,72	1,54
Flo & Jo	3,16	2,80	2,90	3,45	
Lo	4,21	2,80	5,80	1,72	
Mascot	2,11	2,80	1,45	1,72	
R2	2,63	2,80	1,45	2,59	
Henderson		2,34	2,90	3,45	
JS Casual	4,21	2,34	2,90		
Zarina	2,11	2,34	4,35	1,72	
Befree	3,68	1,87	1,45	3,45	
Glance	2,11	1,87		3,45	1,54

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova'daki internet kullanıcılarında 11 bin ruble ve aşağısında gelire sahip kişilerin tercihinde OGGI, Stock Center, Familia ve TVOE gibi düşük fiyatlı mağazalar ön sıralarda gelmektedir. Bu guruptaki tüketicilerin çoğu herhangi bir giyim markası tercihine sahip değildir.

21 bin ruble yukarısında gelir sahip orta gelir düzeyindeki Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarında ilk iki sırayı Mehh ve Zara mağazaları almaktadır.

21-30 bin ruble gelire sahip gurupta OGGI mağazası 31 bin ruble ve yukarısında gelire sahip gurupta ise Savage mağazası tercih edilmektedir.

**Tablo 61. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup tarafından ihtisaslaşmış giyim mağazalarının tercih edilme düzeyine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazasının adı	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
Zara	15,69	18,45	22,97	<b>33,97</b>	31,72
Mehh	10,78	18,45	22,30	31,41	<b>37,93</b>
OGGI	26,47	<b>26,21</b>	<b>28,38</b>	26,28	16,55
Savage	6,86	16,50	12,84	20,51	20,69
"TVOE"	20,59	20,39	17,57	18,59	11,72
Naf Naf	1,96	8,74	12,16	18,59	11,03
O'stin	12,75	8,74	13,51	17,95	14,48

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
Motivi	7,84	8,74	10,81	16,03	6,90
Columbia	7,84	12,62	8,11	15,38	19,31
Mango	9,80	7,77	14,19	15,38	13,10
Listede beğendiğim mağaza yok	<b>27,45</b>	20,39	18,92	14,74	15,17
Sasch	2,94	6,80	10,14	13,46	12,41
Sela	12,75	12,62	14,19	12,82	11,72
"Stock Center"	24,51	14,56	14,86	11,54	6,90
Finn Flare	5,88	9,71	8,11	11,54	11,72
Promod	6,86	5,83	13,51	11,54	6,21
s.Oliver	5,88	7,77	8,78	11,54	13,10
"Familia"	18,63	19,42	20,95	10,90	5,52
Baon	9,80	5,83	8,11	9,62	6,90
"5 KarmaNov"	5,88	4,85	5,41	8,97	10,34
Camelot	2,94	10,68	9,46	8,97	12,41
United Colors of Benetton	2,94	5,83	8,11	8,97	16,55
Sultanna Frantsuzova	1,96	4,85	5,41	8,33	8,28
"Veşş"	10,78	7,77	12,16	7,69	10,34
Froggy	1,96	3,88	4,05	7,69	6,90
Woolstreet	0,98	1,94		7,69	2,76
InCity	2,94	4,85	4,73	5,77	4,83
Gloria Jeans & Gee Jay	6,86	7,77	5,41	5,13	4,14
Olsen	2,94	3,88	5,41	5,13	10,34
Orange	4,90	6,80	5,41	5,13	6,21
Zarina	0,98	3,88	1,35	5,13	0,69
Camaieu	3,92	1,94	1,35	4,49	4,14
Lo	0,98	3,88	3,38	4,49	2,07
Flo & Jo	4,90		4,05	3,85	0,69
Glenfield	1,96	1,94	2,03	3,21	6,21
JS Casual		2,91	3,38	3,21	1,38
Befree	0,98	4,85	2,03	2,56	0,69
MoDaMo	0,98	1,94	3,38	2,56	2,76
Sisley			3,38	2,56	8,28
Mascot	0,98	1,94	1,35	1,92	3,45
R2	0,98	3,88	0,68	1,92	4,14
Glance	0,98	1,94	2,03	0,64	4,14
Henderson			1,35	1,28	4,83

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### Moskova'da yaşayan İnternet Kullanıcılarının giysiye harcadıkları aylık ortalama miktarlar

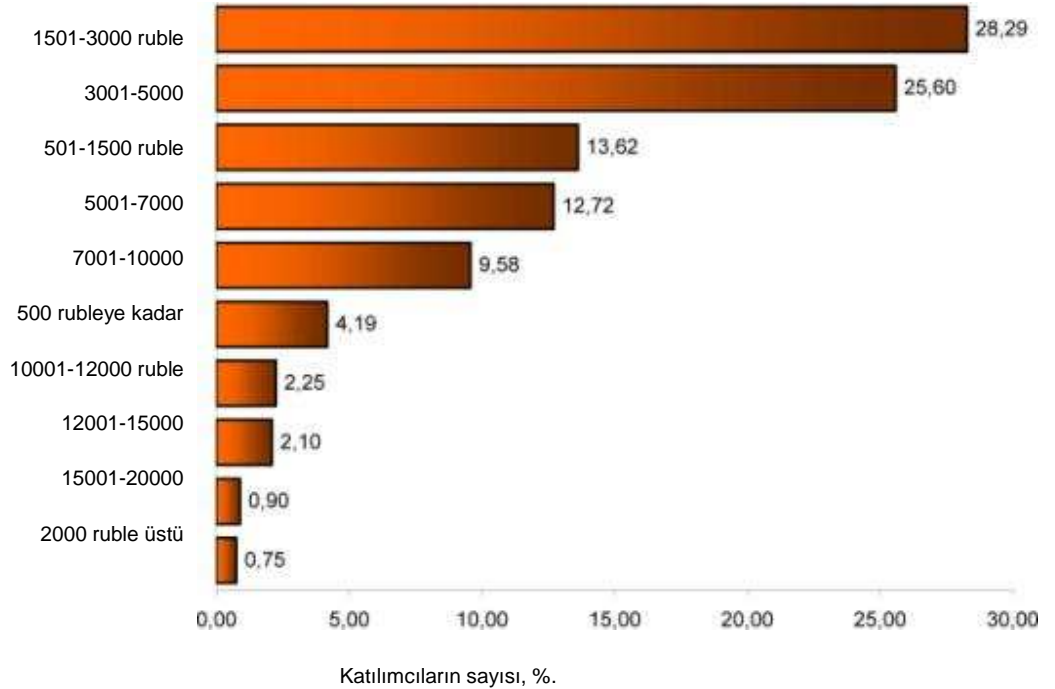
Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının çoğu giysiye ayda ortalama (çorap ve benzeri ürünler hariç) 1501-3000 ruble harcama yapmaktadırlar. – 28,29%. İkinci sırada aylık ortalama 3001-5000 rublelik aylık giysi harcaması yapan grup gelmektedir. – %25,60, üçüncü sırada – 501-1500 ruble. – %13,62.

Moskova'da giysiye aylık yapılan harcamaların ortalaması 4232.89 rubledir. Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarını dikkate alırsak ki bu rakam 5 milyon kişidir, bu kişilerin toplam harcamaları 254 milyar ruble yani 10 milyar dolardır.

**Tablo 62. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim satın almak için yaptıkları ortalama aylık harcamalarının derecelendirmesi, %**

Aylık giyime yapılan ortalama masraf	Katılımcıların sayısı,%
1 501-3 000 ruble	28,29
3 001-5 000 ruble	25,60
501-1 500 ruble	13,62
5 001-7 000 ruble	12,72
7 001-10 000 ruble	9,58
500 rubleye kadar	4,19
10 001-12 000 ruble	2,25
12 001-15 000 ruble	2,10
15 001-20 000 ruble	0,90
20000 ruble ve üstü	0,75
Toplam	100,00

**Diyagram 42. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim satın almak için yaptıkları ortalama aylık harcamaların miktarlarının reytingi (derecelendirmesi), %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

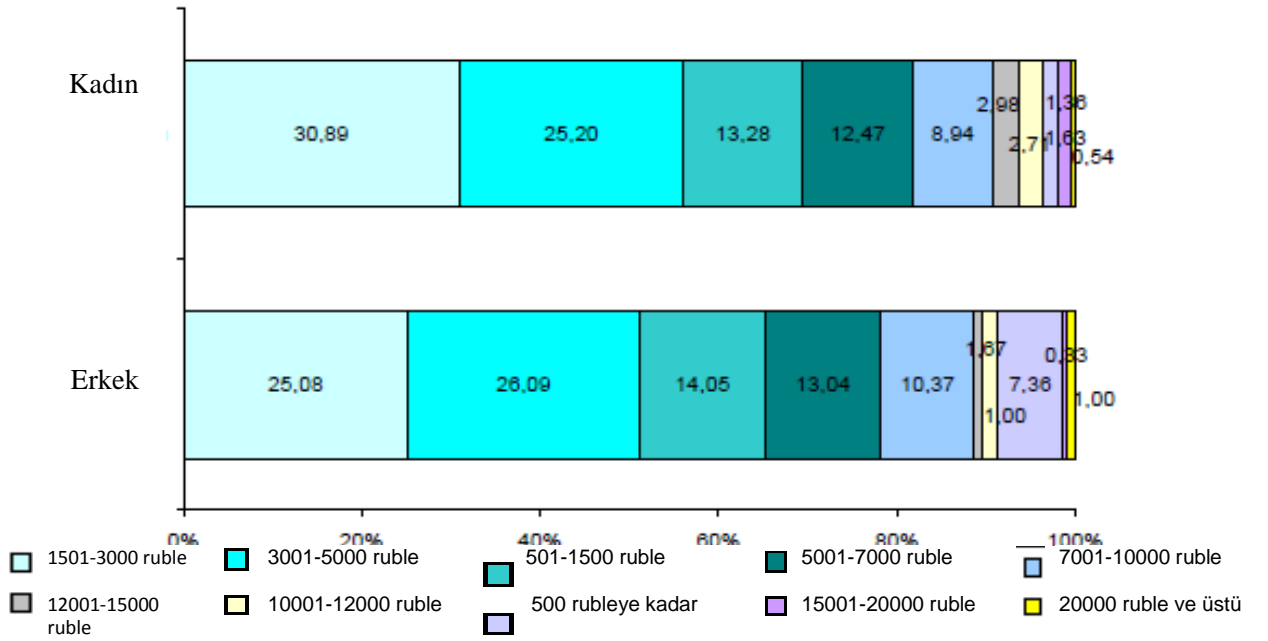
Kadınların çoğu giysiye aylık 1501-3000 ruble harcamaktadır, erkeklerde bu oran aylık 3001-5000 rubledir. Fakat erkek internet kullanıcılarının aylık harcamalarının ortalaması kadın kullanıcılardan azdır. 4028,05 rubleye karşın 4398,86 ruble

**Tablo 63. Erkekler ve ayrı olarak kadınların giyim eşyalarına yaptıkları aylık ortalama harcama miktarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyime yapılan masraf	Erkek	Kadın
1 501-3 000 ruble	25,08	30,89
3 001-5 000 ruble	26,09	25,20
501-1 500 ruble	14,05	13,28

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 43. Erkeklerin ve ayrı olarak da bayanların giyim satın almak için yaptıkları aylık ortalama harcamalara göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının hemen hemen tüm yaş guruplarında sıralamalarda ilk sırayı aylık 1501-3000 rublelik giyim harcaması almaktadır. Aylık 3001-5000 rublelik giyim harcamasıyla 24-30 yaş gurubu istisna oluşturmaktadır.

46 ve yukarısı yaş gurubunda giysiye aylık 500 ruble harcama oranı diğer guruplara oranla farklılık göstererek üçüncü sırada yer almıştır. 18-23 ve 36-45 yaş guruplarında 500 rubleye kadar olan harcama seçeneği beşinci sırada, 31-35 yaş gurubunda altıncı sırada, 24-30 yaş gurubunda ise yedinci sırada yer almıştır.

18-23 yaş gurubunun aylık giysi harcama oranı 4765.03 ruble ile diğer guruplara oranla daha fazla olmuştur.

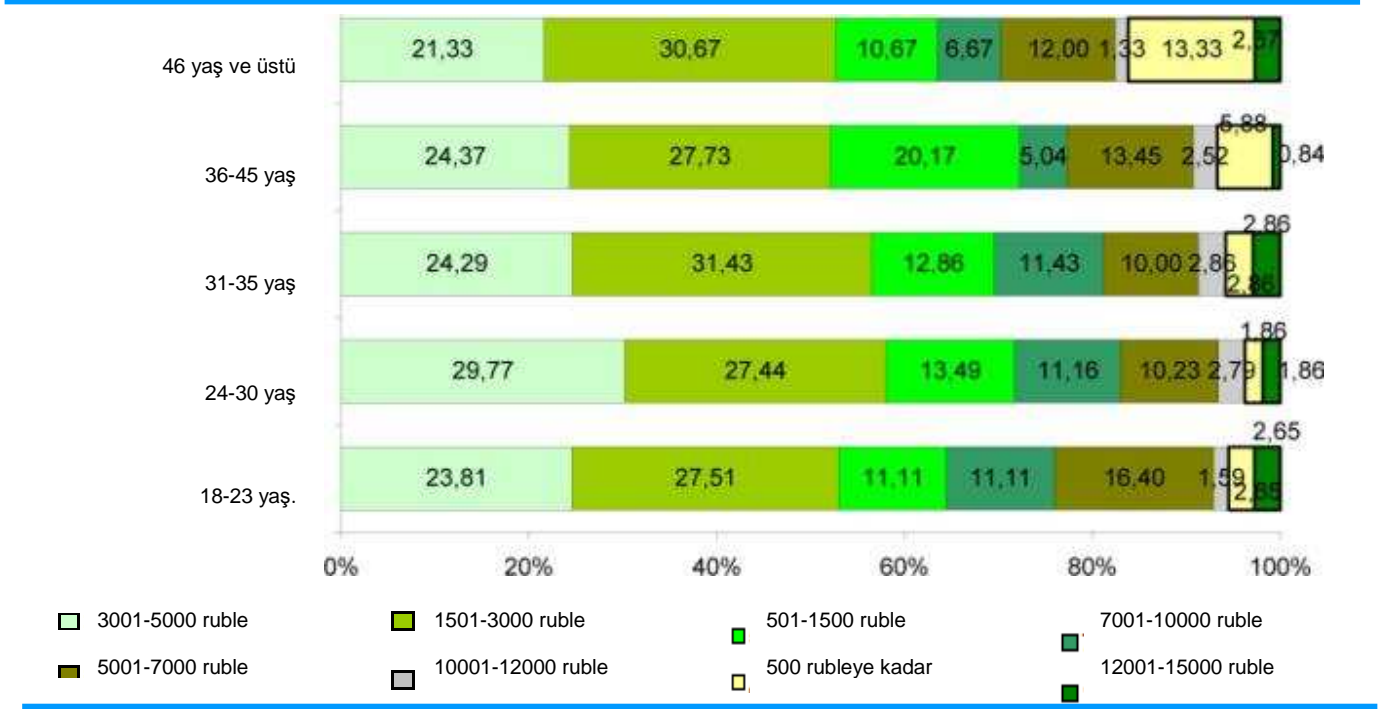
**Tablo 64. Her yaş grubunun giyim eşyalarına yaptıkları ortalama aylık harcama miktarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Aylık giyime yapılan ortalama masraf	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
3 001-5 000 ruble	23,81	<b>29,77</b>	24,29	24,37	21,33
1 501-3 000 ruble	<b>27,51</b>	27,44	<b>31,43</b>	<b>27,73</b>	<b>30,67</b>
501-1 500 ruble	11,11	13,49	12,86	20,17	10,67
7 001-10 000 ruble	11,11	11,16	11,43	5,04	6,67
5 001-7 000 ruble	16,40	10,23	10,00	13,45	12,00
10 001-12 000 ruble	1,59	2,79	2,86	2,52	1,33
500 rubleye kadar	2,65	1,86	2,86	5,88	13,33
12 001-15 000 ruble	2,65	1,86	2,86	0,84	2,67
15 001-20 000 ruble	1,06	1,40			1,33
20000 ruble ve üstü	2,12		1,43		
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Ortalama değerde giyim için aylık ortalama masraflar, ruble</b>	<b>4765,03</b>	<b>4317,93</b>	<b>4379,05</b>	<b>3456,35</b>	<b>3743,77</b>

Kaynak: "RusBusinessConsulting"



**Diyagram 44. Farklı yaş gruplarının giyim satın almak için yaptıkları aylık ortalama harcamalarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova şehrinde yaşayan değişik gelir guruplarından internet kullanıcılarının aylık ortalama giysi harcamaları 3001-5000 rubledir. Yalnızca, 11 bin rubleye kadar geliri olanlar ve 16-20 bin ruble arasında geliri olanlar, aylık 1501-3000 ruble giysi harcama oranı ile istisna oluşturmuşlardır

Kişi başına aylık ortalama 11 bin ruble geliri olanlarda, çoğunlukla 501-1500 ruble giysi harcama seçeneği tercih edilmiştir. – sıralamalarda ikinci sıra.

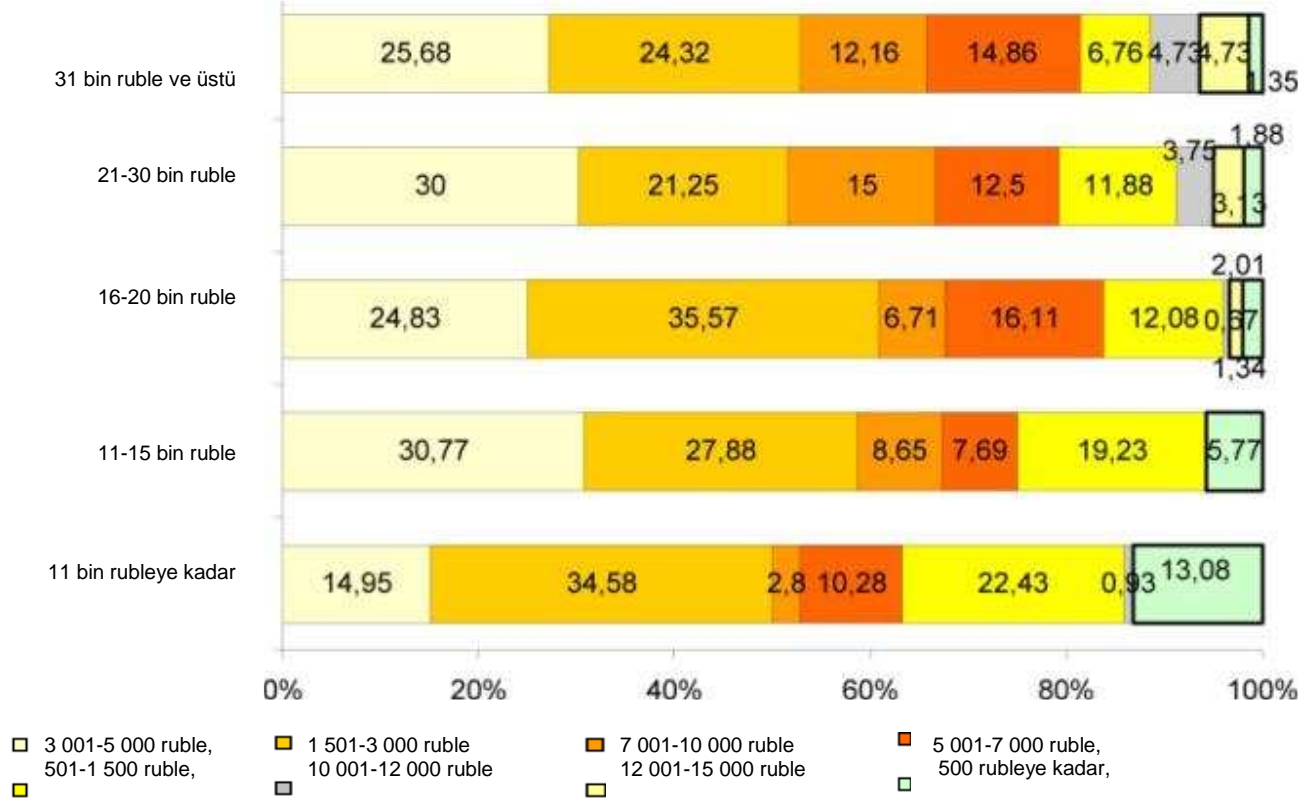
Aylık kişi başına gelir ile aylık giysi harcama oranı arasında doğrudan ilişki görülmektedir.

**Tablo 65. Aile bireylerinde her kişi başına aylık ortalama gelir bakımından her grubun giyime yaptıkları aylık ortalama harcama miktarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Aylık giyime yapılan ortalama masraf	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
3 001-5 000 ruble	14,95	30,77	24,83	30,00	25,68
1 501-3 000 ruble	34,58	27,88	35,57	21,25	24,32
7 001-10 000 ruble	2,80	8,65	6,71	15,00	12,16
5 001-7 000 ruble	10,28	7,69	16,11	12,50	14,86
501-1 500 ruble	22,43	19,23	12,08	11,88	6,76
10 001-12 000 ruble	0,93		0,67	3,75	4,73
12 001-15 000 ruble			1,34	3,13	4,73
500 rubleye kadar	13,08	5,77	2,01	1,88	1,35
15 001-20 000 ruble	0,93		0,67	0,63	2,03
20 000 ruble ve üstü					3,38
Toplam	100		100	100	100
Ortalama değerde giyim için aylık ortalama masraflar, ruble	2787,82	3276,91	3834,38	4775,49	5763,99

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 45. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bağlamında her bir grubun giyim satın almak için yaptığı aylık ortalama harcamaya göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları,**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarından Farklı giysi çeşidi tüketicileri için maksimum kabul edilebilir fiyatlar.

