

OPINIONS OF THE ŚWIĘTOKRZYSKIE VOIVODESHIP INHABITANTS ABOUT FASHION AND ITS TRENDS

Artur Borcuch¹

¹Dr, Instytut Zarządzania, Wydział Prawa, Administracji i Zarządzania, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach.

ARTICLE INFO.

Keywords:
fashion, Świętokrzyskie
voivodship.

Abstract

The aim of the text is to examine the attitude of the inhabitants of the Świętokrzyskie voivodship to fashion and its trends.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2018 LWAB.

1. Mieszkańcy województwa świętokrzyskiego

Badanie zostało przeprowadzone w okresie od czerwca do lipca 2015 roku. Wśród badanych osób było 158 kobiet (88,8%) oraz 20 mężczyzn (11,2%).

Tabela 1. Płeć

	Częstość	Procent ważnych
Kobieta	158	88,8
Mężczyzna	20	11,2

Źródło: Badania własne.

Najliczniejszą grupę badanych osób stanowiły osoby w wieku 19-24 lata (86%).

Tabela 2. Wiek

	Częstość	Procent ważnych
19-24	153	86,0
25-29	11	6,2
30-39	7	3,9
40-49	5	2,8
50 i więcej	2	1,1

Źródło: Badania własne.

W kategorii miejsce zamieszkania, 39,8% stanowili mieszkańcy wsi, zaś 39,2% mieszkańcy Kielc.

Tabela 3. Miejsce zamieszkania

	Częstość	Procent ważnych
--	----------	-----------------

Wieś	70	39,8
Miasto do 25 tys. mieszkańców	17	9,7
Miasto 25,1 tys. - 50 tys. mieszkańców	5	2,8
Miasto 50,1 tys. - 100 tys. mieszkańców	15	8,5
Miasto 100,1 tys. mieszkańców i więcej	69	39,2

Źródło: Badania własne.

Tabela 4. Wykształcenie

	Częstość	Procent ważnych
Średnie (ogólnokształcące, zawodowe, policealne)	94	53,1
Wyższe (licencjackie, inżynierskie, magisterskie)	83	46,9

Źródło: Badania własne.

W badaniu najliczniej reprezentowaną kategorię zawodową stanowili studenci (78,1%).

Tabela 5. Aktywność zawodowa

	Częstość	Procent ważnych
Student	139	78,1
Osoba zatrudniona i/lub prowadząca własną działalność	35	19,7
Inny	4	2,2

Źródło: Badania własne.

Tabela 6. Jaka jest Pana/Pani wysokość osiąganych miesięcznych dochodów (netto, tzn. „na rękę”)

	Częstość	Procent ważnych
do 2000 zł	145	85,8
2001-3000 zł	13	7,7
3001-4000 zł	6	3,6
4001-5000 zł	2	1,2
5001-10 000 zł	1	,6
10 001 zł i więcej	2	1,2

Źródło: Badania własne.

Tabela 7. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w wymienionych poniżej miejscach (dane w %)

	Prawie codziennie	Kilka razy w tygodniu	Kilka razy w miesiącu	Kilka razy w ciągu 6 miesięcy	Kilka razy w ciągu roku	Raz w roku lub rzadziej	Nigdy
W sklepach sieciowych (ale nie są one zlokalizowane w galeriach handlowych)	1,2	3,6	5,4	16,1	30,4	31,0	12,5
W sklepach sieciowych (które mieszczą się w galeriach handlowych)	0,6	2,9	25,4	38,7	21,4	8,1	2,9
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania tanie)	0,0	2,5	12,9	37,4	26,4	15,3	5,5
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania marek np. D&G, Versace, Prada)	0,0	0,6	3,4	4,1	6,5	18,2	67,1
W sklepach odzieżowych	0,0	0,6	0,0	3,0	1,8	10,2	84,3

oferujących ubrania szyte w małej ilości egzemplarzy np. przez projektantów							
Na bazarach, placach targowych	0,0	2,3	17,5	28,7	16,4	19,3	15,8
Przez Internet (polskie sklepy internetowe)	0,0	1,2	6,5	24,9	23,1	17,8	26,6
Przez Internet (zagraniczne sklepy internetowe)	0,0	1,8	1,8	4,8	7,1	17,9	66,7
Przez Internet (od osób prywatnych z Polski)	0,0	0,6	2,9	13,5	15,8	20,5	46,8
Przez Internet (od osób prywatnych z zagranicy)	0,0	0,6	1,8	1,2	2,4	10,0	84,1

Źródło: Badania własne.