#### Erkek Giyim

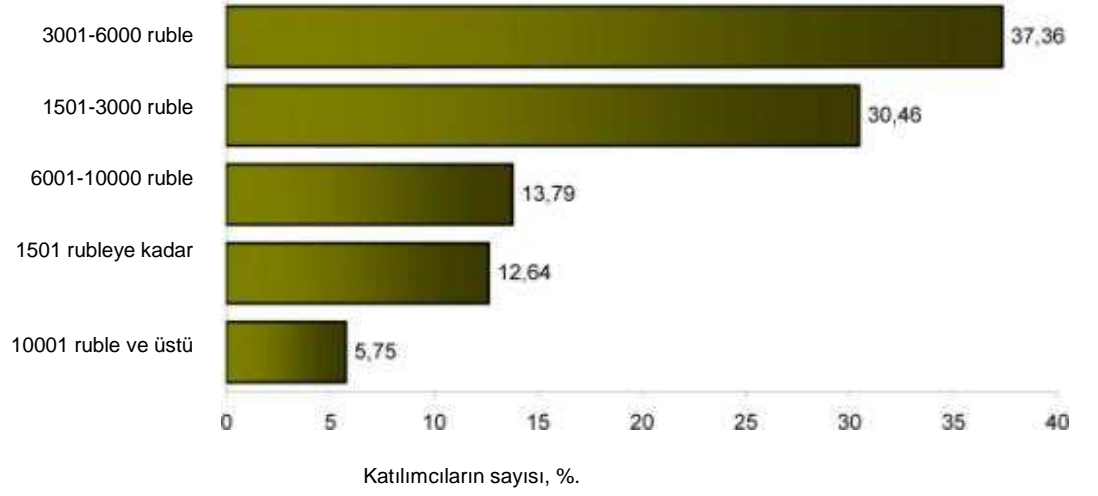
Erkek ceket için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%37,36) kabul edilebilir maksimum fiyat 3001-6000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı erkeklerin %44'ü "ceket kullanmıyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir. Ceket için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 4000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan ceket için en düşük fiyat 500 ruble, en yüksek fiyat ise 6000 ruble olmuştur.

**Tablo 66. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek ceketinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı**

1 Ceketin fiyatı	Katılımcıların sayısı, %
3001-6000 ruble	37,36
1501-3000 ruble	30,46
6001-10000 ruble	13,79
1501 rubleye kadar	12,64
10001 ruble ve üstü	5,75
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 46. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir ceketin kabul edilebilir en yüksek fiyatı**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

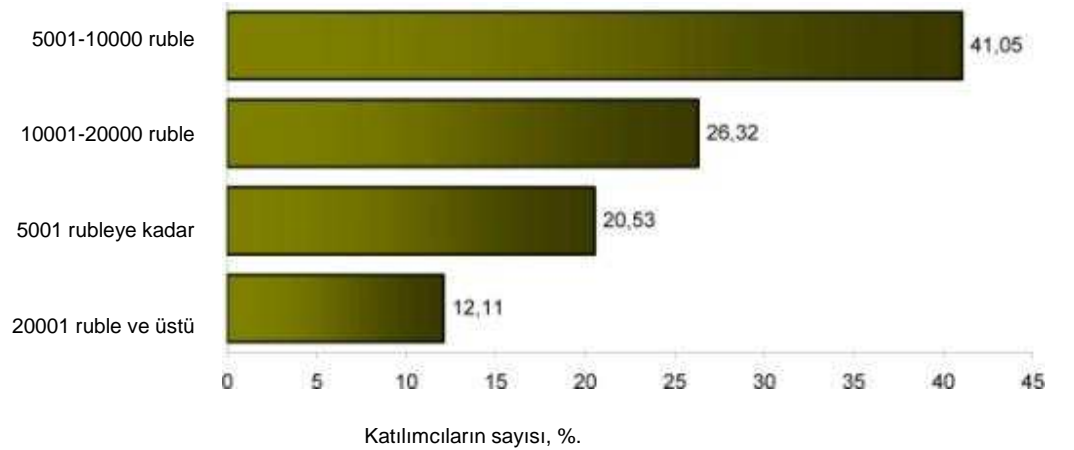
Takım elbise için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%41.05) kabul edilebilir maksimum fiyat 5001-10000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı erkeklerin %39'u "takım elbise giymiyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir. Takım elbise için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 10000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan ceket için en düşük fiyat 1000 ruble, en yüksek fiyat ise 200000 ruble olmuştur.

**Tablo 67. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek iş takım elbisesinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Ceketin fiyatı	Katılımcıların sayısı, %
5001-10000 ruble	41,05
10001-20000 ruble	26,32
5001 rubleye kadar	20,53
20001 ruble ve üstü	12,11
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 47. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek iş takım elbisesinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Gömlek için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%39.56) kabul edilebilir maksimum fiyat 501-1500 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı erkeklerin %12'si "gömlek giymiyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

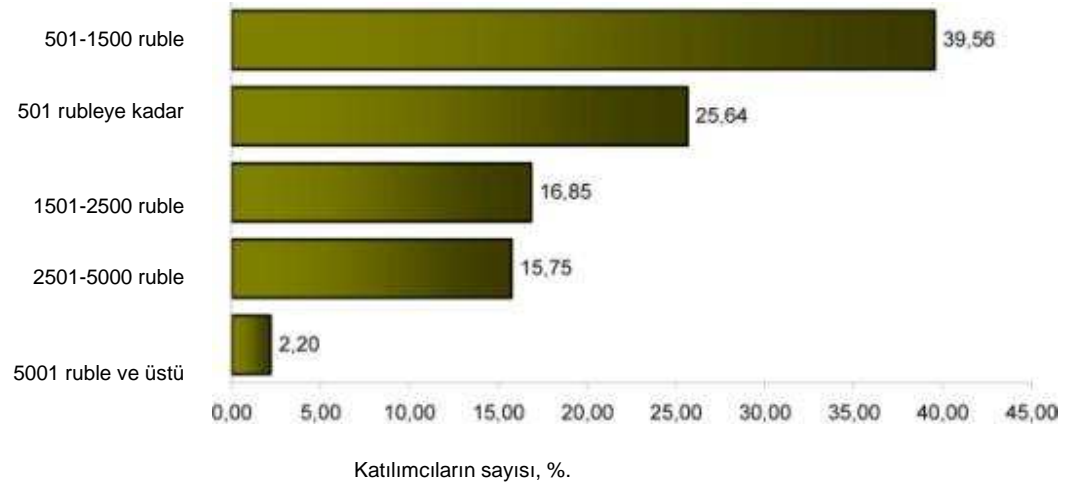
Gömlek için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 1500 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan gömlek için en düşük fiyat 100 ruble, en yüksek fiyat ise 10000 ruble olmuştur.

**Tablo 68. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre bir erkek gömleğinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Gömleğin fiyatı	Katılımcıların sayısı, %
501-1500 ruble	39,56
501 rubleye kadar	25,64
1501-2500 ruble	16,85
2501-5000 ruble	15,75
5001 ruble ve üstü	2,20
Toplam	100,00

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

**Diyafram 48. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre bir erkek gömleğinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı,**



*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

Kazak için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%54.51) kabul edilebilir maksimum fiyat 1001-3000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı erkeklerin %18'i "Kazak giymiyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

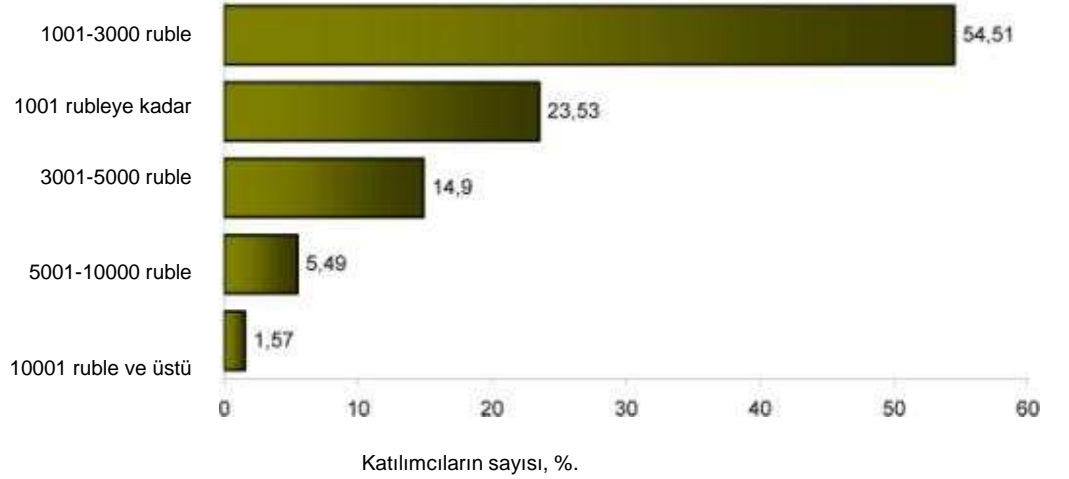
Kazak için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 2000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan Kazak için en düşük fiyat 250 ruble, en yüksek fiyat ise 20000 ruble olmuştur.

**Tablo 69. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek kazağının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Kazağın fiyatı	Katılımcıların sayısı, %
1001-3000 ruble	54,51
1001 rubleye kadar	23,53
3001-5000 ruble	14,90
5001-10000 ruble	5,49
10001 ruble ve üstü	1,57
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyaqram 49. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek kazağının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, % 107**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Kot pantolon için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%43.36) kabul edilebilir maksimum fiyat 1501-3000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcıları erkeklerin %8'i "kot pantolon giymiyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

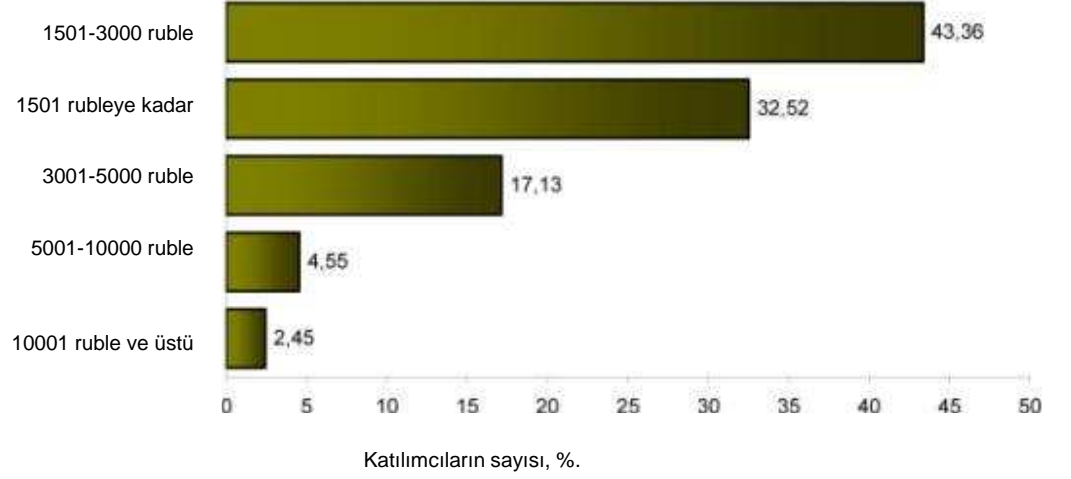
Kot pantolon için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 2500 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan kot pantolon için en düşük fiyat 300 ruble, en yüksek fiyat ise 20000 ruble olmuştur.

**Tablo 70. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek kotunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Jean fiyatı	Katılımcıların sayısı, %
1501-3000 ruble	43,36
1501 rubleye	32,52
3001-5000 ruble	17,13
5001-10000 ruble	4,55
10001 ruble ve üstü	2,45
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 50. Moskova’lı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek kotunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı,**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Pantolon için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%34.32) kabul edilebilir maksimum fiyat 1001-2000 ruble olmuştur. Moskova’da yaşayan internet kullanıcısı erkeklerin %24’si “pantolon giymiyorum” seçeneğini tercih etmişlerdir.

Pantolon için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 2000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan pantolon için en düşük fiyat 200 ruble, en yüksek fiyat ise 20000 ruble olmuştur.

**Tablo 71. Moskova’lı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek pantolonunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı,**

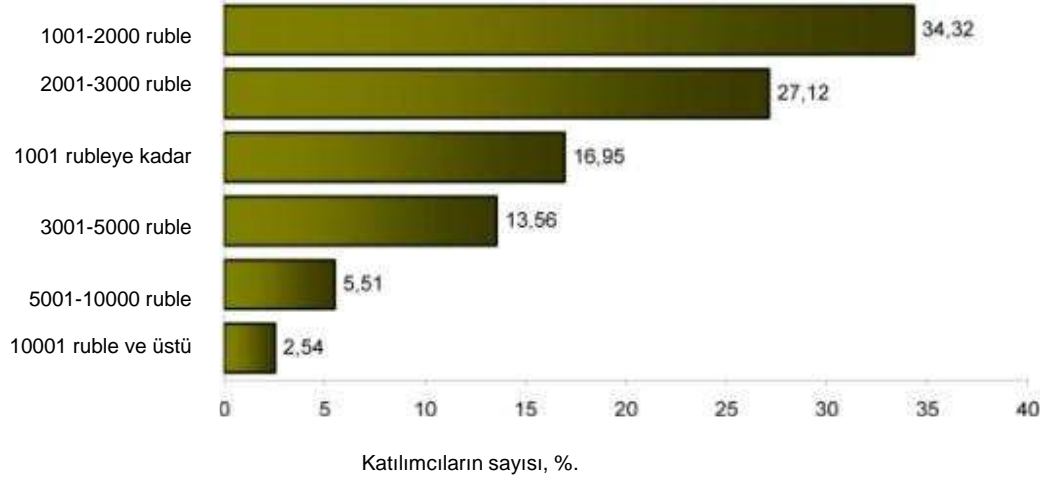
1 Pantolon fiyatı	Katılımcıların sayısı, %
1001-2000 ruble	34,32
2001-3000 ruble	27,12
1001 rubleye kadar	16,95
3001-5000 ruble	13,56
5001-10000 ruble	5,51
10001 ruble ve üstü	2,54
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Sezon ortası montlar için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%34.32) kabul edilebilir maksimum fiyat 3001-5000 ruble olmuştur. Moskova’da yaşayan internet kullanıcısı erkeklerin %13’ü “sezonluk mont giymiyorum” seçeneğini tercih etmişlerdir.

Sezon ortası montlar için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 5000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan sezon ortası montlar için en düşük fiyat 350 ruble, en yüksek fiyat ise 40000 ruble olmuştur.

**Diyagram 51. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek pantolonunun kabul edilebilir en yüksek fiyatı,**



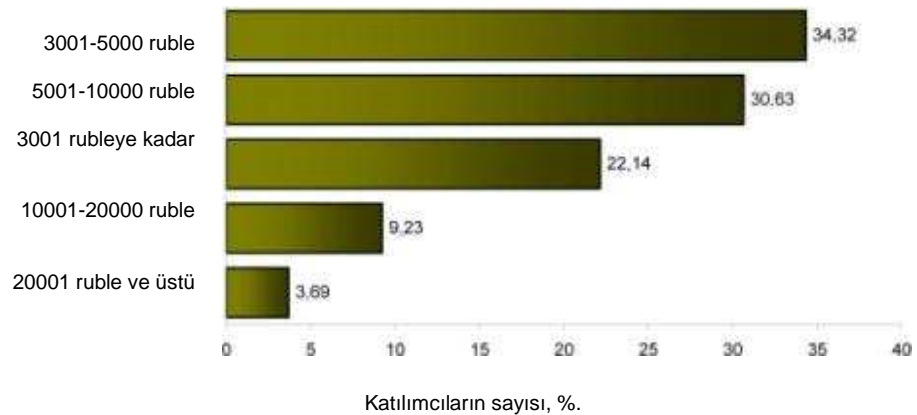
Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Tablo 72. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek mevsimlik montun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Mevsimlik mont fiyatı	Katılımcıların sayısı,%
3001-5000 ruble	34,32
5001-10000 ruble	30,63
3001 rubleye kadar	22,14
10001-20000 ruble	9,23
20001 ruble ve üstü	3,69
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 52. Moskovalı erkek internet kullanıcılarına göre tek bir erkek mevsimlik montun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



İlgili ürünlerden kabul edilebilir maksimum fiyat için en yüksek medyan 10000 ruble ile takım elbise için olmuştur.

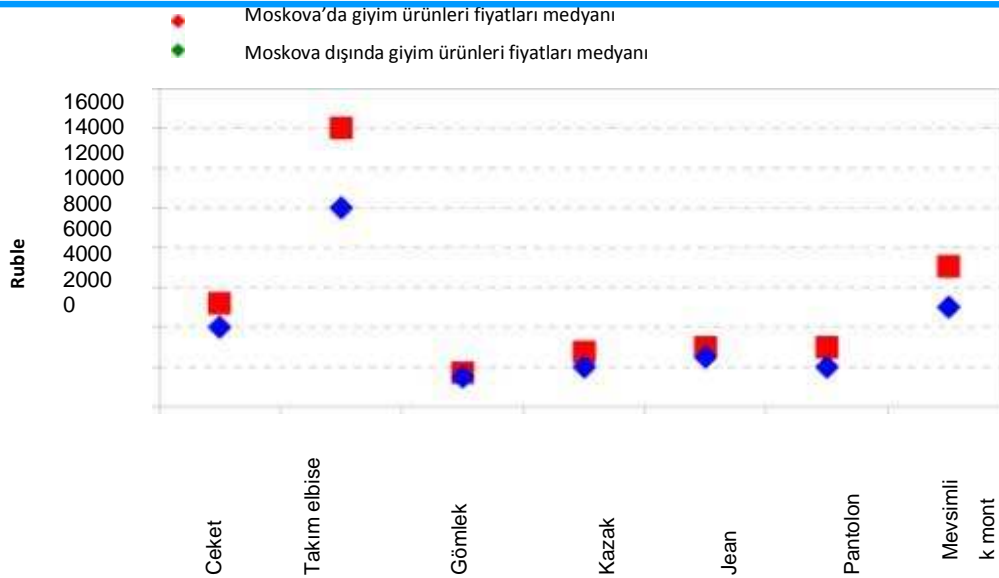
Erkek giyimindeki ortalama, medyan ve standart fiyat sapmalarında en önemli dağılım takım elbise için kabul edilebilir azami fiyatlarda görülmektedir.

**Tablo 73. Moskova’da erkek giyim eşyaları bedellerinin istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble**

Parametre	Ceket	Takım elbise	Gömlek Jean	Kazak	Pantolon	Mevsimlik mont	
Giyim ürününün ortalama fiyatı, ruble	5193,48	14008,77	1699,08	2741,57	2975,94	2972,03	7046,68
Giyim ürünü fiyatları medyanı, ruble	4000,00	10000,00	1500,00	2000,00	2500,00	2000,00	5000,00
Giyim ürününün fiyatları standart sapma değeri, ruble	5861,81	18477,18	1554,92	2535,29	2782,00	2815,86	6064,99
Giyim ürünü fiyatlarının en düşük Değeri, ruble	500,00	1000,00	100,00	250,00	300,00	200,00	350,00
Giyim ürünü fiyatının en yüksek değeri, ruble	60000,00	200000,00	10000,00	20000,00	20000,00	20000,00	4000,00

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

**Moskova’da erkek giyim eşyaları bedellerinin istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble**



Kaynak: “RusBusinessConsulting”



## Kadın Giyim

Kadın elbisesi / kadın ceketi için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%42.59) kabul edilebilir maksimum fiyat 1501-3000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı kadınların %28'i "Kadın elbisesi / kadın ceketi giymiyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

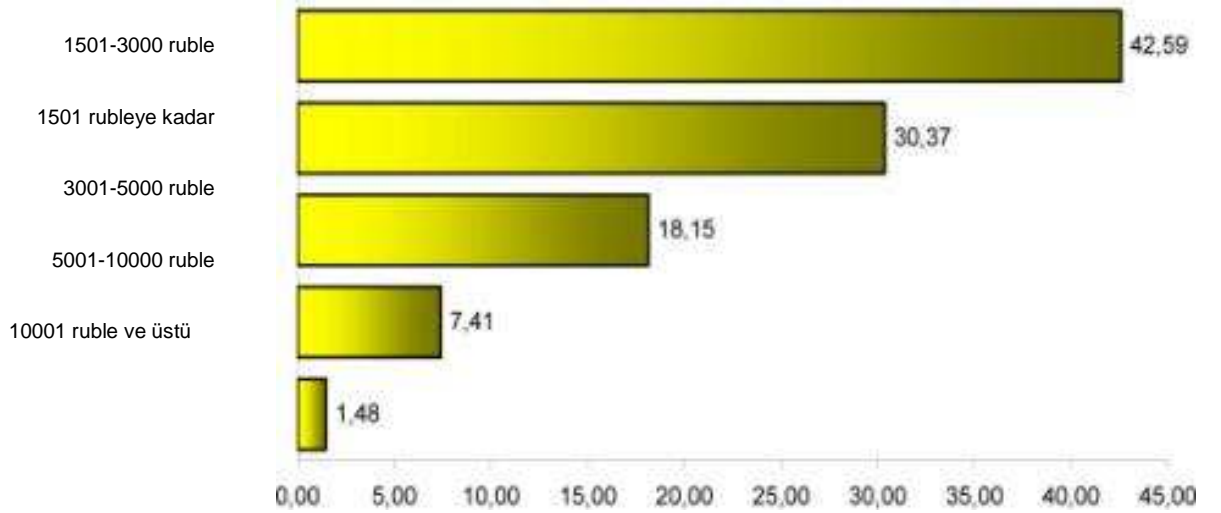
Kadın elbisesi / kadın ceketi için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 2500 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan Kadın elbisesi / kadın ceketi için en düşük fiyat 300 ruble, en yüksek fiyat ise 30000 ruble olmuştur.

**Tablo 74. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir elbisenin/entarinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 elbisenin/entarinin fiyatı	Katılımcıların Sayısı,%
1501-3000 ruble	42,59
1501 rubleye kadar	30,37
3001-5000 ruble	18,15
5001-10000 ruble	7,41
10001 ruble ve üstü	1,48
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 54. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir elbisenin/entarinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Kadın Takım elbise için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%33.11) kabul edilebilir maksimum fiyat 5501-10000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı kadınların %21'i "takım elbise giymiyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

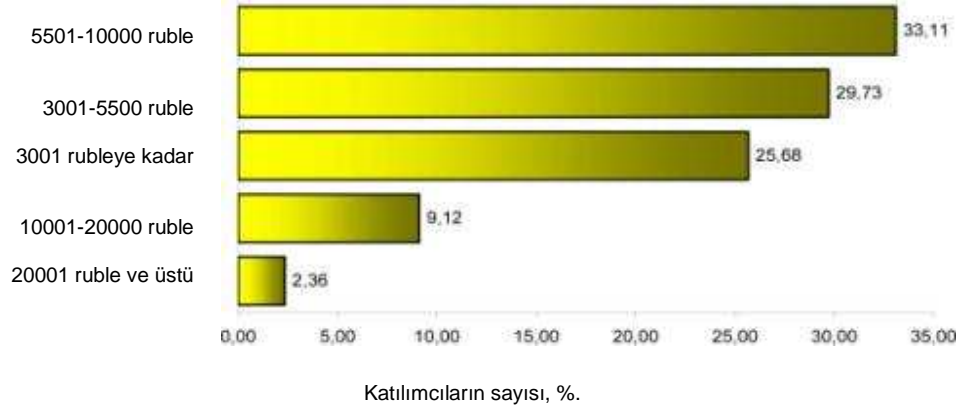
Takım elbise için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 5000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan Kadın Takım elbise için en düşük fiyat 700 ruble, en yüksek fiyat ise 120000 ruble olmuştur.

**Tablo 75. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan takım elbisesinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 takım elbise fiyatı	Katılımcıların sayısı,%
5501-10000 ruble	33,11
3001-5500 ruble	29,73
3001 rubleye kadar	25,68
10001-20000 ruble	9,12
20001 ruble ve üstü	2,36
Toplam	100,00

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

**Diyagram 55. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan takım elbisesinin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

Bluz için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%40.88) kabul edilebilir maksimum fiyat 1001-2000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı kadınların %9'u "bluz kullanmıyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

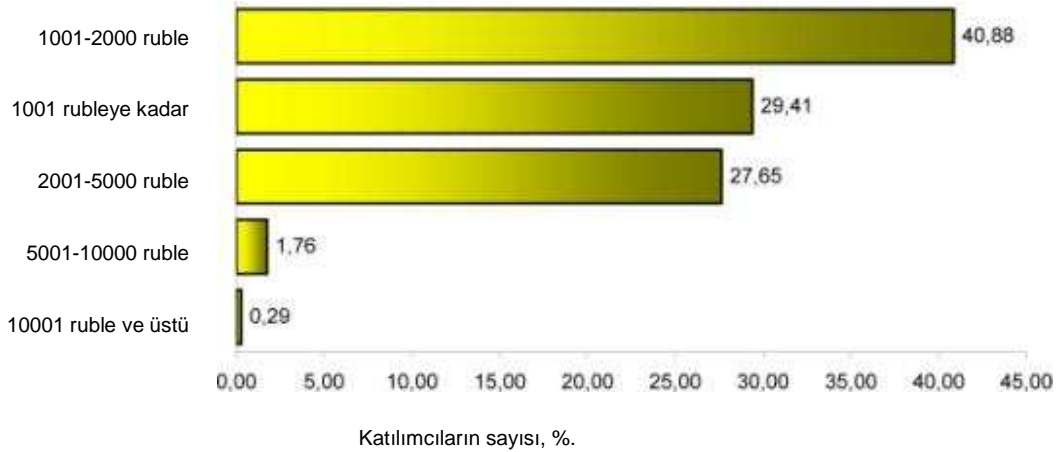
Bluz için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 1500 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan bluz için en düşük fiyat 200 ruble, en yüksek fiyat ise 15000 ruble olmuştur.

**Tablo 76. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bluzun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 bluzun fiyatı	Katılımcıların sayısı,%
1001-2000 ruble	40,88
1001 rubleye kadar	29,41
2001-5000 ruble	27,65
5001-10000 ruble	1,76
10001 ruble ve üstü	0,29
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyaqram 56. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bluzun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Etek için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%37,35) kabul edilebilir maksimum fiyat 1001-2000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı kadınların %13'ü "etek kullanmıyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

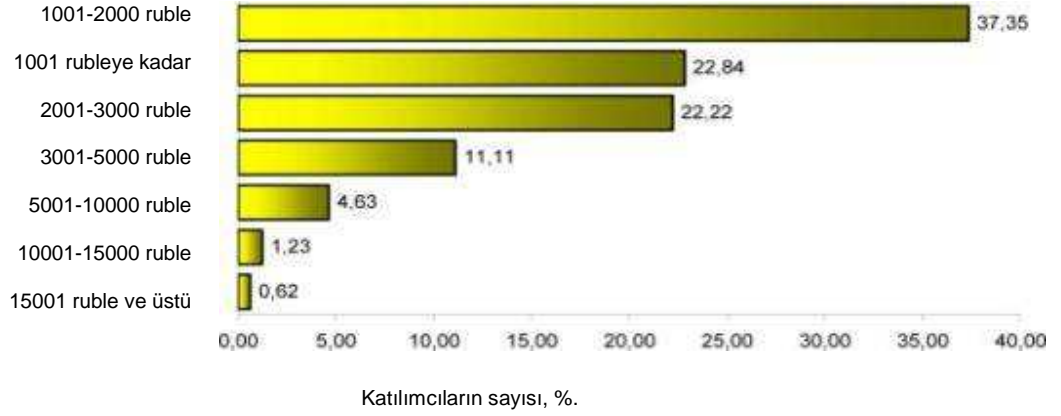
Etek için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 2000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan etek için en düşük fiyat 300 ruble, en yüksek fiyat ise 40000 ruble olmuştur.

**Tablo 77. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir eteğin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Eteğin fiyatı	Katılımcıların Sayısı,%
1001-2000 ruble	37,35
1001 rubleye kadar	22,84
2001-3000 ruble	22,22
3001-5000 ruble	11,11
5001-10000 ruble	4,63
10001-15000 ruble	1,23
15001 ruble ve üstü	0,62
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 57. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir eteğin kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

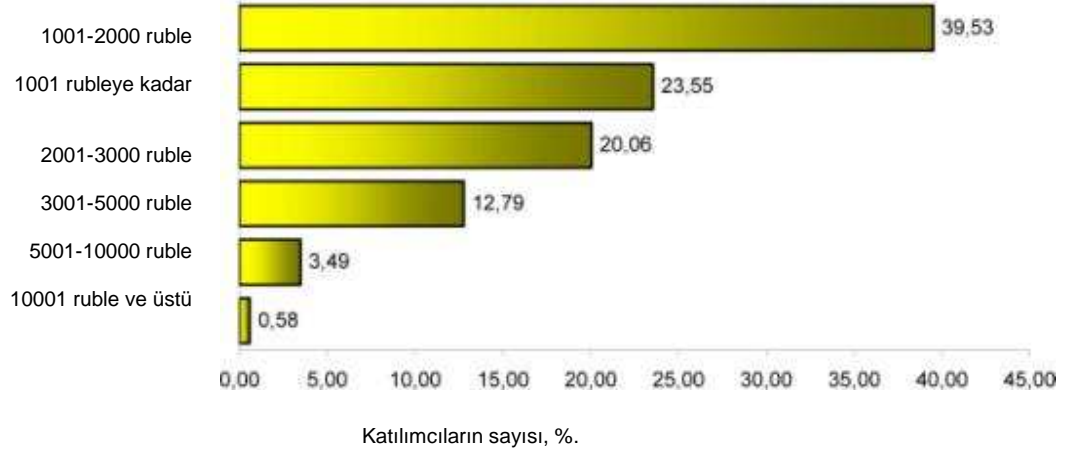
Kazak için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%39.53) kabul edilebilir maksimum fiyat 1001-2000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı kadınların %8'i "Kazak kullanmıyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir. Kazak için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 2000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan Kazak için en düşük fiyat 200 ruble, en yüksek fiyat ise 20000 ruble olmuştur.

**Tablo 78. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan kazağının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Kazağın fiyatı	Katılımcıların sayısı,%
1001-2000 ruble	39,53
1001 rubleye kadar	23,55
2001-3000 ruble	20,06
3001-5000 ruble	12,79
5001-10000 ruble	3,49
10001 ruble ve üstü	0,58
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 58. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan kazağının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Kadın Pantolon / golf pantolon için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%45.28) kabul edilebilir maksimum fiyat 1501-3000 ruble olmuştur. Moskova’da yaşayan internet kullanıcısı kadınların %3’ü “Kadın Pantolon / golf pantolon kullanmıyorum” seçeneğini tercih etmişlerdir.

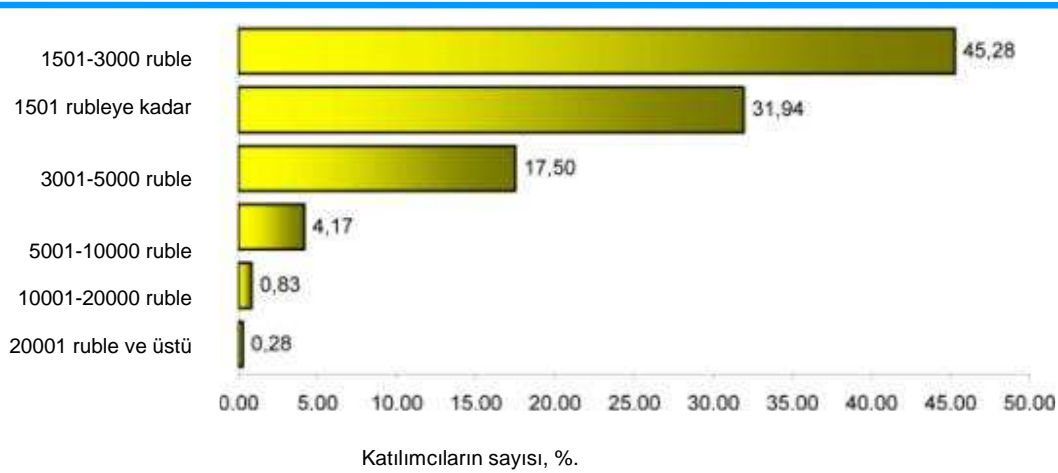
Kadın Pantolon / golf pantolon için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 2000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan Kadın Pantolon / golf pantolon için en düşük fiyat 200 ruble, en yüksek fiyat ise 25000 ruble olmuştur.

**Tablo 79. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan pantolonu/tyatın kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Pantolon /tyat fiyatı	Katılımcıların sayısı,%
1501-3000 ruble	45,28
1501 rubleye kadar	31,94
3001-5000 ruble	17,50
5001-10000 ruble	4,17
10001-20000 ruble	0,83
20001 ruble ve üstü	0,28
Toplam	100,00

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

**Diyagram 59. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan pantolonu/tyatın kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



Kaynak: “RusBusinessConsulting”

Sezon ortası montlar için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%32.77) kabul edilebilir maksimum fiyat 5001-10000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı kadınların %4'ü "sezonluk mont / palto giymiyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

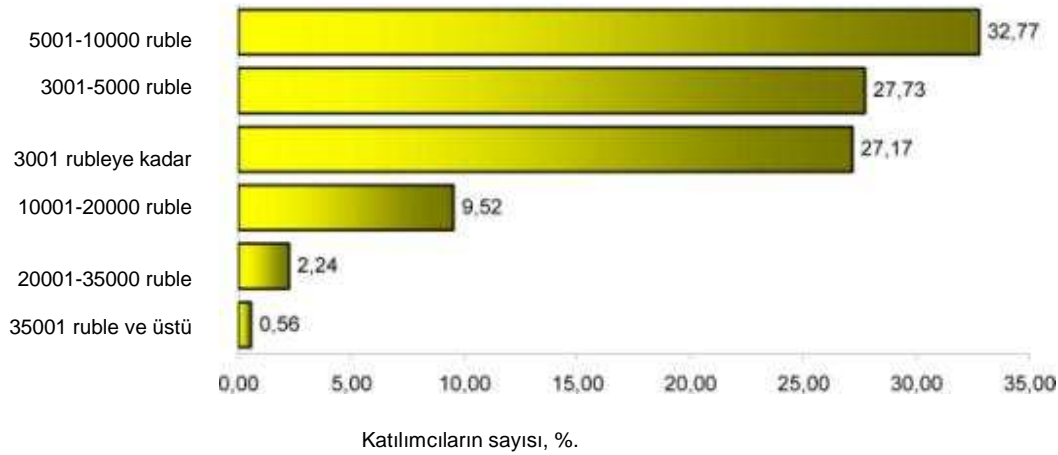
Sezon ortası mont / palto için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 5000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan sezon ortası mont / palto için en düşük fiyat 700 ruble, en yüksek fiyat ise 70000 ruble olmuştur.

**Tablo 80. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan mevsimlik mont/yağmurluğun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 Mevsimlik montun / yağmurluğun fiyatı	Katılımcıların Sayısı,%
5001-10000 ruble	32,77
3001-5000 ruble	27,73
3001 rubleye kadar	27,17
10001-20000 ruble	9,52
20001-35000 ruble	2,24
35001 ruble ve üstü	0,56
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 60. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir bayan mevsimlik mont/yağmurluğun kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Elbise/entari için Katılımcıların çoğunluğuna göre (%33.23) kabul edilebilir maksimum fiyat 5001-10000 ruble olmuştur. Moskova'da yaşayan internet kullanıcısı kadınların %16'sı "Elbise/entari giymiyorum" seçeneğini tercih etmişlerdir.

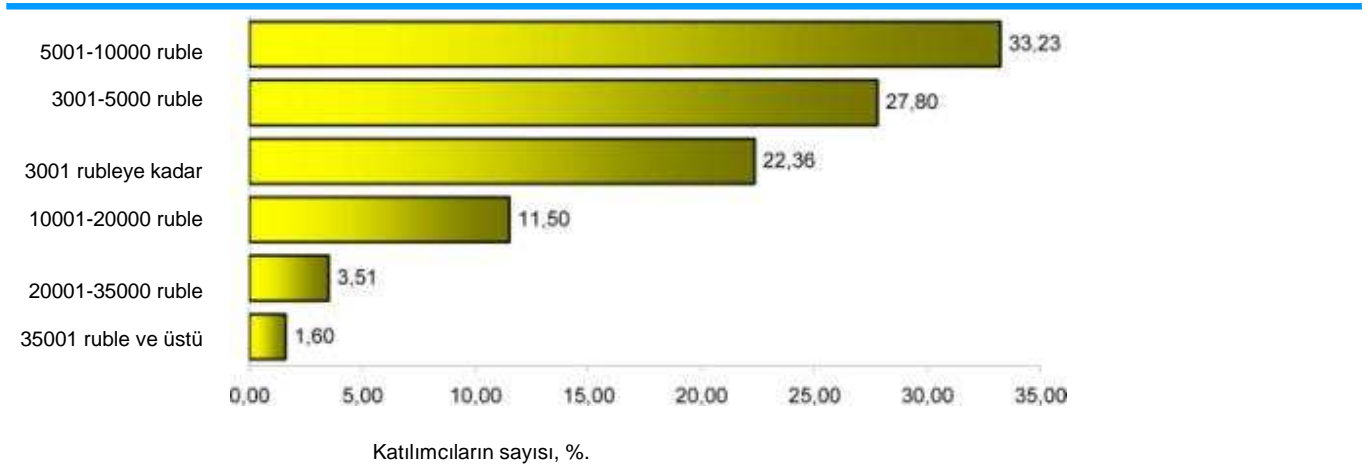
Elbise/entari için kabul edilebilir maksimum fiyat medyanı 5000 ruble olmuştur. Verilen yanıtlardan Elbise/entari için en düşük fiyat 1300 ruble, en yüksek fiyat ise 200000 ruble olmuştur.

**Tablo 81. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir gece kıyafetinin/takımının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**

1 gece kıyafetinin/takımının fiyatı	Katılımcıların Sayısı, %
5001-10000 ruble	33,23
3001-5000 ruble	27,80
3001 rubleye kadar	22,36
10001-20000 ruble	11,50
20001-35000 ruble	3,51
35001 ruble ve üstü	1,60
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 61. Moskovalı bayan internet kullanıcılarına göre tek bir gece kıyafetinin/takımının kabul edilebilir en yüksek fiyatı, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

İlgili ürünlerden kabul edilebilir maksimum fiyat için en yüksek medyan 50000 ruble ile Elbise/entari ve sezonluk mont / palto için olmuştur.

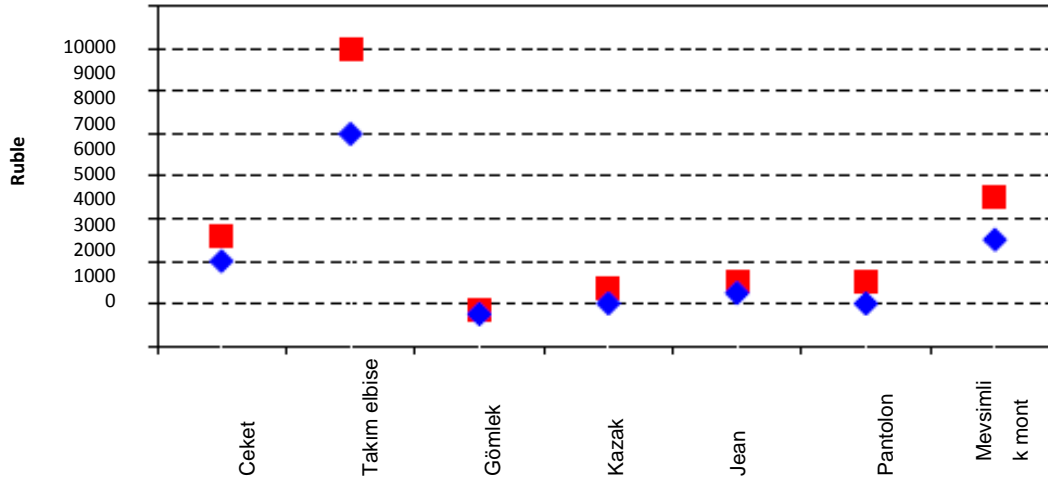
Kadın giyimindeki ortalama, medyan ve standart fiyat sapmalarında en önemli dağılım Elbise/entari için kabul edilebilir azami fiyatlarda görülmektedir.

**Diyagram 62. Moskova’da bayan giyim eşyaları bedellerinin istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble**

Parametre	Elbise/Entari	Takım elbise	Bluz	Etek	Kazak	Pantolon / Tayt	Mevsimlik mont / yağmurluk	Gece elbisesi/takım
Giyim ürünün ortalama fiyatı, ruble	3168,52	7127,36	2070,88	2687,50	2355,08	2777,64	7130,53	8648,24
Giyim ürünü fiyatları medyanı, ruble	2500,00	5000,00	1500,00	2000,00	2000,00	2000,00	5000,00	5000,00
Giyim ürünü fiyatlarının standart sapma değeri, ruble	3019,47	8990,93	1568,44	3218,66	2002,68	2367,99	6783,67	13117,35
Giyim ürünü fiyatlarının en düşük değeri, ruble	300,00	700,00	200,00	300,00	200,00	200,00	700,00	1300,00
Giyim ürünü fiyatlarının en yüksek değeri, ruble	30000,00	120000,00	15000,00	40000,00	20000,00	25000,00	70000,00	200000,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 63. Moskova’da bayan giyim eşyaları bedellerinin istatistiksel serilerinin başlıca parametreleri, ruble**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"



## Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının farklı giysi çeşidi alma sıklıkları

Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının büyük çoğunluğu %38.44, en az 3 ayda bir kez gömlek / bluz almaktadırlar.

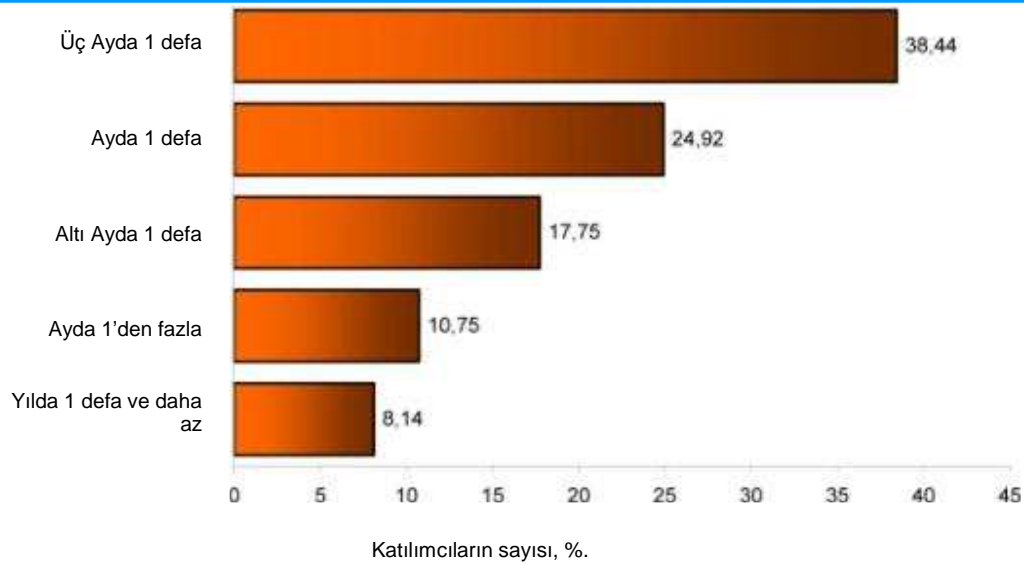
**Tablo 82. Moskovalı internet kullanıcıları tarafından gömlek/bluz satın alma sıklıklarının derecelendirmesi,**

Gömlek / bluz satın alma sıklığı	Katılımcıların sayısı,%
Üç Ayda 1 defa	38,44
Ayda 1 defa	24,92
Altı Ayda 1 defa	17,75
Ayda 1'den fazla	10,75
Yılda 1 defa ve daha az	8,14
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Gömlek / bluz alım sıklığı oranları erkeklerde ve kadınlarda benzer değerlerdedir. İlk sırada "üç ayda bir seçeneği" gelmektedir.