Na pytanie, jak często Pani/Pan kupuje ubrania w wymienionych (w pytaniu) miejscach, respondenci najczęściej wskazywali na sklepy sieciowe zlokalizowane w galeriach handlowych (M=4,13), sklepy odzieżowe, które nie są tzw. sieciówkami (ale osoby kupują w nich ubrania tanie) (M=4,56) oraz na bazar i place targowe (M=4,80).

Tabela 8. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w wymienionych poniżej miejscach (średnia; 1 – prawie codziennie, ..., 7-nigdy)

	Średnia
W sklepach sieciowych (które mieszczą się w galeriach handlowych)	4,13
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania tanie)	4,56
Na bazarach, placach targowych	4,80
W sklepach sieciowych (ale nie są one zlokalizowane w galeriach handlowych)	5,14
Przez Internet (polskie sklepy internetowe)	5,30
Przez Internet (od osób prywatnych z Polski)	5,93
Przez Internet (zagraniczne sklepy internetowe)	6,38
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania marek np. D&G, Versace, Prada)	6,39
Przez Internet (od osób prywatnych z zagranicy)	6,72
W sklepach odzieżowych oferujących ubrania szyte w małej ilości egzemplarzy np. przez projektantów	6,74

Źródło: Badania własne.

Respondenci przejawiają zainteresowanie modą przede wszystkim poprzez odwiedzanie sklepów z modnymi ubraniami (42,1%) oraz czytanie czasopism i artykułów modowych (38,8%).

Należy odnotować, że prawie co trzeci badany nie interesuje się modą (28,7%).

Tabela 9. Czym przejawia się Pani/Pana zainteresowanie modą?

	Procent
Odwiedzam sklepy z modnymi ubraniami	42,1
Czytam czasopisma i artykuły modowe	38,8
Staram się podążać za najnowszymi trendami modowymi	32,0
Nie interesuje się modą	28,7
Czytam blogi modowe	27,0
Oglądam pokazy mody w telewizji	11,8
Sam/sama projektuję i szyję sobie ubrania	2,8
Uczestniczę w pokazach modowych	2,2

Źródło: Badania własne.

Tabela 10. W jaki sposób wymienione cechy oddziałują na Pani/Pana decyzję przy zakupie ubrań (dane w %)

	1 Najmniej oddziałują	2	3	4	5 Najbardziej oddziałują
Jakość	0,0	2,8	12,4	42,4	42,4
Cena	0,0	3,9	15,7	34,8	45,5
Marka	23,2	31,6	26,0	13,6	5,6
Moda	17,6	16,5	30,1	28,4	7,4
Komfort	0,0	0,6	7,3	43,3	48,9
Styl	1,1	1,7	28,4	39,8	29,0
Kolor	2,8	4,0	27,1	38,4	27,7
Materiał	0,0	5,1	21,7	45,7	27,4

Źródło: Badania własne.

Decydując się na zakup ubrań, respondenci zwracają uwagę przede wszystkim na komfort (M=4,40), jakość (M=4,24) oraz cenę (M=4,22). Z kolei w najmniejszym stopniu na decyzję zakupową wpływa marka (M=2,47) oraz moda (M=2,91). Niskie znaczenie cechy „marka” może świadczyć o braku przywiązania przez młodych mieszkańców województwa świętokrzyskiego do globalnych marek odzieżowych oraz o potencjale dla otwierania/rozwijania lokalnych firm projektujących/produkujących ubrania w województwie, których strategia powinna być nakierowana na komfort i jakość.

Tabela 11. W jaki sposób wymienione cechy oddziałują na Pani/Pana decyzję przy zakupie ubrań (średnia)

	Średnia
Komfort	4,40
Jakość	4,24
Cena	4,22
Materiał	3,95
Styl	3,94
Kolor	3,84
Moda	2,91
Marka	2,47

Źródło: Badania własne.

Ponad połowa respondentów (52,3%) interesują się trendami w modzie i czerpie z nich wybrane elementy, w zależności od swoich potrzeb. Z kolei tylko 5,1% badanych interesuje się na bieżąco trendami w modzie i stara się podążać za nimi.

Tabela 12. Jak jest Pani/Pana ogólne nastawienie do trendów w modzie?

	Częstość	Procent ważnych
Interesuję się trendami w modzie i czerpię z nich wybrane elementy, w zależności od moich potrzeb	92	52,3
Interesuję się trendami w modzie, ale nie podążam za nimi	44	25,0
Zupełnie nie interesuję się trendami w modzie	31	17,6
Interesuję się trendami w modzie i staram się podążać za nimi (jestem zawsze na bieżąco)	9	5,1

Źródło: Badania własne.

Na zakup ubrania/ubrań badani przeznaczają średnio 211,16 zł miesięcznie z odchyleniem standardowym 183,85 zł (211,16 zł +/- 183,85 zł). Połowa badanych osób kupuje ubrania co najwyżej za kwotę 150 zł. W grupie badanych osób znalazły się osoby, które w skali miesiąca nic nie wydają na ubrania, jak i takie, które wydają ok. 1000 zł.

Tabela 13. Jaką kwotę w skali miesiąca przeznaczają Pani/Pan na zakup ubrania/ubrań? (dane w zł)

Średnia	211,16
Mediana	150,00
Dominanta	100
Odchylenie standardowe	183,850
Minimum	0
Maksimum	1000

Źródło: Badania własne.

Tabela 14. W jakim stopniu Pani/Pan zgadza się z poniższymi stwierdzeniami

	Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam
Kupuje ubrania jakie lubię, niezależnie od bieżących trendów modowych	10,5	7,6	12,2	33,7	36,0
Kupuje modne ubrania ale tylko wtedy gdy są one powszechnie akceptowane	21,8	24,7	28,2	18,4	6,9
Nie interesuje mnie moda, liczy się dla mnie niska cena	18,0	29,7	27,3	17,4	7,6
Preferuję w zakupie powszechne na rynku marki modowe	10,5	18,1	33,9	31,0	6,4
Preferuję w zakupie mniej znane marki modowe	8,9	24,3	45,0	18,9	3,0
Znajomi postrzegają mnie jako osobę, która zna się na modzie i potrafi dobrze doradzić	7,6	14,5	42,4	29,1	6,4
Nie obawiam się ubrać czegoś nowatorskiego/unikatowego	11,6	21,5	25,0	26,7	15,1
Lubię kupować ubrania	7,6	9,3	13,4	34,3	35,5
Czuje się dobrze, gdy kupię nowe ubranie	6,9	8,1	13,9	34,1	37,0

Źródło: Badania własne.

Zakupy mogą być skutecznym sposobem na poprawę nastroju i walki z melancholią – jest to jeden z rezultatów badań przeprowadzonych przez naukowców z Uniwersytetu Michigan¹. Wyniki badań własnych zdają się wnioskować ten potwierdzać. Respondenci czują się dobrze podczas kupowania

¹ Naukowcy potwierdzają – zakupy poprawiają humor, <http://www.iwomana.pl/naluzie/inews/naukowcy:potwierdzaja:-zakupy:poprawiaja:humor,217,0,1467353.html> z dn. 28.01.2014.

nowych ubrań (M=3,86), lubią kupować nowe ubrania (M=3,81) oraz kupują ubrania jakie lubią, niezależnie od bieżących trendów w modzie (M=3,77).

Tabela 15. W jakim stopniu Pani/Pan zgadza się z poniższymi stwierdzeniami (średnia; 1- zdecydowanie się nie zgadzam, ..., 5-zdecydowanie się zgadzam)

	Średnia
Czuje się dobrze, gdy kupie nowe ubranie	3,86
Lubię kupować ubrania	3,81
Kupuje ubrania jakie lubię, niezależnie od bieżących trendów modowych	3,77
Znajomi postrzegają mnie jako osobę, która zna się na modzie i potrafi dobrze doradzić	3,12
Nie obawiam się ubrać czegoś nowatorskiego/unikatowego	3,12
Preferuję w zakupie powszechne na rynku marki modowe	3,05
Preferuję w zakupie mniej znane marki modowe	2,83
Nie interesuje mnie moda, liczy się dla mnie niska cena	2,67
Kupuje modne ubrania ale tylko wtedy gdy są one powszechnie akceptowane	2,64

Źródło: Badania własne.

Inspiracje w kwestiach ubioru, badane osoby czerpią obserwując ludzi na ulicy (51,7%), z Internetu (strony, portale modowe) (M=46,6) oraz od znajomych (M=45,5%).

Tabela 16. Skąd Pani/Pan czerpie inspiracje w kwestiach ubioru? (można zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi)

	%
Obserwując ludzi na ulicy	51,7
Z Internetu (strony, portale modowe)	46,6
Od znajomych	45,5
Z gazet, czasopism (wymień jakie?)	19,1
Nie czerpię inspiracji z żadnych źródeł	18,2
Inspirują mnie znane osoby	16,3
Z programów telewizyjnych poświęconych modzie	15,7
Od kogoś z członków rodziny	11,2
Bezpośrednio od projektantów, z pokazów mody	4,5

Źródło: Badania własne.