**Diyagram 64. Moskovalı internet kullanıcıları tarafından gömlek/bluz satın alma sıklığının derecelendirmesi, %**



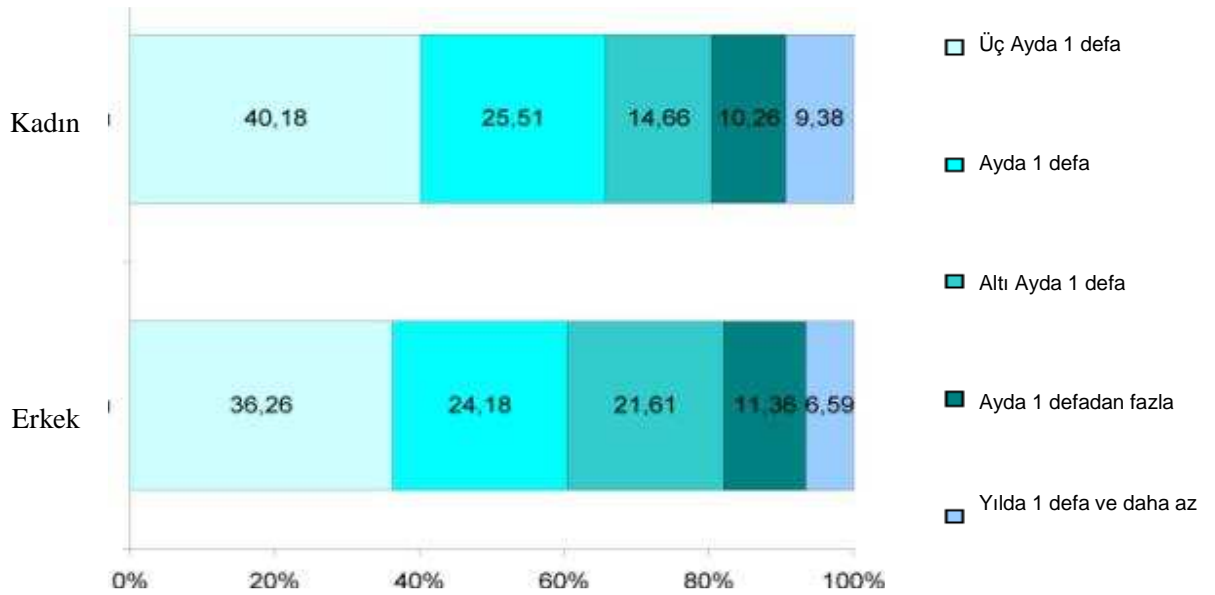
Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Tablo 83. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Gömlek / bluz satın alma sıklığı	Erkek	Kadın
Üç Ayda 1 defa	36,26	40,18
Ayda 1 defa	24,18	25,51
Altı Ayda 1 defa	21,61	14,66
Ayda 1'den fazla	11,36	10,26
Yılda 1 defa ve daha az	6,59	9,38
Toplam	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 65. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

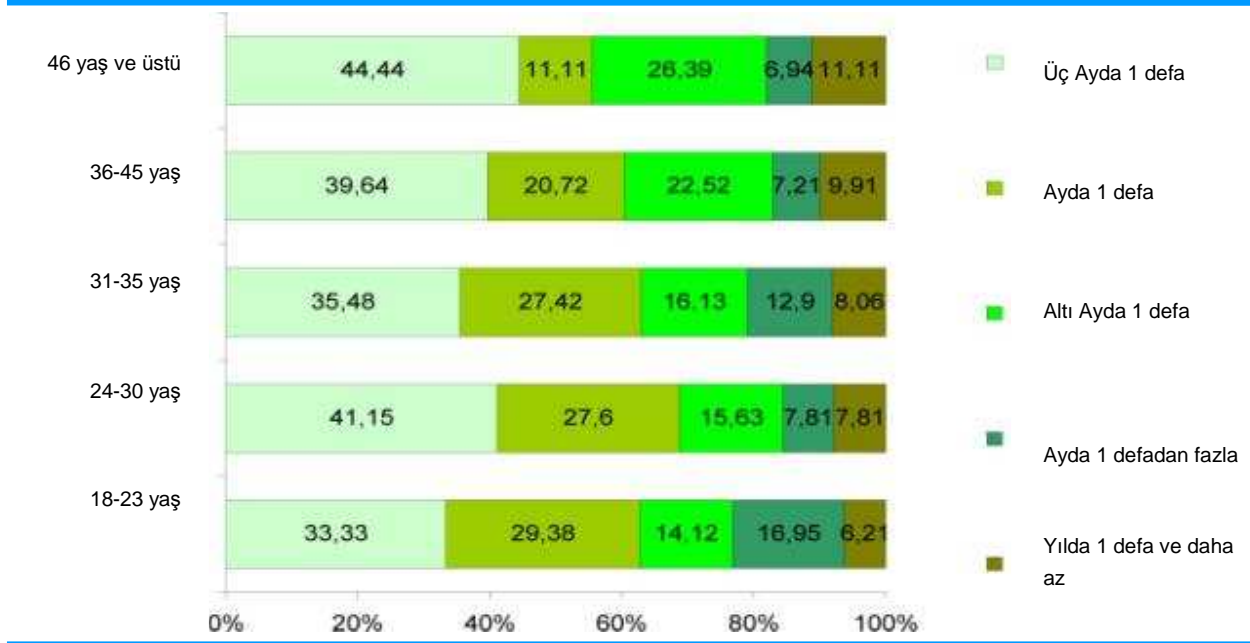
"Her bir yaş gurubuna göre oluşturulan Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının büyük çoğunluğu üç ayda bir gömlek / bluz almaktadırlar.

**Tablo 84. Farklı yaş gruplarının gömlek/bluz satın alma sıklıklarına göre Moskova internet kullanıcılarının oranları, %**

Gömlek / bluz satın alma sıklığı	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
Üç Ayda 1 defa	33,33	41,15	35,48	39,64	44,44
Ayda 1 defa	29,38	27,60	27,42	20,72	11,11
Altı Ayda 1 defa	14,12	15,63	16,13	22,52	26,39
Ayda 1'den fazla	16,95	7,81	12,90	7,21	6,94
Yılda 1 defa ve daha az	6,21	7,81	8,06	9,91	11,11
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 66. Farklı yaş gruplarının gömlek/bluz satın alma sıklıklarına göre Moskova internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Aylık ortalama gelir ile gömlek / bluz alma sıklığı arasındaki doğrusal orantı incelenmektedir. Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarından 31 bin ruble ve yukarısında geliri olanlar ayda bir kez gömlek / bluz almaktadırlar. Bununla birlikte, aylık geliri 11 bin ruble olan grupta ayda bir kez gömlek / bluz alma seçeneği dördüncü sırada yer almaktadır.

**Tablo 85. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Gömlek / bluz satın alma sıklığı	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
Üç Ayda 1 defa	33,33	41,15	35,48	39,64	44,44
Ayda 1 defa	29,38	27,60	27,42	20,72	11,11
Altı Ayda 1 defa	14,12	15,63	16,13	22,52	26,39
Ayda 1'den fazla	16,95	7,81	12,90	7,21	6,94
Yılda 1 defa ve daha az	6,21	7,81	8,06	9,91	11,11
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Tablo 86. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun gömlek/bluz satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



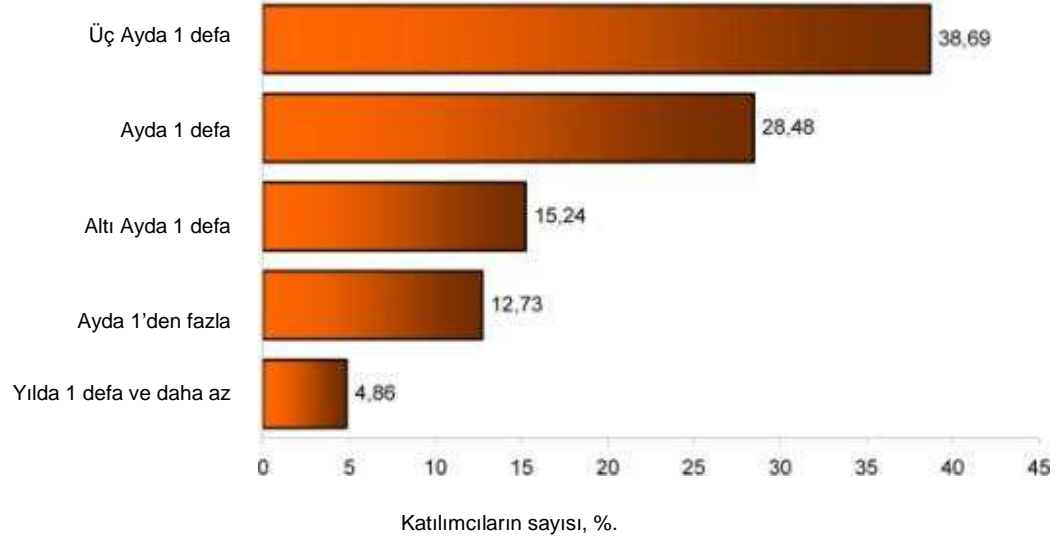
Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının büyük çoğunluğu %38,69, en az 3 ayda bir kez pantolon almaktadırlar.

**Tablo 87. Moskovalı internet kullanıcılarının pantolon satın alma sıklığının derecelendirmesi, %**

Pantolon satın alma sıklığı	Katılımcıların sayısı,%
Üç Ayda 1 defa	38,69
Ayda 1 defa	28,48
Altı Ayda 1 defa	15,24
Ayda 1'den fazla	12,73
Yılda 1 defa ve daha az	4,86
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 67. Moskovalı internet kullanıcılarının pantolon satın alma sıklığının derecelendirmesi, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

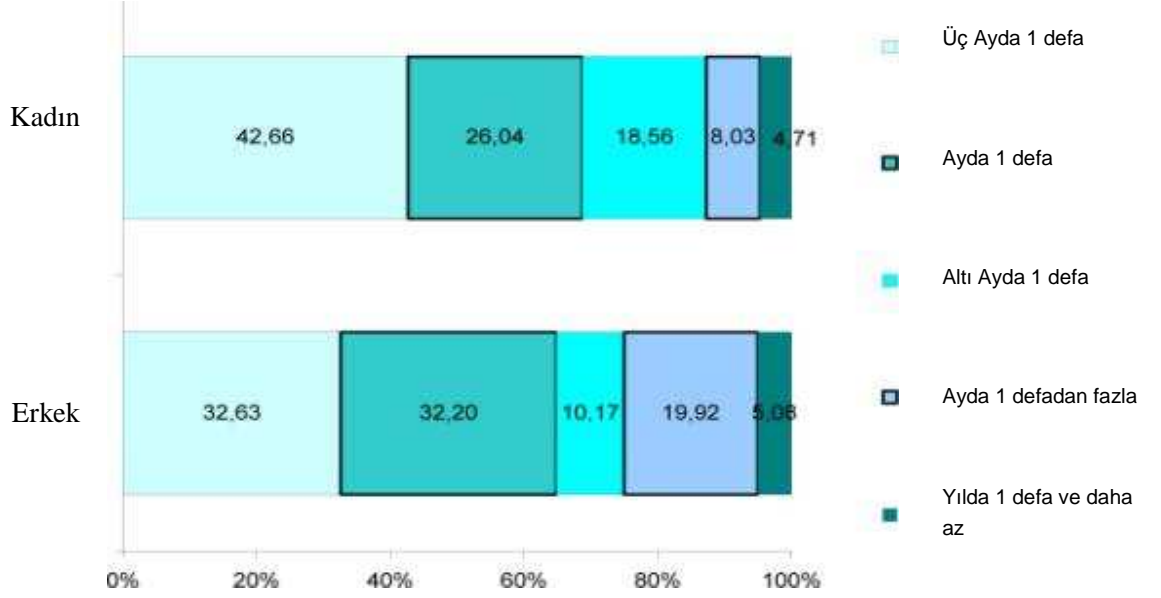
Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının Pantolon alım sıklığı oranları erkeklerde ve kadınlarda benzer değerlerdedir. İlk sırada "üç ayda bir seçeneği" gelmektedir. Belirtmek gerekir ki, ayda bir kez pantolon alım seçeneği kadınlarda üçüncü sırada yer alarak daha popülerdir, bununla birlikte aynı seçenek erkeklerde dördüncü sırada yer almaktadır.

**Tablo 88. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların pantolon satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Pantolon satın alma sıklığı	Erkek	Kadın
Üç Ayda 1 defa	32,63	42,66
Ayda 1 defa	32,20	26,04
Altı Ayda 1 defa	10,17	18,56
Ayda 1'den fazla	19,92	8,03
Yılda 1 defa ve daha az	5,08	4,71
Toplam	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 68. Erkekler ve ayrı olarak da kadınların pantolon satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

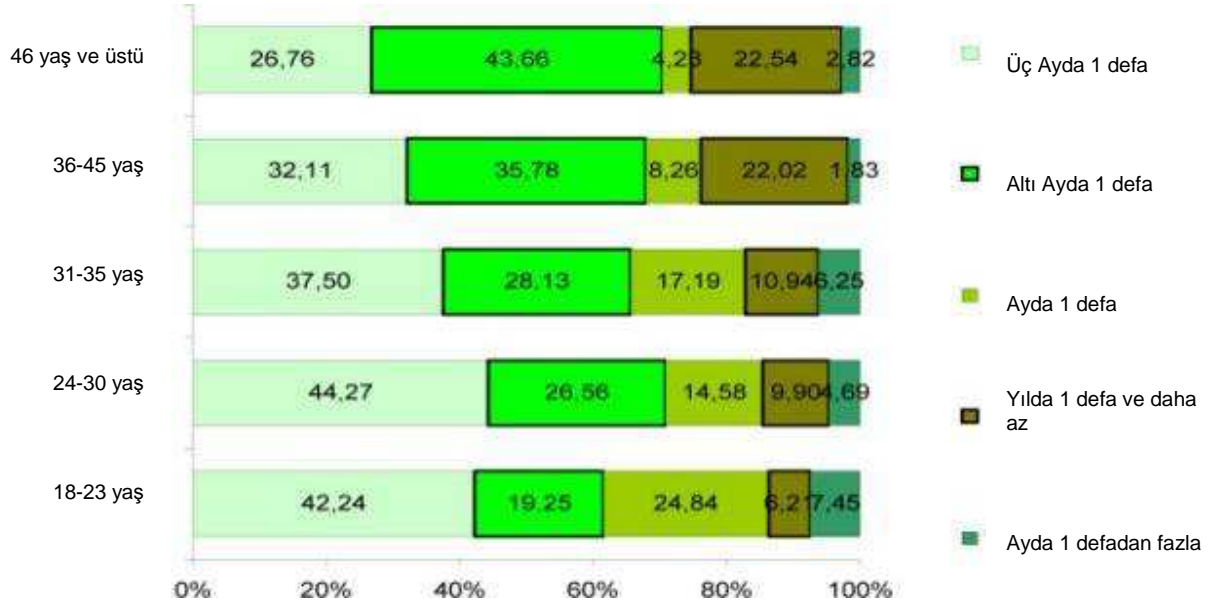
Pantolon satın alma sıklığı ve yaş grubu arasında ters orantı gözlemlenmektedir.

**Tablo 89. Her yaş grubunun pantolon satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Pantolon satın alma sıklığı	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
Üç Ayda 1 defa	42,24	44,27	37,50	32,11	26,76
Ayda 1 defa	19,25	26,56	28,13	35,78	43,66
Altı Ayda 1 defa	24,84	14,58	17,19	8,26	4,23
Ayda 1'den fazla	6,21	9,90	10,94	22,02	22,54
Yılda 1 defa ve daha az	7,45	4,69	6,25	1,83	2,82
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 69. Farklı yaş gruplarının pantolon satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

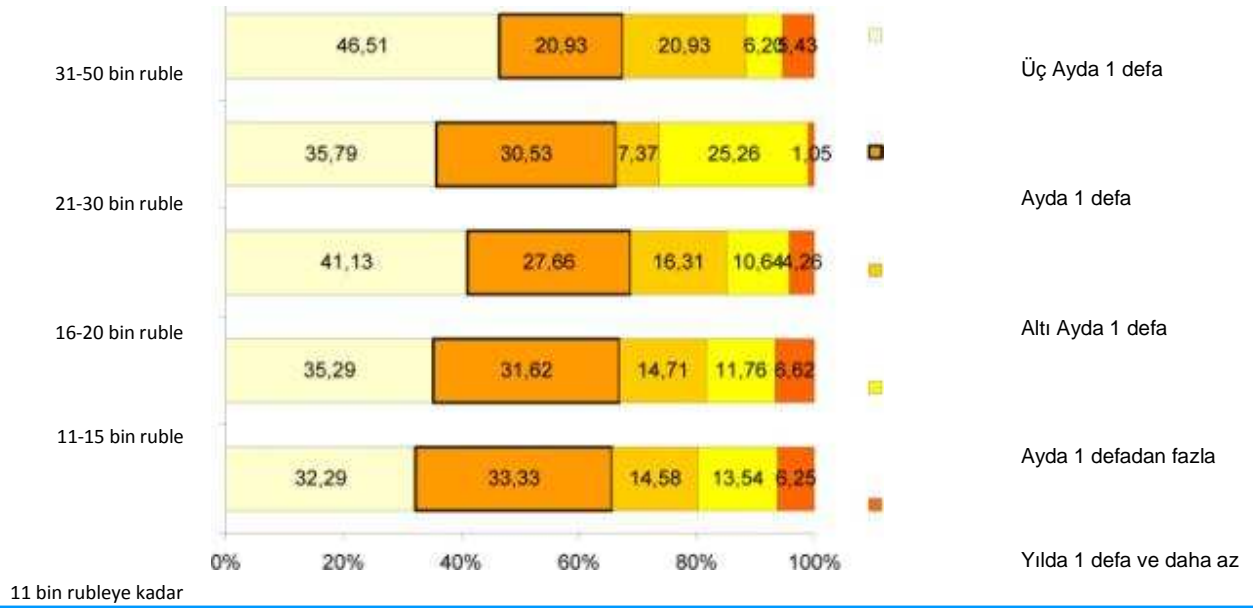
Genelde Moskova'da yaşayan ve gelir düzeylerine göre gruplandırılan internet kullanıcıları 3 ayda bir pantolon almaktadırlar. Yalnızca, kişi başına düşen geliri 11-15 bin ruble olan grup, çoğunluğunun altı ayda bir pantolon alması dolayısıyla istisna oluşturmaktadır.

**Tablo 90. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun pantolon satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Pantolon satın alma sıklığı	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
Üç Ayda 1 defa	35,79	32,29	35,29	41,13	46,51
Ayda 1 defa	30,53	33,33	31,62	27,66	20,93
Altı Ayda 1 defa	7,37	14,58	14,71	16,31	20,93
Ayda 1'den fazla	25,26	13,54	11,76	10,64	6,20
Yılda 1 defa ve daha az	1,05	6,25	6,62	4,26	5,43
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 70. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun pantolon satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Moskova'nın internet kullanıcıların çoğunluğu en az üç ayda bir kazak/süveter satın alırlar - %31,89.

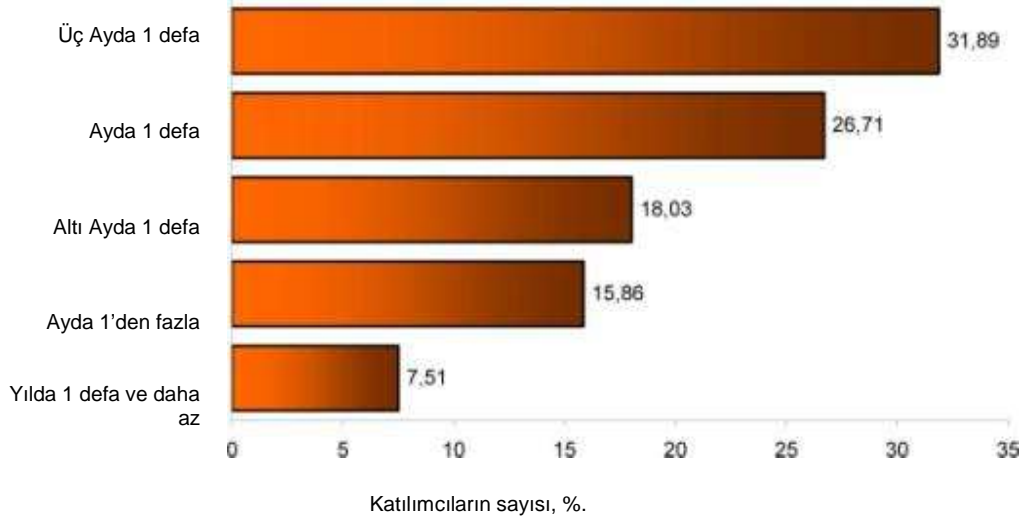
**Tablo 91. Moskovalı internet kullanıcılarının kazak/süveter satın alma sıklıklarının derecelendirmesi, %**

Kazak/süveter satın alma sıklığı	Katılımcıların Sayısı, %
Üç Ayda 1 defa	31,89
Altı Ayda 1 defa	26,71
Ayda 1 defa	18,03
Yılda 1 defa ve daha az	15,86
Ayda 1'den fazla	7,51
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"



**Diyagram 71. Moskova’lı internet kullanıcıları tarafından kazak/süveter satın alma sıklıklarının derecelendirmesi, %**



*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

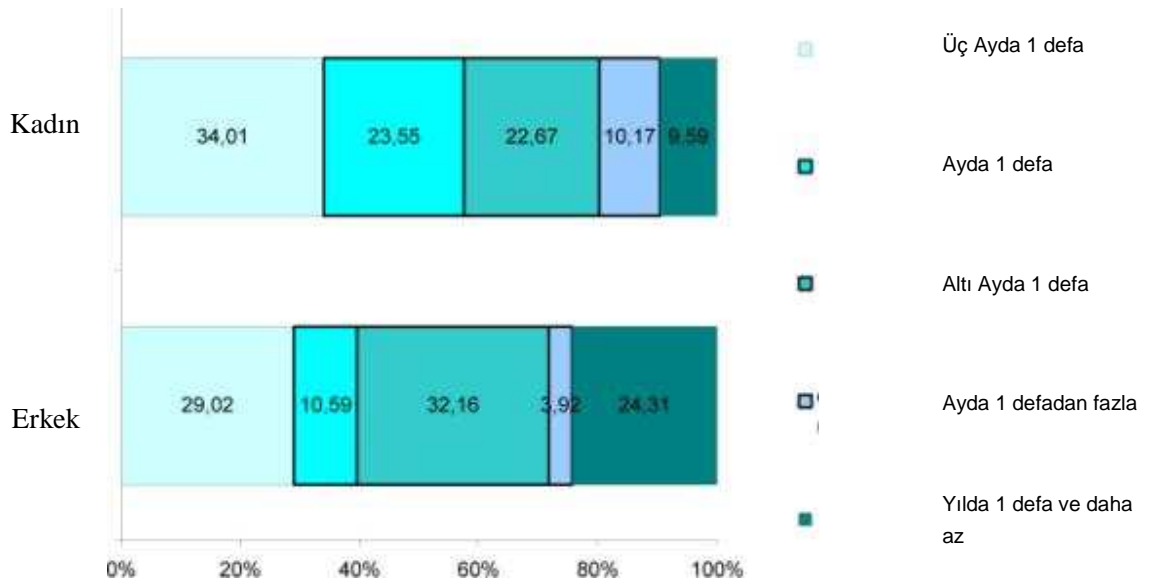
Kadın ve erkeklerde, Kazak / kazak alım sıklığı oranlarında "ayda bir " seçeneği çoğunluktur. Fakat genel toplamda, Moskova'da yaşayan kadın internet kullanıcıları erkeklere nazaran daha sık Kazak / kazak almaktadırlar.

**Tablo 92. Erkekler ve ayrı olarak kadınların kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Kazak/süveter satın alma sıklığı	Erkek	Kadın
Üç Ayda 1 defa	29,02	<b>34,01</b>
Ayda 1 defa	10,59	23,55
Altı Ayda 1 defa	<b>32,16</b>	22,67
Ayda 1'den fazla	3,92	10,17
Yılda 1 defa ve daha az	24,31	9,59
Toplam	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 72. Erkekler ve ayrı olarak kadınların kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

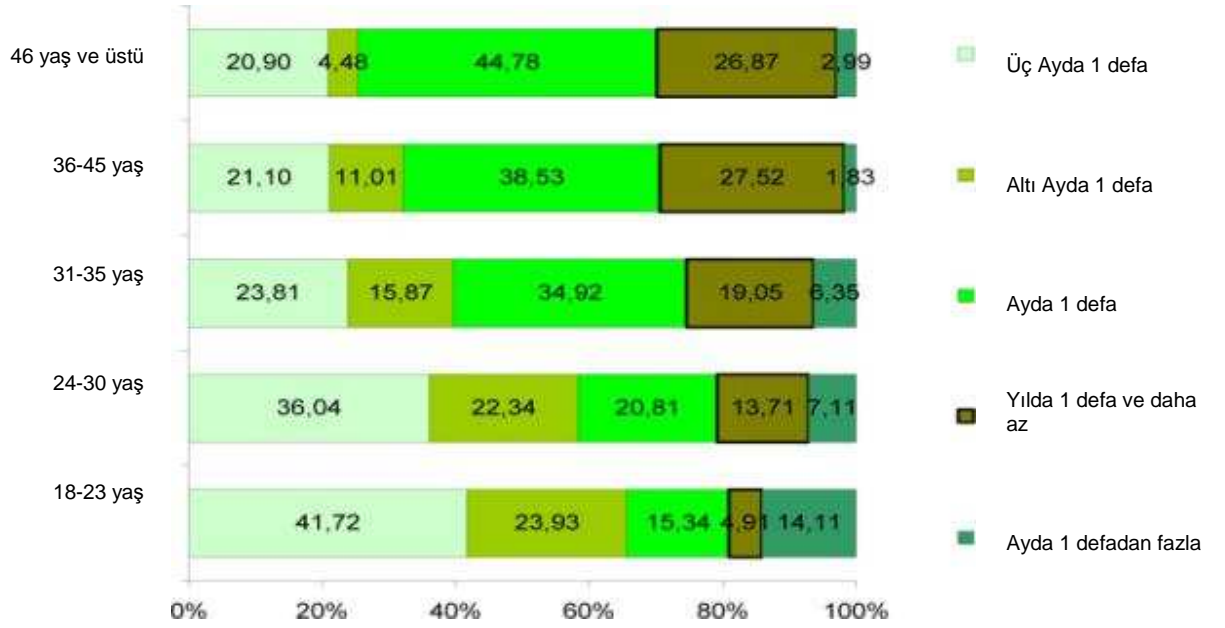
Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının yaşları ile Kazak / kazak alma sıklığı arasındaki ters orantı incelenmektedir. 18-23 yaş gurubundaki internet kullanıcıları üç ayda bir kazak 7 Kazak almaktadırlar. 31-35 yaş gurubunda "üç ayda bir" seçeneği ikinci sırada, 36 yaş ve yukarisında ise üçüncü sırada yer almaktadır.

**Tablo 93. Her yaş grubu tarafından kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Kazak/süveter satın alma sıklığı	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
Üç Ayda 1 defa	<b>41,72</b>	<b>36,04</b>	23,81	21,10	20,90
Ayda 1 defa	23,93	22,34	15,87	11,01	4,48
Altı Ayda 1 defa	15,34	20,81	<b>34,92</b>	<b>38,53</b>	<b>44,78</b>
Yılda 1 defa ve daha az	4,91	13,71	19,05	27,52	26,87
Ayda 1'den fazla	14,11	7,11	6,35	1,83	2,99
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 73. Farklı yaş grupları tarafından kazak/süveter satın alma sıklıklarına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

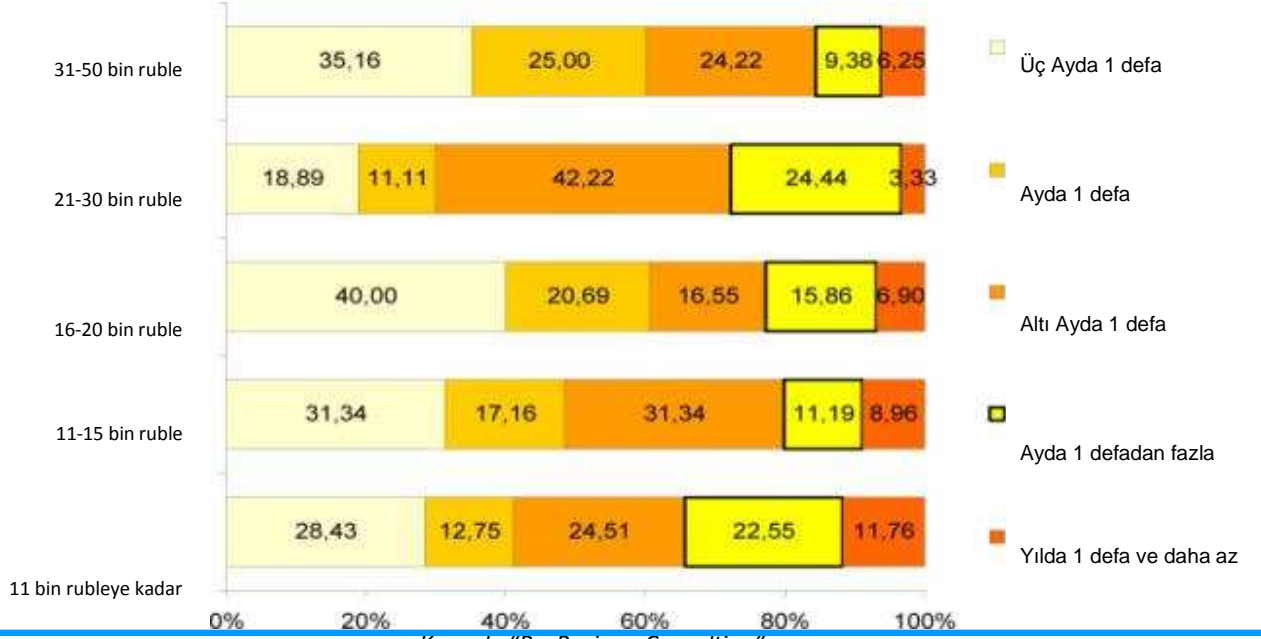
Aylık kişi başına göre gruplandırılan internet kullanıcılarının çoğu, üç ayda bir kazak / Kazak almaktadır. Aylık geliri 11 bin ruble olan grup, "üç ayda bir " seçeneğinin sıralamasında üçüncü sırada bulunması dolayısıyla istisna oluşturmaktadır.

**Tablo 94. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun kazak/süveter satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Kazak/süveter satın alma sıklığı	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	11 bin rubleye kadar	31 bin ruble ve üstü
Üç Ayda 1 defa	28,43	31,34	40,00	18,89	35,16
Ayda 1 defa	12,75	17,16	20,69	11,11	25,00
Altı Ayda 1 defa	24,51	31,34	16,55	42,22	24,22
Yılda 1 defa ve daha az	22,55	11,19	15,86	24,44	9,38
Ayda 1'den fazla	11,76	8,96	6,90	3,33	6,25
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 74. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup tarafından kazak/süveter satın alma sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



**Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının giysi seçme faktörleri**

Moskova'da yaşayan internet kullanıcılarının çoğu için (%94.08) giysi seçiminde belirleyici faktör olarak giysinin kalitesi ön planda gelmektedir.

**Tablo 95. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre derecelendirmesi, %**

Giyim seçimini etkileyen faktörler	Katılımcıların Sayısı, %
Giyimin Yüksek Kalite olması	94,08
Giyimin Yüksek Uygun fiyatlı olması	80,18
Moda ve trendlere uygun elbise	52,07
Giyim Markasının Prestijli ve Tanınmış olması	33,58
Giyimin G7 ülkelerinde (ABD, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Kanada) üretilmiş olduğu gerçeği	33,14

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 75. Moskovalı internet kullanıcılarının giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre derecelendirmesi, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

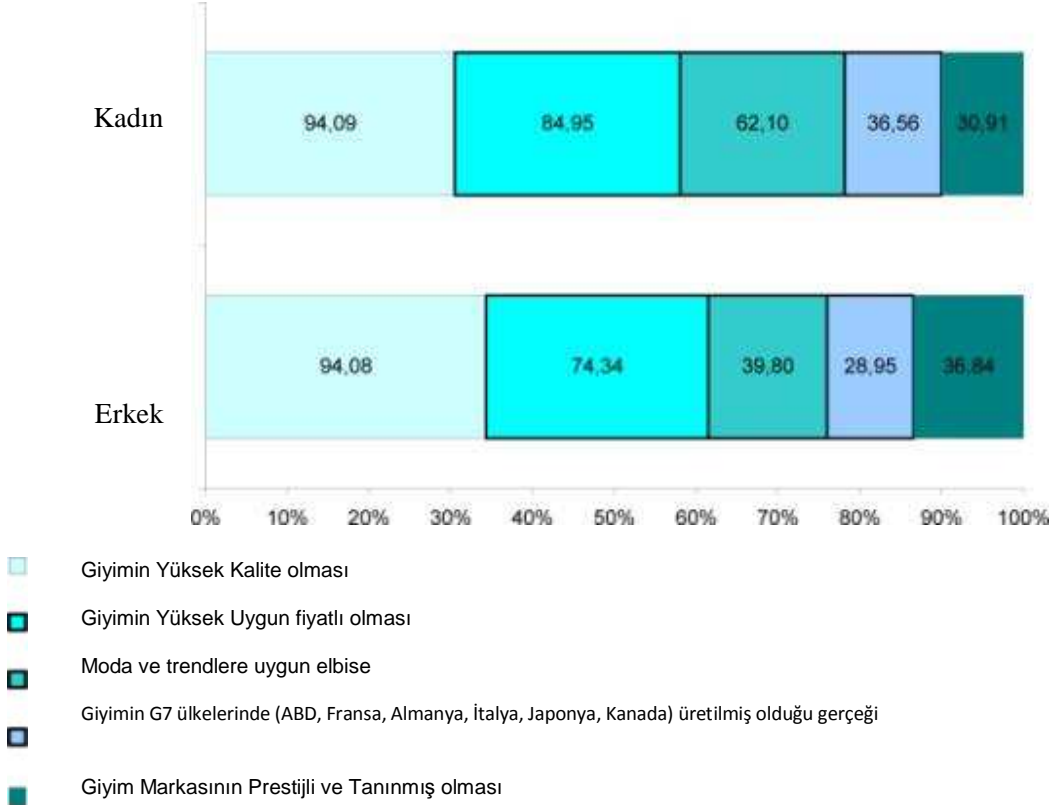
Moskova şehrinde yaşayan internet kullanıcılarından erkekler ve kadınlar için giysi seçim faktörleri benzer özelliklerdedir. İlk sırada giysinin yüksek kalitesi gelmektedir.

**Tablo 96. Erkeklerin ve ayrı olarak da kadınların giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim seçimini etkileyen faktörler	Erkek	Kadın
Yüksek Kalite	94,08	94,09
Uygun Fiyat	74,34	84,95
Moda ve trendlere uygun elbise	39,80	62,10
Giyimin G7 ülkelerinde (ABD, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Kanada) üretilmiş olduğu gerçeği	28,95	36,56
Markanın prestiji ve tanınması	36,84	30,91

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 76. Erkeklerin ve ayrı olarak da kadınların giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

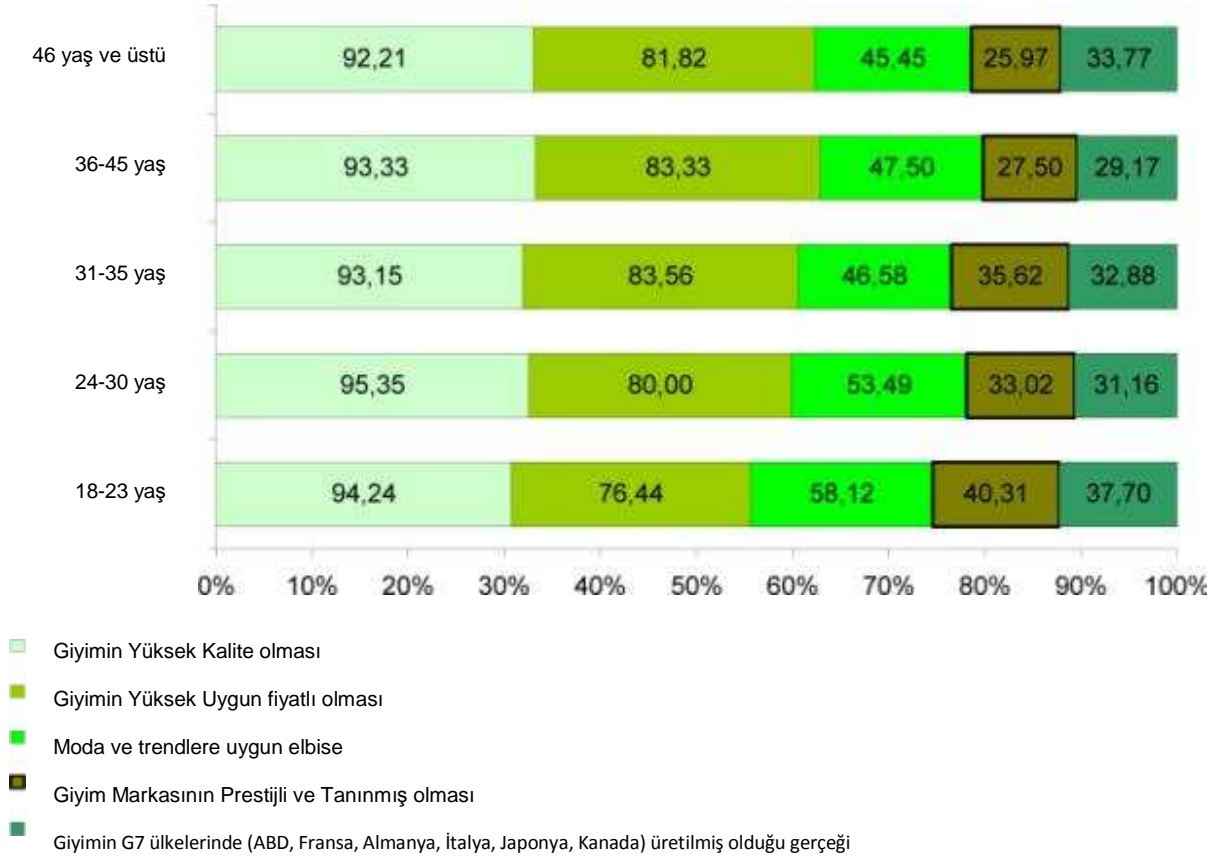
Moskova şehrinde yaşayan internet kullanıcılarından farklı yaş grupları için giysi seçim faktörleri benzer özelliktedir

**Tablo 97. Farklı yaş gruplarının giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecelerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim seçimini etkileyen faktörler	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş Ve üstü
Yüksek Kalite	94,24	95,35	93,15	93,33	92,21
Uygun Fiyat	76,44	80,00	83,56	83,33	81,82
Moda ve trendlere uygun elbise	58,12	53,49	46,58	47,50	45,45
Markanın prestiji ve tanınması	40,31	33,02	35,62	27,50	25,97
Giyimin G7 ülkelerinde (ABD, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Kanada) üretilmiş olduğu gerçeği	37,70	31,16	32,88	29,17	33,77

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 77. Farklı yaş gruplarının giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin önem derecelerine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

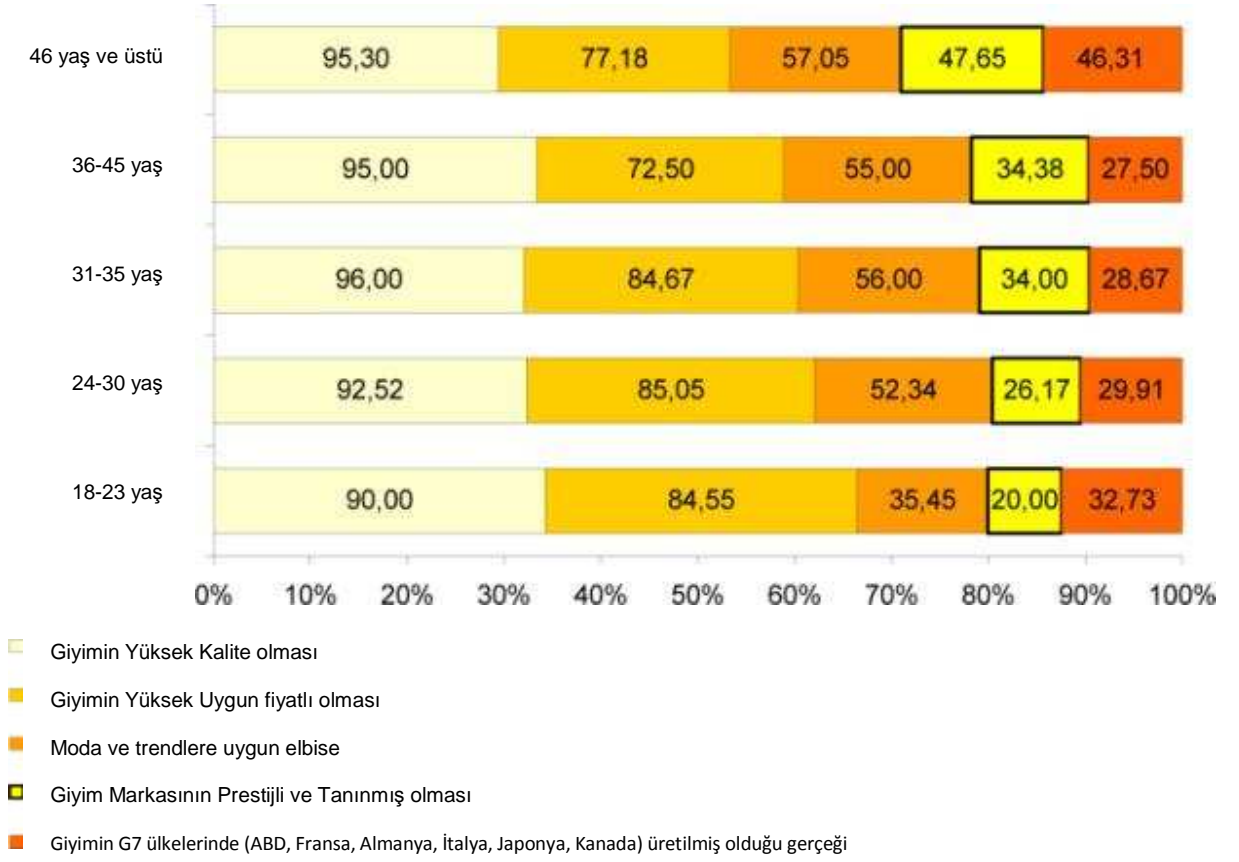
Moskova şehrinde yaşayan internet kullanıcılarından aylık gelir gurupları için giysi seçim faktörleri benzer özelliklerdedir Fakat gelir ne kadar çok ise, "giysi markasının tanınmışlığı / prestiji" faktörü daha büyük önem arz etmektedir.