Na pytanie czy Pani/Pan kiedykolwiek świadomie kupiła/kupił ubranie lub dodatek będący imitacją/podróbką jakiejś marki, 48,6% badanych osób odpowiedziało, że nigdy, zaś 31,4% odpowiedziało, że raz, czy dwa razy taką rzecz kupiło.

Tabela 17. Czy Pani/Pan kiedykolwiek świadomie kupiła/kupił ubranie lub dodatek będący imitacją/podróbką jakiejś marki?

	Częstość	Procent ważnych
Nie, nigdy	85	48,6
Tak, raz czy dwa kupiłem/kupiłam taką rzecz	55	31,4
Czasami, od czasu do czasu zdarzyło mi się kupić taką rzecz	27	15,4
Często kupuję takie rzeczy	6	3,4
Bardzo często kupuję takie rzeczy	2	1,1

Źródło: Badania własne.

Dla 44,1% respondentów wykonywana praca/zawód oddziałuje częściowo na sposób ubierania się, z kolei dla 27,1% w ogóle nie oddziałuje.

Tabela 18. W jakim stopniu Pani/Pana wykonywana praca/zawód, oddziałuje na Pani/Pana sposób ubierania się

	Częstość	Procent ważnych
Oddziałuje częściowo, w pewnym stopniu	78	44,1
W ogóle nie oddziałuje	48	27,1
Nie mam zdania	26	14,7
Silnie oddziałuje	25	14,1

Źródło: Badania własne.

Ostatnie pytanie dotyczyło zakupów w sklepach z odzieżą używaną. 26,4% respondentów zaznaczyło odpowiedź, że nigdy nie kupiło ubrania w sklepie z odzieżą używaną, 24,7% odpowiedziało, że zdarza im się taki zakup raz w roku lub rzadziej, z kolei 21,3% odpowiedziało, że takie zakupy robi kilka razy w ciągu 6 miesięcy.

Tabela 19. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w sklepach z odzieżą używaną (tzw. second handach)?

	Częstość	Procent ważnych
Nigdy	47	26,4
Raz w roku lub rzadziej	44	24,7
Kilka razy w ciągu 6 miesięcy	38	21,3
Kilka razy w ciągu roku	30	16,9
Kilka razy w miesiącu	16	9,0
Kilka razy w tygodniu	3	1,7

Źródło: Badania własne.

2. Mieszkańcy Kielc

Tabela 20. Płeć

	Częstość	Procent ważnych
Kobieta	84	82,4
Mężczyzna	18	17,6
Ogółem	102	100,0

Źródło: Badania własne.

Tabela 21. Wiek

	Częstość	Procent ważnych
19-24	80	79,2
25-29	8	7,9
30-39	8	7,9
40-49	4	4,0
50 i więcej	1	1,0
Ogółem	101	100,0

Źródło: Badania własne.

Tabela 22. Wykształcenie

	Częstość	Procent ważnych
Średnie (ogólnokształcące, zawodowe, policealne)	47	46,5
Wyższe (licencjackie, inżynierskie, magisterskie)	54	53,5
Ogółem	101	100,0

Źródło: Badania własne.

Tabela 23. Aktywność zawodowa

	Częstość	Procent ważnych
Student	77	75,5
Osoba zatrudniona i/lub prowadząca własną działalność	24	23,5
Inny	1	1,0
Ogółem	102	100,0

Źródło: Badania własne.

Tabela 24. Jaka jest Pana/Pani wysokość osiąganych miesięcznych dochodów (netto, tzn. „na rękę”)

	Częstość	Procent ważnych
do 2000 zł	77	79,4
2001-3000 zł	12	12,4
3001-4000 zł	5	5,2
4001-5000 zł	1	1,0
5001-10 000 zł	1	1,0
10 001 zł i więcej	1	1,0
Ogółem	97	100,0

Źródło: Badania własne.

Tabela 25. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w wymienionych poniżej miejscach

	Prawie codziennie	Kilka razy w tygodniu	Kilka razy w miesiącu	Kilka razy w ciągu 6 miesięcy	Kilka razy w ciągu roku	Raz w roku lub rzadziej	Nigdy
W sklepach sieciowych (ale nie są one zlokalizowane w galeriach handlowych)	1,0	3,0	5,0	17,0	30,0	32,0	12,0
W sklepach sieciowych (które mieszczą się w galeriach handlowych)	0,0	3,0	31,7	35,6	21,8	6,9	1,0
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania tanie)	0,0	2,0	11,2	36,7	24,5	19,4	6,1
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania marek np. D&G, Versace, Prada)	0,0	1,0	5,0	4,0	8,0	19,0	63,0