**Tablo 98. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun giyim tercihini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim seçimini etkileyen faktörler	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ruble ve üstü
Yüksek Kalite	90,00	92,52	96,00	95,00	95,30
Uygun Fiyat	84,55	85,05	84,67	72,50	77,18
Moda ve trendlere uygun elbise	35,45	52,34	56,00	55,00	57,05
Markanın prestiji ve tanınması	20,00	26,17	34,00	34,38	47,65
Giyimin G7 ülkelerinde (ABD, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Kanada) üretilmiş olduğu gerçeği	32,73	29,91	28,67	27,50	46,31

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 78. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grubun giyim tercihini etkileyen faktörlerin önem derecesine göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### İnternet kullanıcıları arasında mağazanın ürün çeşitliliğini yenileme sıklığı

Moskova şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının çoğu mağazanın ürün çeşitliliğinin ayda 2-3 kez yenilenmesi gerektiğini düşünmektedir-%23.74

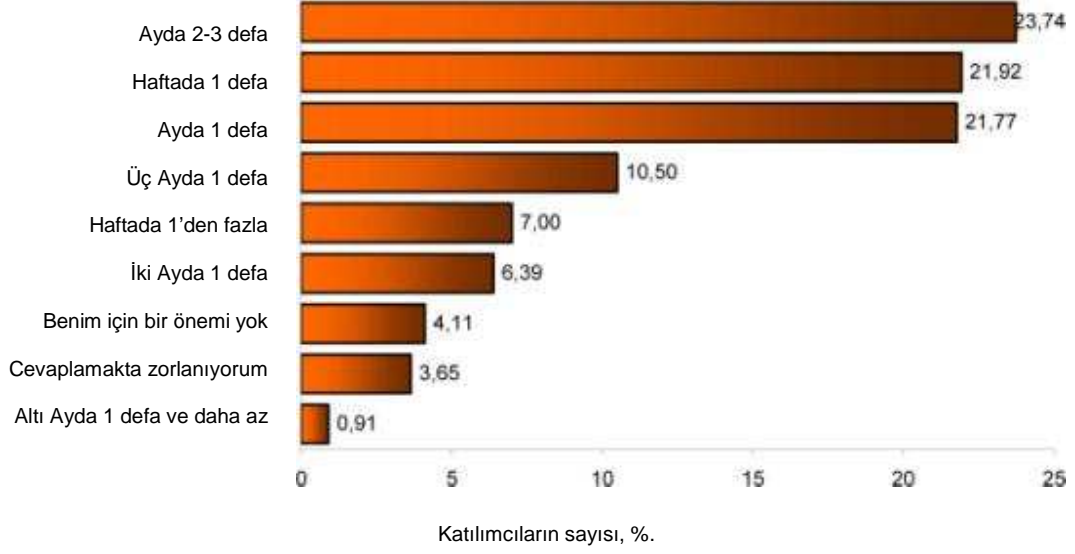
**Tablo 99. Moskovalı internet kullanıcıları nezdinde giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığının derecelendirmesi, %**

Giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığı	Katılımcıların Sayısı %
Ayda 2-3 defa	23,74
Haftada 1 defa	21,92
Ayda 1 defa	21,77
Üç Ayda 1 defa	10,50
Haftada 1'den fazla	7,00
İki Ayda 1 defa	6,39
Benim için bir önemi yok	4,11
Cevaplamakta zorlanıyorum	3,65
Altı Ayda 1 defa ve daha az	0,91
Toplam	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"



**Diyagram 79. Moskovalı internet kullanıcıları nezdinde giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığının derecelendirmesi, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

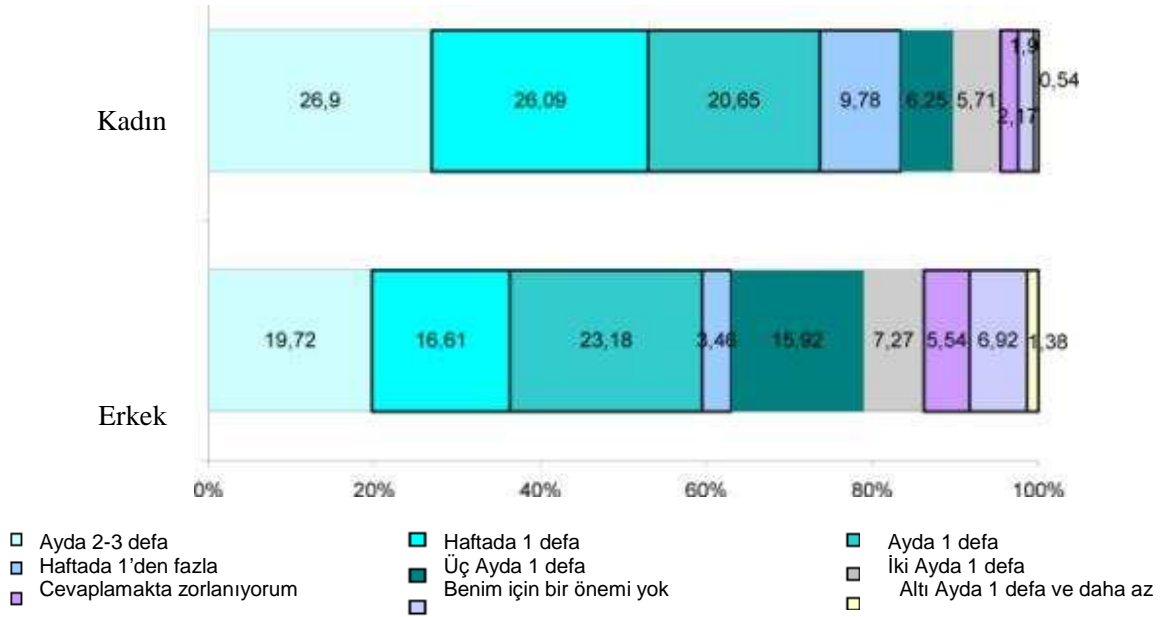
Moskova şehrinde yaşayan erkek internet kullanıcıları için mağazanın ürün yenileme hızı daha az geçerlilik göstermektedir. Moskova şehrinde yaşayan erkek internet kullanıcılarının çoğu mağazanın ürün çeşitliliğinin ayda 1 kez yenilenmesi gerektiğini düşünmektedir. Kadınlar arasında ise bu seçenek üçüncü sırada yer almaktadır.

**Tablo 100. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar tarafından mağazanın ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığı	Erkek,%	Kadın, %
Ayda 2-3 defa	19,72	<b>26,90</b>
Haftada 1 defa	16,61	26,09
Ayda 1 defa	<b>23,18</b>	20,65
Haftada 1'den fazla	3,46	9,78
Üç Ayda 1 defa	15,92	6,25
İki Ayda 1 defa	7,27	5,71
Cevaplamakta zorlanıyorum	5,54	2,17
Benim için bir önemi yok	6,92	1,90
Altı Ayda 1 defa ve daha az	1,38	0,54
Toplam	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 80. Erkekler ve ayrı olarak kadınlar tarafından mağazanın ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Moskova şehrinde yaşayan internet kullanıcılarından 18-23 yaş gurubundakiler mağazanın ürün yenileme sıklığının haftada en az 1 kez yapılması gerektiğini düşünmektedirler. Diğer yaş gurubundakilerde bu seçenek ikinci ve üçüncü sıralarda yer almaktadır.

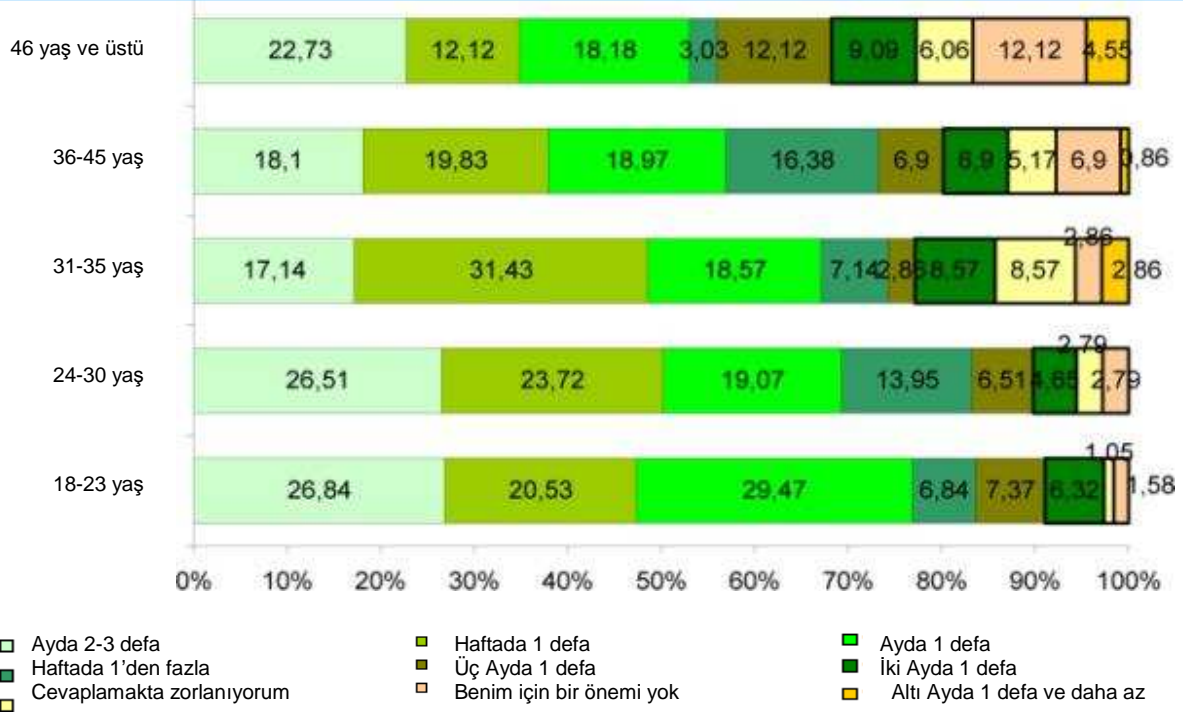
Yaş ile mağazanın ürünlerini yenileme sıklığı tercihi arasında herhangi bir bağlantı olup olmadığı incelenmemektedir.

**Tablo 101. Farklı yaş grupları tarafından mağazanın ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığı	18-23 yaş	24-30 yaş	31-35 yaş	36-45 yaş	46 yaş ve üstü
Ayda 2-3 defa	26,84	<b>26,51</b>	17,14	18,10	<b>22,73</b>
Ayda 1 defa	20,53	23,72	<b>31,43</b>	<b>19,83</b>	12,12
Haftada 1 defa	<b>29,47</b>	19,07	18,57	18,97	18,18
Üç Ayda 1 defa	6,84	13,95	7,14	16,38	3,03
Haftada 1'den fazla	7,37	6,51	2,86	6,90	12,12
İki Ayda 1 defa	6,32	4,65	8,57	6,90	9,09
Cevaplamakta zorlanıyorum	1,05	2,79	8,57	5,17	6,06
Benim için bir önemi yok	1,58	2,79	2,86	6,90	12,12
Altı Ayda 1 defa ve daha az			2,86	0,86	4,55
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 81. Farklı yaş grupları tarafından mağazanın ürün yelpazesinin tercih edilen yenilenme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

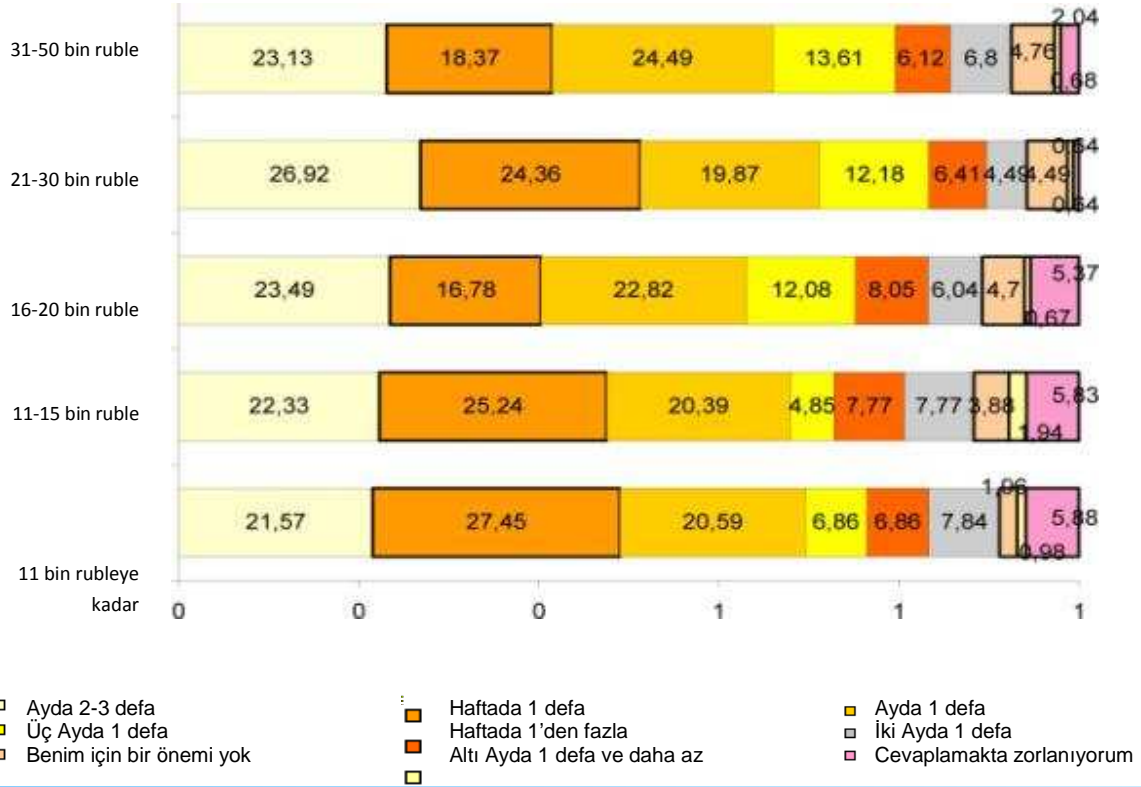
Aylık gelir seviyesi ile mağazanın ürünlerini yenileme sıklığı tercihi arasında herhangi bir bağlantı olup olmadığı incelenmemektedir.

**Tablo 102. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup tarafından mağazanın ürün yelpazesini tercih edilen yenileme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**

Giyim mağazasının ürün yelpazesini yenileme sıklığı	11 bin rubleye kadar	11-15 bin ruble	16-20 bin ruble	21-30 bin ruble	31 bin ve üstü
Ayda 2-3 defa	21,57	22,33	23,49	26,92	23,13
Haftada 1 defa	27,45	25,24	16,78	24,36	18,37
Ayda 1 defa	20,59	20,39	22,82	19,87	24,49
Üç Ayda 1 defa	6,86	4,85	12,08	12,18	13,61
Haftada 1'den fazla	6,86	7,77	8,05	6,41	6,12
İki Ayda 1 defa	7,84	7,77	6,04	4,49	6,80
Benim için bir önemi yok	1,96	3,88	4,70	4,49	4,76
Altı Ayda 1 defa ve daha az	0,98	1,94	0,67	0,64	0,68
Cevaplamakta zorlanıyorum	5,88	5,83	5,37	0,64	2,04
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 82. Aile bireylerinde her kişi başına ortalama aylık gelir bakımından her grup tarafından mağazanın ürün yelpazesini tercih edilen yenileme sıklığına göre Moskovalı internet kullanıcılarının oranları, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Rusya Federasyonu'nun Büyük şehirlerdeki giyim mağazalarının reyting oranları

### Saint-Petersburg

Saint-Petersburg şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %76.52'si Sela, ikinci sırada %76.27 ile Mehh, üçüncü sırada %69.64 ile OGGI,

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %1.62'si tercih etti.

**Tablo 103. Saint-Petersburglu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

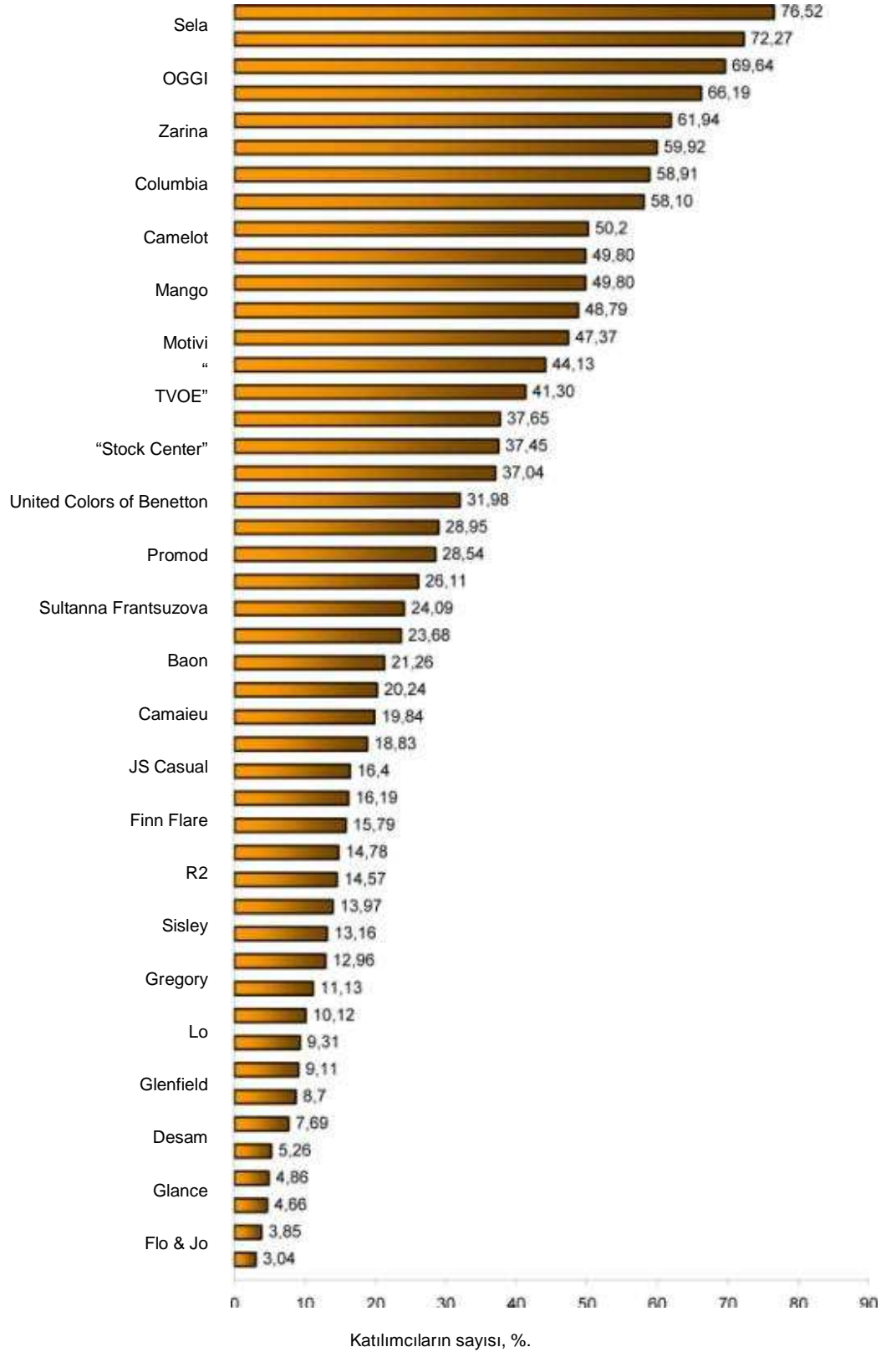
Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Sela	76,52
Mehh	72,27
OGGI	69,64
Savage	66,19
Zarina	61,94
"Familia"	59,92
Columbia	5

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Naf Naf	58,10
Camelot	50,20
Gloria Jeans & Gee Jay	49,80
Mango	49,80
O'stin	48,79
Motivi	47,37
Befree	44,13
"TVOE"	41,30
s.Oliver	37,65
"Stock Center"	37,45
Zara	37,04
United Colors of Benetton	31,98
Froggy	28,95
Promod	28,54
Olsen	26,11
Sultanna Frantsuzova	24,09
MoDaMo	23,68
Baon	21,26
Concept Club	20,24
Camaieu	19,84
Orange	18,83
JS Casual	16,40
"Veşş"	16,19
Finn Flare	15,79
Extra	14,78
R2	14,57
InCity	13,97
Sisley	13,16
Woolstreet	12,96
Gregory	11,13
Henderson	10,12
Lo	9,31
Mascot	9,11
Glenfield	8,70
Sasch	7,69
Desam	5,26
House	4,86
Glance	4,66
Donatto	3,85
Flo & Jo	3,04

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

**Diyagram 83. Saint-Petersburglu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi, %**



Kaynak: "RusBusinessConsulting"

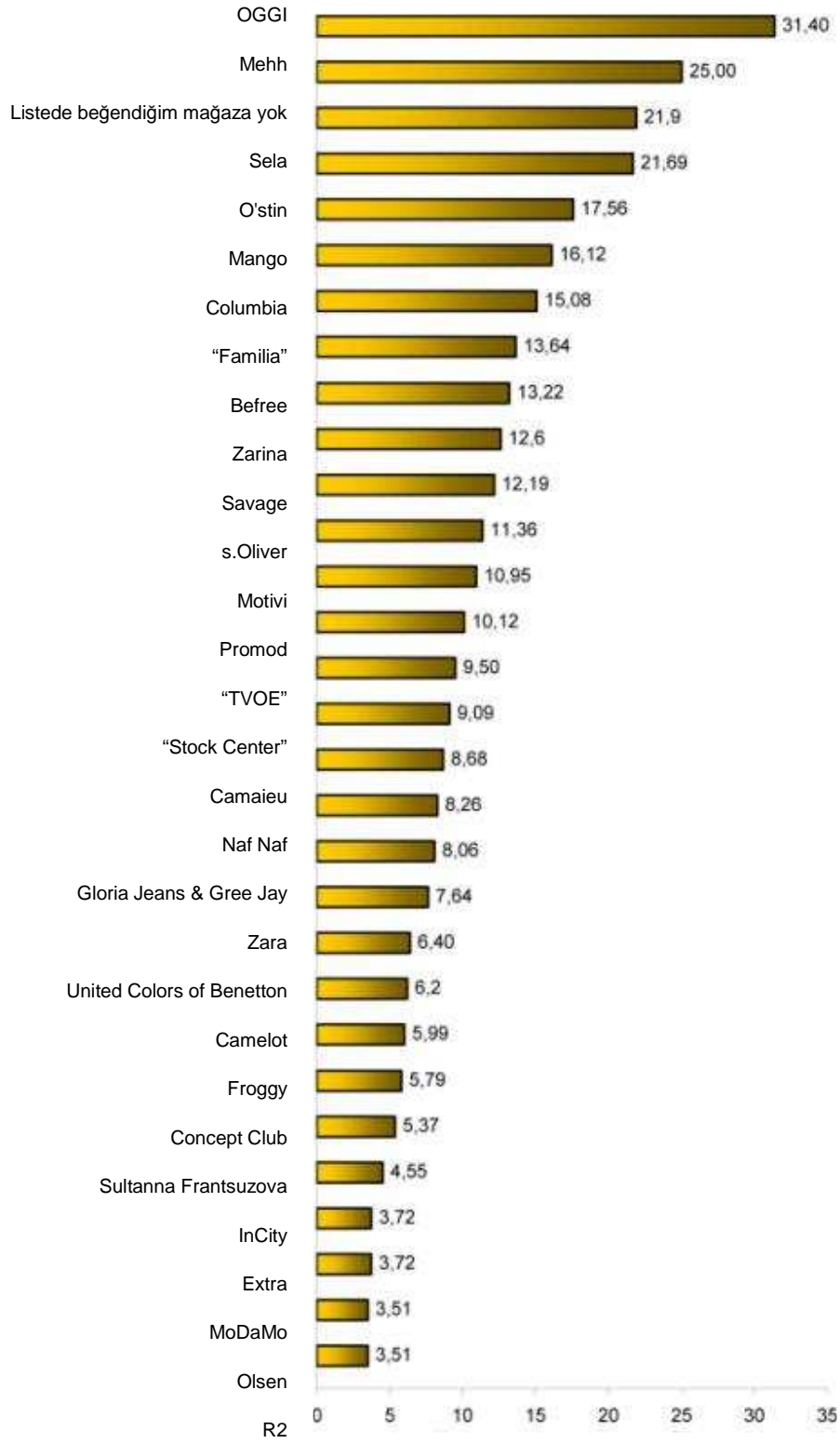
Saint-Petersburg şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının büyük çoğunluğu %31.40 ile OGGI mağazasından alışveriş yapmayı tercih etmektedirler. Tüketicilerin büyük bir bölümünde %21.90 tercih edilen herhangi bir mağaza ismi bulunmamaktadır (tercih edilen mağazalar sıralamasında üçüncü sırada).

**Tablo 104. Saint-Petersburglu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
OGGI	31,40
Mehh	25,00
Listede beğendiğim mağaza yok	21,90
Sela	21,69
O'stin	17,56
Mango	16,12
Columbia	15,08
"Familia"	13,64
Befree	13,22
Zarina	12,60
Savage	12,19
s.Oliver	11,36
Motivi	10,95
Promod	10,12
"TVOE"	9,50
"Stock Center"	9,09
Camaieu	8,68
Naf Naf	8,26
Gloria Jeans & Gee Jay	8,06
Zara	7,64
United Colors of Benetton	6,40
Camelot	6,20
Froggy	5,99
Concept Club	5,79
Sultanna Frantsuzova	5,37
InCity	4,55
Extra	3,72
MoDaMo	3,72
Olsen	3,51
R2	3,51

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

**Diyagram 84. Saint-Petersburglu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**



Katılımcıların sayısı, %.

Kaynak: "RusBusinessConsulting"



## Nizhniy Novgorod

Nizhniy Novgorod şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %84.11'i "5 KarmaNov" cevabını vermiştir, ikinci sırada %71.19 ile TVOE, üçüncü sırada %70.86 ile Veşş, yer almışlardır.

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %1.32'si tercih etmiştir.

**Tablo 105. Nizhniy Novgorodlu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
"5 KarmaNov"	84,11
"TVOE"	71,19
"Veşş"	70,86
Mehh	67,22
Savage	64,57
Columbia	61,26
Sela	59,93
Mango	58,61
Camelot	55,96
Gloria Jeans & Gee Jay	53,97
OGGI	52,98
Naf Naf	52,98
Finn Flare	48,01
Olsen	44,37
O'stin	42,38
Motivi	41,06
United Colors of Benetton	40,40
Woolstreet	30,46
Glenfield	30,13
Froggy	29,80
"Stock Center"	29,14
MoDaMo	26,82
"Familia"	26,82
Baon	25,50
Zarina	22,85
Promod	22,52
s.Oliver	22,19
Zara	20,53
InCity	20,20
Sasch	19,87
Sultanna Frantsuzova	16,89
Sisley	14,90
Henderson	13,58
Orange	12,58
Glance	12,58
Mascot	10,93
House	10,93
Befree	9,93

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Flo & Jo	8,94
"Gota"	8,94
Donatto	7,95
R2	7,62
Desam	7,28
Ketroy	6,95
Gregory	6,95
Concept Club	6,29
Lo	5,63
JS Casual	5,30
Camaieu	3,97

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Nijniy Novgorod şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanlardan dörtte birinden fazlası (%26.90), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza TVOE, ikinci sırada ise Veşş mağazası yer almıştır.

**Tablo 106. Nijniy Novgorodlu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirilmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Listede beğendiğim mağaza yok	26,90
"TVOE"	25,52
"Veşş"	24,48
"5 KarmaNov"	23,45
Mango	18,28
OGGI	18,28
Mehh	14,83
Columbia	14,48
Sela	13,10
United Colors of Benetton	12,07
O'stin	11,38
Finn Flare	8,97
Gloria Jeans & Gee Jay	8,28
Savage	8,28
Camelot	7,59
Froggy	7,59
Naf Naf	6,21
Promod	6,21
InCity	5,86
Motivi	5,86
"Stock Center"	5,52
Woolstreet	5,52
s.Oliver	4,83
"Familia"	4,48
Baon	4,48
Sasch	4,14
Zarina	3,79

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Sisley	3,45
Glenfield	3,10
Olsen	3,10
Sultanna Frantsuzova	3,10

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

## Samara

Samara şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %75.16'sı "Sela" mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %72.55 ile Columbia, üçüncü sırada %69.93 ile Savage, yer almışlardır.

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %1.96'sı tercih etti.

**Tablo 107. Samarah internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Sela	75,16
Columbia	72,55
Savage	69,93
Mehh	65,36
Finn Flare	63,73
Mango	60,46
Gloria Jeans & Gee Jay	58,17
O'stin	58,17
Camelot	55,88
Naf Naf	54,90
OGGI	53,92
"TVOE"	52,29
Baon	49,02
"Stock Center"	43,14
s.Oliver	34,64
United Colors of Benetton	34,64
Sisley	34,31
Froggy	31,70
InCity	31,05
Sultanna Frantsuzova	30,72
Camaieu	28,43
Promod	26,80
Zara	26,47
Motivi	25,16
Glance	22,55
Olsen	22,55
Woolstreet	21,57
"5 KarmaNov"	19,61
Zarina	19,28
Gregory	17,97

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Lo	17,32
Befree	16,34
Sasch	14,05
Glenfield	13,40
Desam	13,07
Henderson	13,07
Concept Club	11,76
JS Casual	9,15
MoDaMo	6,86
Orange	6,21
Mascot	5,23
"Gota"	4,90
R2	4,58
"Familia"	3,92
Donatto	3,92
"Veşş"	3,27
Flo & Jo	3,27

Samara şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu %24.15'i Columbia mağazasından alışveriş yapmayı tercih etmektedir, ikinci sırada ise %23.47 ile Mehh mağazası gelmektedir. Tüketicilerin büyük bir bölümünde %21.77 tercih edilen herhangi bir mağaza ismi bulunmamaktadır (tercih edilen mağazalar sıralamasında üçüncü sırada).

**Tablo 108. Samaralı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Columbia	24,15
Mehh	23,47
Listede beğendiğim mağaza yok	21,77
Sela	21,43
Mango	20,41
O'stin	20,07
OGGI	17,35
"TVOE"	14,29
Finn Flare	13,27
"Stock Center"	12,93
United Colors of Benetton	12,93
Gloria Jeans & Gee Jay	10,88
InCity	10,20
Naf Naf	9,86
Promod	9,86
Savage	9,86
Camaieu	8,16
Sisley	7,82
Froggy	7,14
Baon	6,80

Camelot	6,12
---------	------

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Glance	5,78
s.Oliver	5,10
Woolstreet	5,10
Sultanna Frantsuzova	4,76
Motivi	4,42
Zara	3,74
"5 KarmaNov"	3,06
Befree	3,06

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Kazan

Kazan şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %85.08'i "5 KarmaNov" cevabını vermiştir, İkinci sırada %72.54 ile Savage, üçüncü sırada ise %67.80 ile Gloria Jeans & Gee Jay gelmektedir.

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %2.37'si tercih etmiştir.

**Tablo 109. Kazanlı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
"5 KarmaNov"	85,08
Savage	72,54
Gloria Jeans & Gee Jay	67,80
Sela	67,46
O'stin	67,12
Camelot	66,78
Mehh	66,10
"TVOE"	64,41
Naf Naf	62,03
Finn Flare	59,66
Columbia	56,95
Mango	54,58
OGGI	52,88
MoDaMo	49,49
Promod	46,44
United Colors of Benetton	43,73
Olsen	43,39
Baon	42,03
Sisley	41,02
Motivi	38,64
Mascot	38,31
Zara	37,29
s.Oliver	35,93
"Stock Center"	34,92
"Vesş"	34,24
Henderson	28,14

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Sultanna Frantsuzova	27,80
Woolstreet	26,44
Zarina	23,05
Camaieu	22,03
JS Casual	20,68
Sasch	19,66
Froggy	17,97
InCity	16,27
Befree	13,90
Glenfield	12,88
Orange	12,88
Glance	11,53
Gregory	9,49
«Фамилия»	7,46
«Гота»	6,10
Desam	5,76
Lo	5,42
House	5,08
Extra	4,41
Flo & Jo	4,41
Donatto	4,07
Ketroy	3,05
R2	3,05

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Kazan şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının büyük bir kısmı "5 KarmaNov", O'stin ve Sela mağazalarından alışveriş yapmayı tercih etmektedirler– %25,61'er. Tüketicilerin büyük bir bölümünde %22,46 tercih edilen herhangi bir mağaza ismi bulunmamaktadır (tercih edilen mağazalar sıralamasında ikinci sırada).

**Tablo 110. Kazanlı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
"5 KarmaNov"	25,61
O'stin	25,61
Sela	25,61
Listede beğendiğim mağaza yok	22,46
"TVOE"	20,70
Mehh	19,65
Gloria Jeans & Gee Jay	16,14
OGGI	14,39
Savage	14,39
Mango	13,33
Columbia	12,28
Promod	11,93
Finn Flare	11,58
Zara	11,58
United Colors of Benetton	10,88

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Camelot	9,47
Camaieu	9,12
“Stock Center”	8,77
s.Oliver	8,42
Naf Naf	8,07
Motivi	7,37
Henderson	7,02
“Veşş”	6,67
Sisley	6,67
Woolstreet	5,96
Mascot	5,61
Olsen	5,26
Sultanna Frantsuzova	5,26
Baon	4,91
MoDaMo	4,56
InCity	3,16
JS Casual	3,16

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

## Ufa

Ufa şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %76.09’u “Mehh” mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %68.48 ile Savage, üçüncü sırada %61.23 ile Sela yer almışlardır.

“Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum” seçeneğini ise Katılımcılardan %4.71’i tercih etmiştir.

**Tablo 111. Ufalı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2’ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Mehh	76,09
Savage	68,48
Sela	61,23
Columbia	57,97
OGGI	57,97
Gloria Jeans & Gee Jay	56,52
Naf Naf	55,80
Mango	54,71
Finn Flare	53,62
“TVOE”	51,45
Camelot	38,04
Motivi	37,68
United Colors of Benetton	34,78
s.Oliver	24,64
Froggy	21,38
Baon	21,01

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Extra	21,01
Glance	20,29
Woolstreet	20,29
Zara	20,29
Sisley	19,57
Olsen	19,20
Sultanna Frantsuzova	18,84
InCity	17,03
“Stock Center”	14,13
Zarina	13,04
Desam	12,32
Mascot	12,32
Orange	11,96
Sasch	10,14
Glenfield	9,42
Ketroy	6,52
“Gota”	6,16
Lo	5,80
MoDaMo	5,80
“Familia”	5,07
Concept Club	5,07
Gregory	5,07
“5 KarmaNov”	4,71
Hiçbir mağazanın adını bilmiyorum	4,71
JS Casual	3,99
O'stin	3,99
Donatto	3,62

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

Ufa şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanlardan tahminen üçte biri(%31.15), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza OGGI, ikinci sırada ise Sela mağazası yer almıştır.

**Tablo 112. Ufalı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
OGGI	25,77
Sela	25,00
Mehh	22,31
Mango	21,54
Savage	18,85
“TVOE”	15,00
Columbia	13,08
Gloria Jeans & Gee Jay	11,15
Finn Flare	10,77
Naf Naf	8,85

Kaynak: “RusBusinessConsulting”



Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
InCity	6,92
s.Oliver	6,92
Extra	6,54
United Colors of Benetton	6,54
Motivi	6,15
Sultanna Frantsuzova	5,00
Zara	5,00
Glance	4,23
Camelot	3,85
Woolstreet	3,85
Sisley	3,46
"Stock Center"	3,08

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

### Rostov-Na-Donu

Rostov-Na-Donu şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %76.97'si "Mehh" mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %73.68 ile Mango, üçüncü sırada ise %67.11 ile Gloria Jeans & Gee Jay gelmektedir.

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %0.66'sı tercih etti.

**Tablo 113. Rostov na Donulu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Mehh	76,97
Mango	73,68
Gloria Jeans & Gee Jay	67,11
Sela	62,83
Savage	62,17
Camelot	54,93
OGGI	52,96
Columbia	52,30
Sultanna Frantsuzova	50,66
Naf Naf	49,01
"TVOE"	48,68
United Colors of Benetton	47,37
O'stin	44,74
s.Oliver	44,08
Promod	34,21
Motivi	33,88
Zara	32,89
Sisley	25,66
Olsen	24,34
Finn Flare	24,01
Baon	21,38
"Stock Center"	19,41

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Woolstreet	19,41
Ketroy	17,76
“Veşş”	16,12
Henderson	16,12
Camaieu	14,14
Lo	12,50
Orange	12,50
Desam	11,18
MoDaMo	10,86
Extra	10,53
Zarina	9,54
Mascot	9,21
“5 KarmaNov”	8,88
Sasch	8,88
Froggy	7,57
Glenfield	7,24
InCity	6,91
JS Casual	6,25
Glance	5,26
Donatto	3,95
House	3,95
Concept Club	3,29

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

Rostov-Na-Donu şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu %24.66 ile Mehh mağazasından alışveriş yapmayı tercih etmişlerdir. Tüketicilerin büyük bir bölümünde %23.99 tercih edilen herhangi bir mağaza ismi bulunmamaktadır (tercih edilen mağazalar sıralamasında ikinci sırada).

**Tablo 114. Rostov na Donulu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Mehh	24,66
Listede beğendiğim mağaza yok	23,99
Mango	20,61
Sela	20,27
Gloria Jeans & Gee Jay	16,89
s.Oliver	14,19
“TVOE”	13,85
O'stin	13,51
United Colors of Benetton	12,84
Columbia	12,16
Promod	11,49
Zara	11,15
Savage	9,46
Motivi	7,77
Naf Naf	7,43
OGGI	7,43

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Camelot	7,09
Camaieu	5,41
Henderson	4,73
Sultanna Frantsuzova	4,39
Sisley	3,72
“Stock Center”	3,38
Finn Flare	3,38
Olsen	3,38
Extra	3,04

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

## Volvograd

Volvograd şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %75.09’u “5 KarmaNov” cevabını vermiştir, İkinci sırada %61.75 ile Mango, üçüncü sırada ise %58.25 ile Gloria Jeans & Gee Jay gelmektedir.

“Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum” seçeneğini ise Katılımcılardan %2.11’i tercih etti.

**Tablo 115. Volgogradlı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2’ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
«5 кармаNov»	75,09
Mango	61,75
Gloria Jeans & Gee Jay	58,25
Sela	57,19
“Stock-Center”	55,44
Mehh	51,93
Savage	51,58
“Veşş”	50,18
Naf Naf	47,72
Camelot	47,37
Columbia	45,61
“TVOE”	44,56
Promod	38,25
United Colors of Benetton	32,98
OGGI	27,37
Olsen	25,61
Motivi	23,86
Sisley	22,11
Baon	20,00
Befree	18,95
O’stin	15,09
s.Oliver	15,09
InCity	14,74
Sasch	14,74

Kaynak: “RusBusinessConsulting”

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Woolstreet	14,04
Zara	12,28
FinnFlare	11,23
Glance	10,88
Henderson	9,12
Extra	8,42
House	8,42
Desam	8,07
Orange	8,07
Lo	7,02
Sultana Frantsuzova	6,67
Gregory	6,32
Donatto	5,96
"Familia"	5,61
MoDamo	5,61
Glenfield	5,26
Mascot	4,91
Froggy	4,21
"Gota"	3,51
JS Casual	3,51
Zarina	3,51

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Volgograd şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanların dörtte birinden fazlası (%24.54), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza "5 KarmaNov", ikinci sırada ise Sela mağazası yer almıştır.

**Tablo 116. Volgogradlı internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Listede beğendiğim mağaza yok	24,54
"5 KarmaNov"	23,44
Sela	20,15
Mango	17,95
Gloria Jeans & Gee Jay	17,58
"TVOE"	13,92
"Veşş"	13,55
Columbia	13,19
Mehh	13,19
Promod	11,72
United Colors of Benetton	11,72
"Stock Center"	10,62
Naf Naf	8,79
OGGI	8,42
Savage	6,96
Camelot	5,86
Olsen	5,13

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
O'stin	4,40
Woolstreet	4,40
Extra	4,03
Motivi	4,03
Henderson	3,66
Sisley	3,30

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Çelyabinsk

Çelyabinsk şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %73.09'u "Mehh" mağazasını yazmışlardır.

İkinci sırada %68.11 ile Mango, üçüncü sırada %63.46 ile Columbia yer almışlardır.

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %1.66'sı tercih etti.

**Tablo 117. Çelyabinskli internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Mehh	73,09
Mango	68,11
Columbia	63,46
Sela	63,46
Savage	63,12
"TVOE"	58,14
Naf Naf	55,48
O'stin	55,48
OGGI	52,49
Gloria Jeans & Gee Jay	47,51
MoDaMo	42,86
Finn Flare	42,19
Camelot	41,86
Olsen	41,53
"5 KarmaNov"	41,20
Sultanna Frantsuzova	37,54
"Stock Center"	36,88
InCity	28,24
s.Oliver	21,26
Baon	18,94
Motivi	17,94
United Colors of Benetton	16,94

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Sasch	13,62
Zara	13,62
Woolstreet	13,29
Lo	8,97
Camaieu	6,64
Glenfield	6,31
Flo & Jo	4,98
Zarina	4,98
Mascot	3,32

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Çelyabinsk şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanların dörtte birinden fazlası (%27.68), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza Sela, ikinci sırada ise Mango mağazası yer almıştır.

**Tablo 118. Çelyabinskli internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Listede beğendiğim mağaza yok	27,68
Sela	22,84
Mango	21,11
"TVOE"	19,38
Columbia	18,69
O'stin	18,69
Mehh	15,92
Savage	15,22
"5 KarmaNov"	14,19
OGGI	13,84
"Stock Center"	10,73
Gloria Jeans & Gee Jay	8,65
InCity	6,92
Finn Flare	6,57
Sultanna Frantsuzova	6,57
Olsen	5,88
Sisley	5,54
MoDaMo	4,84
"Veşş"	4,50
Camelot	4,50
United Colors of Benetton	4,50
Motivi	4,15
Naf Naf	4,15
s.Oliver	3,46

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Ekaterinburg

Ekaterinburg şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %72.55'i "Sela" mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %71.57 ile Mehh, üçüncü sırada %70.59 ile TVOE, yer almışlardır

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %1.31'i tercih etti.

**Tablo 119. Ekaterinburglu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Sela	72,55
Mehh	71,57
"TVOE"	70,59
Finn Flare	67,65
Savage	67,32
Sisley	66,01
Columbia	65,03
Gloria Jeans & Gee Jay	64,71
Naf Naf	64,38
OGGI	59,48
Mango	57,19
Motivi	54,58
Baon	53,92
Camelot	53,27
"5 KarmaNov"	50,65
United Colors of Benetton	47,39
O'stin	45,10
"Stock Center"	37,91
s.Oliver	35,95
MoDaMo	35,62
"Veşş"	33,66
Zara	33,66
Olsen	29,41
Camaieu	27,45
Zarina	27,45
Sasch	26,80
InCity	26,14
Sultanna Frantsuzova	25,82
Promod	20,26
Gregory	16,99
Befree	16,34
Woolstreet	15,03

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
"Gota"	8,82
Orange	8,17
House	6,54
Donatto	6,21
Glance	4,58
Mascot	4,58
"Familia"	4,25
Extra	3,59
Ketroy	3,59

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Ekaterinburg şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanların dörtte birinden fazlası (%26.78), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza TVOE, ikinci sırada ise Sela mağazası yer almıştır.

**Tablo 120. Ekaterinburglu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Listede beğendiğim mağaza yok	26,78
"TVOE"	22,71
Sela	20,34
Gloria Jeans & Gee Jay	14,58
Mango	14,24
OGGI	14,24
Mehh	13,22
O'stin	13,22
Sisley	13,22
"5 KarmaNov"	12,88
Columbia	12,54
Finn Flare	12,20
United Colors of Benetton	11,19
Savage	10,17
Camaieu	8,81
"Veşş"	8,47
Baon	8,47
s.Oliver	8,47
Motivi	7,46
Zara	6,78
"Stock Center"	6,10
Naf Naf	5,76
InCity	5,08
Promod	5,08
Camelot	4,41
Olsen	3,05

Kaynak: "RusBusinessConsulting"



## Novosibirsk

Novosibirsk şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %76.00'sı "Mehh" mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %62.00 ile Savage, üçüncü sırada %61.00 er ile Naf-Naf ve Sela yer almışlardır.

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %3.33'ü tercih etti.

**Tablo 121. Novosibirskli internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %.**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Mehh	76,00
Savage	62,00
Naf Naf	61,00
Sela	61,00
"TVOE"	53,33
Columbia	52,33
Gloria Jeans & Gee Jay	50,67
Baon	45,00
Mango	45,00
Promod	43,33
Sisley	41,67
United Colors of Benetton	38,33
Finn Flare	36,67
Motivi	36,67
Camelot	36,00
"Stock Center"	30,67
Zara	29,67
OGGI	28,33
Sultanna Frantsuzova	28,33
MoDaMo	24,33
Olsen	18,33
"Familia"	17,00
s.Oliver	16,33
Woolstreet	16,00
Sasch	15,33
Zarina	13,33
Befree	13,00
"Veşş"	12,67
O'stin	12,33
InCity	12,00
"5 KarmaNov"	11,33
Desam	11,33
Lo	11,33
Froggy	11,00
Orange	10,33
Flo & Jo	10,00
House	8,33
Glance	7,00

Concept Club	6,33
Glenfield	5,00
JS Casual	5,00
Donatto	4,67
"Gota"	4,33
Henderson	4,33
R2	4,33
Mascot	3,33
Hiçbir mağazanın adını bilmiyorum	3,33

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Novosibirsk şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanlardan tahminen üçte biri(%33.69), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza Mehh, ikinci sırada ise Sela mağazası yer almıştır.

**Tablo 122. Novosibirskli internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Listede beğendiğim mağaza yok	33,69
Mehh	26,16
Sela	17,92
Promod	16,85
Mango	16,13
"TVOE"	14,70
Columbia	13,62
Savage	12,19
OGGI	11,47
United Colors of Benetton	11,47
Gloria Jeans & Gee Jay	9,68
Zara	9,32
Naf Naf	8,60
Baon	7,89
Sisley	7,89
Finn Flare	7,17
"Stock Center"	5,73
Motivi	5,73
Sultanna Frantsuzova	4,30
Woolstreet	4,30
Befree	3,58
s.Oliver	3,23
Sasch	3,23
Zarina	3,23

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

## Omsk

Omsk şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %72.05'i "Savage" mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %66.33 ile Baon, üçüncü sırada %64.65 ile Mehh yer almışlardır.

"Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum" seçeneğini ise Katılımcılardan %4.04'ü tercih etmiştir.

**Tablo 123. Omsklu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar),**

Giyim mağazasının adı	Количество респондентов, %
Savage	72,05
Baon	66,33
Mehh	64,65
Sela	63,64
s.Oliver	60,61
Gloria Jeans & Gee Jay	57,58
Finn Flare	56,57
Columbia	56,23
"TVOE"	53,54
Mango	46,46
Camelot	41,75
Naf Naf	39,06
United Colors of Benetton	37,71
Sisley	37,37
OGGI	34,01
Sasch	30,30
Promod	23,23
MoDaMo	19,19
Desam	18,86
"Stock Center"	17,85
Extra	16,84
InCity	16,50
Zara	16,50
House	13,80
Orange	13,47
Froggy	12,79
Glance	12,79
Olsen	8,75
Zarina	8,08
Woolstreet	7,41
Motivi	6,06
Lo	5,72
JS Casual	5,39
"Gota"	4,71
Donatto	4,04
Hiçbir mağazanın adını bilmiyorum	4,04
Flo & Jo	3,70
Gregory	3,70
O'stin	3,70
Sultanna Frantsuzova	3,70
Mascot	3,37
Glenfield	3,03

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Omsk şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanlardan tahminen üçte biri(%31.91), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza TVOE, ikinci sırada ise Mehh mağazası yer almıştır.

**Tablo 124. Omsklu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Listede beğendiğim mağaza yok	31,91
“TVOE”	21,28
Mehh	18,09
s.Oliver	17,73
Sela	17,02
Mango	14,54
Savage	14,54
Baon	13,83
Columbia	13,12
Gloria Jeans & Gee Jay	12,41
Finn Flare	12,06
United Colors of Benetton	10,99
OGGI	9,57
Promod	9,22
Sisley	7,45
Naf Naf	5,32
Extra	4,96
Camelot	4,26
Sasch	4,26
InCity	3,90
Desam	3,19
Zara	3,19

*Kaynak: “RusBusinessConsulting”*

## Perm

Perm şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %72.46’sı “Mehh” mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %68.85 ile Savage, üçüncü sırada %67.87 ile Sela yer almışlardır.

“Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum” seçeneğini ise Katılımcılardan %3.28’i tercih etti.

**Tablo 125. Permlı internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar),**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Mehh	72,46
Savage	68,85
Sela	67,87
"TVOE"	65,57
Columbia	62,62
Naf Naf	61,31
Gloria Jeans & Gee Jay	58,03
Camelot	55,08
Mango	53,11
Sisley	49,84
Baon	49,18
Motivi	49,18
Finn Flare	44,92
United Colors of Benetton	43,93
Zara	38,69
"Stock Center"	35,08
s.Oliver	34,10
Sasch	32,79
OGGI	32,46
"Familia"	31,48
Lo	30,82
Promod	29,18
Froggy	27,87
Woolstreet	25,57
Sultanna Frantsuzova	22,95
InCity	21,64
Befree	19,02
Glenfield	16,07
Gregory	15,08
Desam	14,10
Orange	14,10
Zarina	13,11
Mascot	9,84
MoDaMo	9,84
Flo & Jo	8,85
Olsen	8,85
Glance	7,87
House	7,54
JS Casual	6,56
O'stin	6,23
Concept Club	4,26
Extra	4,26
"Veşş"	3,61
Hiçbir mağazanın adını bilmiyorum	3,28

*Kaynak: "RusBusinessConsulting"*

Perm şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanlardan tahminen üçte biri(%32.76), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza Sela, ikinci sırada ise TVOE mağazası yer almıştır.

**Tablo 126. Permli internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Listede beğendiğim mağaza yok	32,76
Sela	24,48
“TVOE”	20,00
Columbia	17,24
Mango	17,24
Mehh	16,55
Savage	13,10
Gloria Jeans & Gee Jay	11,38
OGGI	10,34
Promod	10,00
Finn Flare	9,31
United Colors of Benetton	8,97
Zara	8,62
s.Oliver	7,93
“Stock Center”	7,59
Baon	7,24
Naf Naf	7,24
Woolstreet	7,24
Motivi	6,55
“Familia”	6,21
Sisley	6,21
Camelot	5,86
Sasch	4,48
Lo	3,45
Gregory	3,10

*Kaynak: “RusBusinessConsulting”*

## Vladivostok

Vladivostok şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %69.74'ü “Savage” mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %67.11 ile Meh, üçüncü sırada %66.45 ile Columbia yer almışlardır.

“Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum” seçeneğini ise Katılımcılardan %1.97'si tercih etmiştir.

**Tablo 127. Vladivostoklu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar),**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların sayısı, %
Mehh	67,11
Columbia	66,45
Mango	58,55
Gloria Jeans & Gee Jay	57,89
Naf Naf	53,95
Camelot	52,63
Sasch	50,66
Sela	46,71
OGGI	46,05
"TVOE"	43,42
Glenfield	34,87
United Colors of Benetton	32,24
Sisley	30,92
s.Oliver	29,61
Motivi	28,95
Finn Flare	27,63
Woolstreet	25,00
Olsen	23,68
"Stock Center"	21,05
Baon	19,74
"Gota"	17,11
Zara	17,11
MoDaMo	16,45
Lo	15,79
Glance	13,16
Flo & Jo	11,18
Froggy	11,18
Gregory	9,87
O'stin	8,55
Desam	7,89
JS Casual	7,24
Sultanna Frantsuzova	7,24
House	6,58
Orange	6,58
"Veşş"	5,92
InCity	5,92
"Familia"	3,95
Promod	3,95

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Vladivostok şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanların üçte birinden fazlası (%36.42), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza Columbia, ikinci sırada ise Mango mağazası yer almıştır.

**Tablo 128. Vladivostoklu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Listede beğendiğim mağaza yok	36,42
Columbia	21,85
Mango	17,88
Mehh	16,56
OGGI	15,89
“TVOE”	13,25
Sela	11,26
United Colors of Benetton	9,93
Sasch	9,27
Gloria Jeans & Gee Jay	8,61
Naf Naf	8,61
Savage	7,95
s.Oliver	5,96
Woolstreet	5,96
“Stock Center”	5,30
Camelot	5,30
Glenfield	5,30
Motivi	5,30
Finn Flare	4,64
Zara	4,64
Froggy	3,31
Sisley	3,31

*Kaynak: “RusBusinessConsulting”*

## Habarovsk

Habarovsk şehrinde yaşayan internet kullanıcıların büyük çoğunluğu, hangi giyim mağazası isimleri bildikleri sorusuna (ünlü mağazaların isimleri ve kendi tercihlerini yazma fırsatı sunuldu) %63.45'i “Savage” mağazasını yazmışlardır. İkinci sırada %52.41 ile Mehh, üçüncü sırada %47.59 ile Columbia yer almışlardır.

“Mağazalardan hiçbirisinin adını bilmiyorum” seçeneğini ise Katılımcılardan %8.28'i tercih etti.



**Tablo 129. Habarovsklu internet kullanıcıları arasında bilinirlik düzeyine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar),**

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Savage	63,45
Mehh	52,41
Columbia	47,59
Sela	46,90
Gloria Jeans & Gee Jay	42,07
Naf Naf	42,07
Camelot	41,38
OGGI	36,55
United Colors of Benetton	33,10
s.Oliver	31,03
Finn Flare	28,97
"TVOE"	28,28
Sisley	28,28
InCity	26,90
Mango	26,90
Motivi	22,76
Zara	22,76
Mascot	22,07
MoDaMo	21,38
"Veşş"	20,00
Orange	15,17
Woolstreet	15,17
Glenfield	13,10
Befree	11,03
Baon	8,97
Desam	8,97
Olsen	8,97
Desam	8,97
Olsen	8,97
"Gota"	8,28
Sasch	8,28
Hiçbir mağazanın adını bilmiyorum	8,28
Froggy	6,90
Glance	6,21
Lo	6,21
Sultanna Frantsuzova	5,52
Zarina	4,83
Donatto	4,14
Extra	4,14
House	3,45
Promod	3,45
R2	3,45

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Habarovsk şehrinde yaşayan internet kullanıcılarının ankete katılanların üçte birinden fazlası (%43.18), özellikle tercih ettikleri herhangi bir mağaza ismi olmadığını belirtmişlerdir – Sıralamada birinci sıra. En çok tercih edilen mağaza Mehh, ikinci sırada ise Savage mağazası yer almıştır.

**Tablo 130. Habarovsklu internet kullanıcıları tarafından tercih edilme düzeylerine göre ihtisaslaşmış giyim mağazalarının derecelendirmesi (%2'ye kadar), %**

Kaynak: "RusBusinessConsulting"

Giyim mağazasının adı	Katılımcıların Sayısı %
Listede beğendiğim mağaza yok	43,18
Mehh	18,18
Savage	17,42
Sela	14,39
Columbia	11,36
InCity	9,85
Motivi	8,33
"TVOE"	7,58
Mango	7,58
OGGI	7,58
Gloria Jeans & Gee Jay	6,82
s.Oliver	6,82
United Colors of Benetton	6,82
Zara	6,82
"Veşş"	5,30
Camelot	5,30
Sisley	5,30
Finn Flare	4,55
Naf Naf	3,79
Glenfield	3,03
Lo	3,03
Mascot	3,03
Sasch	3,03

## EKLER

### Anket

1. Cinsiyetiniz: Erkek Kadın 2. Kaç yaşındasınız?

3. Nerede oturuyorsunuz?

- Moskova
- Moskova Eyaleti
- Saint-Petersburg
- Moskova Eyaleti
- Nijniy Novgorod
- Samara
- Kazan
- Ufa
- Rostov-Na-Don
- Volgograd
- Çelyabinsk
- Ekaterinburg
- Novosibirsk
- Omsk
- Vladivostok
- Habarovsk

4. Ailenizde kişi başına düşen ortalama aylık geliri belirtiniz.

- 5 bin rubleye kadar
- 6 – 10 bin ruble
- 11 – 15 bin ruble
- 16 – 20 bin ruble
- 21 – 30 bin ruble
- 31 – 50 bin ruble
- 51 – 70 bin ruble
- 71 – 90 bin ruble
- 90 bin rubleden fazla

5. Eğitiminiz

- Tamamlanmamış orta öğretim
- Genel ortaöğretim
- Mesleki ortaöğretim
- Yüksekokul
- İki veya daha fazla yüksekokul
- Bilim adamı derecesi
- Yükseköğretim ve Master

- Diğer
- 6. Sosval – kariver durumunuz
  - Yüksek dereceli yönetici – işyeri sahibi
  - Başkasına çalışan yüksek dereceli yönetici
  - Orta/alt dereceli yönetici
  - Uzman
  - Serbest girişimci
  - Memur
  - Teknik personel
  - Öğrenci
  - İşsiz
  - Emekli
  - Ev hanımı

---

Diğer

7. Son altı ay içinde kendiniz için hangi çeşit giysiler aldınız? BİRDEN FAZLA CEVAP VERİLEBİLİR

- Sportif
- Ev
- İş
- Günlük
- Abiye/özel gün
- Üst giyim
- Giysi satın almıyorum

8. Giysilerinizi nereden satın alıyorsunuz? (iç çamaşırı, çoraplar hariç) BİRDEN FAZLA CEVAP VERİLEBİLİR

Giysi satan pazarlardan,

Giysi satışında uzmanlaşmış mağaza/butiklerden,

Süpermarketlerden (süpermarket ifadesinden, açık alanlarında giysi, kozmetik ev eşyaları gibi ürünler satılan çok katlı mağazalar kastedilmektedir) bununla birlikte süpermarketteki ürün çeşitlerinin %50 sini giysiler oluşturmaktadır. Alışveriş merkezlerinden, içerisinde kapalı ve ayrı mağazaların ve satış elemanlarının olduğu alışveriş merkezleri

İndirimli dükkânlardan

İnternet mağazalarından

Posta kataloglarından (OTTO,Quelle gibi)

Yiyecek satan süpermarketlerden / hipermarketlerden

terzihanelerden

yurtdışından

Diğer (özellikle hangileri? )

9. Aşağıda sıralanan mağaza isimlerinden hangilerini biliyorsunuz? Nerden giysi almayı tercih ediyorsunuz?

Giysi mağazaları listesi:

"5 KarmaNov"

"Veşş!"

"Gota"

"Stok Center"

"TVOE"

"Familia"

Vaop

Befree

Camaieu

Camelot

Columbia

Concept Club

Desam

Donatto

Enton

Extra

Finn Flare

Flo & Jo

Froggy

Glance

Glenfield

Gloria Jeans & Gee Jay

Gregory

Henderson

House

InCity

JS Casual

Ketroy

Lo

Mango

Mascot

Mehh

MoDaMo

Motivi

Naf Naf

OGGI

Olsen

Orange

O'stin

Promod

R2

s.Oliver

Sasch

Savage

Sela

Sisley

Sultanna Frantsuzova

United Colors of Benetton

Woolstreet

Zarina

14.1 ve 14.2 inci sorular sıraya göre sunulmuştur.



Benim için önem arz etmiyor

11. Mağaza seçiminizde sizin için önemli olan faktörleri seçiniz EN FAZLA 4 CEVAP SEÇİLEBİLİR

1 Tüketici de mağazanın indirim kartının bulunması / bonus programının olması

2 Mağazanın ürün çeşitleri arasında sevdiğim markaların bulunması (konu birden fazla ürün markası satan mağazalarla ilgilidir)

3 Mağazanın tüketicinin ikametgâh/işyeri/öğrenim yerine yakınlığı

4 Mağaza markalarının tanınmışlığı / güvenilirliği

5 Giyim mağazasının stoklarında tüketicinin boy ve/veya tercihlerine uyacak çeşidin bulunması

6 Mağaza çeşitlerinde giysiden başka ürünlerinde olması: Aksesuarlar, ayakkabı vb

7 Mağazanın ürün çeşitlerinde farklı amaçlı giysilerin bulunması: Takım elbise, günlük elbise, üst giyim, abiye vb

8 Mağazanın kabul edilebilir fiyat politikası

9 Giysinin zevkime uygun olması

10 Özel kampanyalar / indirimler

11 Mağazanın iç / dış tasarımı

12 İlgili mağazadan tüketicinin çevresindekilerin de alışveriş yapması

13 Diğer (özellikle hangileri?)

12. Günlük giysileriniz için ayda ne kadar harcama yapıyorsunuz (iç çamaşırı, çorap, ayakkabı ve aksesuarlar hariç)\*?

Giysiye harcama yapmıyorum

500 rubleye kadar

501-1 500 ruble

1.501-3.000 ruble

3.001-5.000 ruble

5.001-7.000 ruble

7.001-10.000 ruble

10.001-12.000 ruble

12.001-15.000 ruble

15.001-20.000 ruble

20.000 rubleden fazla



\* Şayet ayda bir kereden az giysi alıyorsanız ilgili göstergiyi altı aylık harcamalarınız üzerinden yola çıkarak hesaba katınız. Daha sonra altı aylık yaptığınız harcamanızı 6 ya bölünüz.

13. Giysi seçiminizde tercihinize etki eden faktörleri değerlendiriniz. HER BİR SATIR İÇİN TEK CEVAP

Çok

Önemli

Faktör

Hemen Hemen önemsiz

Hemen hemen önemli

Hiç önemli değil

Cevap vermekte zorlanıyorum

---

1. Giysinin moda eğilimlerine uyumu

---

2. Markanın tanınmışlığı/prestiji

---

3. Yüksek kalite

---

4. Fiyat

---

5. G7 ülkelerinde /ABD, Fransa, Almanya, İtalya, İngiltere, Japonya, Kanada) üretilmiş olmaları faktörü.

14. Sizin için günlük giysi için harçayabileceğiniz maksimum fiyatı belirtiniz. DEĞİŞİK CİNSİYETLERDEKİ KATILIMCILAR İÇİN GİYSİ SEÇİMLERİ FARKLIDIR.

14.A Erkekler için

---

Günlük giysi çeşidi

0. Bu çeşit

giysi

En çok

..... ruble

giymiyorum

## Günlük giysi çeşidi

1. Ceket
2. Takım elbise
3. Gömlek
4. Kazak

Kot pantolon

Pantolon

7. Sezonluk Mont 0

14.B Kadınlar için

Günlük giysi çeşidi	Bu çeşit giysi giymiyorum	En çok ..... ruble
1. Kadın elbisesi / kadın ceketi	0	

2. Takım elbise
3. Bluz
4. Etek
5. Kazak
6. Pantolon/golf pantolonu
7. Sezonluk mont / yağmurluk
8. Abiye / kostüm 0

15. Aşağıdaki giysi çeşitlerini ne kadar sıklıkta alıyorsunuz? Bu soru, ilgili giysi çeşidini ne kadar fiyata satın aldıklarını belirten Katılımcılar e sorulmuştur.

Giysi Çeşidi Satın alma sıklığı

1. gömlek / bluz	<input type="checkbox"/>	Haftada birkaç kere
	<input type="checkbox"/>	Ayda 2-4 kere
	<input type="checkbox"/>	Ayda 1 kere
	<input type="checkbox"/>	3 ayda bir kere
	<input type="checkbox"/>	6 ayda 1 kere
	<input type="checkbox"/>	Yılda bir kere ve daha az

## Giyisi Çeşidi

## Satın alma sıklığı

---

2. Pantolon	?	Haftada birkaç kere
	?	Ayda 2-4 kere
	?	Ayda 1 kere
	?	3 ayda bir kere
	?	6 ayda 1 kere
	?	Yılda bir kere ve daha az

---

3. Kazak/kazak	?	Haftada birkaç kere
	?	Ayda 2-4 kere
	?	Ayda 1 kere
	?	3 ayda bir kere
	?	6 ayda 1 kere
	?	Yılda bir kere ve daha az

---

Sayın İlgili

RBK Danışmanlık şirketinden almış olduğunuz rapor için teşekkürlerimizi sunarız!

Müşterilerimizin ihtiyaçlarını dikkate alarak, araştırma ve analitik raporlarımızın yapısını ve bilgi açısından zenginleştirilmesini sağlamaktayız. Her daim, tarafımızca hazırlanan raporların kalitesini artırmaya yönelmekteyiz, bu nedenle tarafınızın hizmetlerimizin kalitesi hakkındaki görüş ve önerilerine memnuniyet duyacağız.

Görüş ve önerileriniz aşağıdaki iletişim bilgileri aracılığıyla tarafımıza iletebilirsiniz

Faks: +7 (495) 363 11 12 ("Pazar araştırma bölümüne" şeklinde not düşülerek) e-mail: [marketing@rbc.ru](mailto:marketing@rbc.ru) (konu: görüş)

Posta Adresi: 117393 Moskova, Profsoyuznaya cad. No 78, RBK – Danışmanlık departmanı Pazar araştırmaları bölümü

Cevap

Soru

Firma Adı - Alıcı

Firmanızın çalıştığı sektör

Rapor adı

Raporun alınmasındaki temel amaç (birden fazla seçenek seçilebilir)

Rusya Federasyonu'nda giysi alımında tüketici tercih ve davranışları İnternet anketi sonuçları (CAWI).

Şirketin faaliyet gösterdiği Pazar hakkında genel bilgilerin elde edilmesi

Şirketin girmeyi planladığı Pazar hakkında genel bilgilerin elde edilmesi

Gelişim stratejisi geliştirme

Pazarın yatırım açısından cazipliğinin değerlendirilmesi

Yatırımcıların çekilmesi

İş planının yazılması

Rakiplerin incelenmesi

Şirketin pazardaki yerinin değerlendirilmesi

Şirket yayın ve sunumları için rapor bilgilerinin alıntılanması

Diğer

Aldığınız hizmetten memnun musunuz?

Evet

Hayır

Cevap vermekte zorlanıyorum

Pazar gelişimi için önemli konuların bazıları açıklığa kavuşmadı (özellikle hangileri?)

Şayet hizmet kalitesinden memnun değilseniz, bu durumda sebebini belirtebilir misiniz? (Birden fazla cevap seçeneği seçilebilir)

Görüşünüze göre önemli, pazarın önemli bölümleri araştırma dışında kaldı.

(özellikle hangileri?)

Sonuçlar ve rakamlar şüphe uyandırıyor (özellikle hangileri?)

Bazı bölümleri gereksiz buluyorum (özellikle hangileri)

Bu raporun gelecek versiyonlarında hangi bölümleri görmek isterdiniz?

Raporun size ne gibi faydaları oldu?

Raporumuzun sonuçlarıyla Pazar hakkında hangi hipotez ve görüşleriniz onaylanmış oldu?

Raporun yeni versiyonlarını indirimli olarak almaya hazır mısınız?

Evet

Hayır

Cevap vermekte zorlanıyorum

Anketi dolduranın, Adı, Soyadı ve iletişim bilgileri