W sklepach odzieżowych oferujących ubrania szyte w małej ilości egzemplarzy np. przez projektantów	0,0	1,0	0,0	3,1	3,1	12,4	80,4
Na bazarach, placach targowych	0,0	4,0	10,0	21,0	15,0	25,0	25,0
Przez Internet (polskie sklepy internetowe)	0,0	2,0	6,1	21,4	24,5	19,4	26,5
Przez Internet (zagraniczne sklepy internetowe)	0,0	3,0	2,0	5,0	6,0	21,0	63,0
Przez Internet (od osób prywatnych z Polski)	0,0	1,0	2,0	13,0	15,0	22,0	47,0
Przez Internet (od osób prywatnych z zagranicy)	0,0	1,0	2,0	1,0	1,0	11,0	84,0

Źródło: Badania własne.

Tabela 26. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w wymienionych poniżej miejscach (średnia; 1-prawie codziennie, ..., 7-nigdy)

	Średnia
W sklepach sieciowych (które mieszczą się w galeriach handlowych)	4,01
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania tanie)	4,66
W sklepach sieciowych (ale nie są one zlokalizowane w galeriach handlowych)	5,16
Na bazarach, placach targowych	5,22
Przez Internet (polskie sklepy internetowe)	5,33
Przez Internet (od osób prywatnych z Polski)	5,96
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania marek np. D&G, Versace, Prada)	6,28
Przez Internet (zagraniczne sklepy internetowe)	6,29
W sklepach odzieżowych oferujących ubrania szyte w małej ilości egzemplarzy np. przez projektantów	6,67
Przez Internet (od osób prywatnych z zagranicy)	6,71

Źródło: Badania własne.

Tabela 27. Czym przejawia się Pani/Pana zainteresowanie modą? (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

	Procent
Odwiedzam sklepy z modnymi ubraniami	41,2
Czytam czasopisma i artykuły modowe	36,3
Nie interesuje się modą	36,3
Staram się podążać za najnowszymi trendami modowymi	32,4
Czytam blogi modowe	27,5
Oglądam pokazy mody w telewizji	12,7
Uczestniczę w pokazach modowych	4,9
Sam/sama projektuję i szyję sobie ubrania	2,0

Źródło: Badania własne.

Tabela 28. W jaki sposób wymienione cechy oddziałują na Pani/Pana decyzję przy zakupie ubrań (dane w %)

	1 Najmniej oddziałuje	2	3	4	5 Najbardziej oddziałuje
Jakość	0,0	2,0	11,9	41,6	44,6
Cena	0,0	5,9	14,7	37,3	42,2
Marka	19,6	26,5	32,4	14,7	6,9
Moda	18,8	16,8	23,8	31,7	8,9
Komfort	0,0	1,0	9,8	43,1	46,1
Styl	1,0	0,0	32,4	38,2	28,4
Kolor	3,9	3,9	24,5	44,1	23,5
Materiał	0,0	3,0	26,7	40,6	29,7

Źródło: Badania własne.

Tabela 29. W jaki sposób wymienione cechy oddziałują na Pani/Pana decyzję przy zakupie ubrań (średnia; 1-najmniej oddziałuje,,5-najbardziej oddziałuje)

	Średnia	Odchylenie standardowe
Komfort	4,34	,696
Jakość	4,29	,753
Cena	4,16	,887
Materiał	3,97	,830
Styl	3,93	,836
Kolor	3,79	,978
Moda	2,95	1,268
Marka	2,63	1,160

Źródło: Badania własne.

Tabela 30. Jakie jest Pani/Pana ogólne nastawienie do trendów w modzie?

	Częstość	Procent ważnych
Interesuję się trendami w modzie i czerpię z nich wybrane elementy, w zależności od moich potrzeb	50	49,0
Interesuję się trendami w modzie, ale nie podążam za nimi	23	22,5
Zupełnie nie interesuję się trendami w modzie	21	20,6
Interesuję się trendami w modzie i staram się podążać za nimi (jestem zawsze na bieżąco)	8	7,8

Źródło: Badania własne.

Średnio na zakup ubrania/ubrań badani Kielczanie przeznaczają 245 zł w skali miesiąca z odchyleniem standardowym 227,34 zł.

Tabela 31. Jaką kwotę w skali miesiąca przeznacza Pani/Pan na zakup ubrania/ubrań?

Średnia	245,00
Mediana	150,00
Dominanta	100
Odchylenie standardowe	227,337
Minimum	0
Maksimum	1000

Źródło: Badania własne.

Tabela 32. W jakim stopniu Pani/Pan zgadza się z poniższymi stwierdzeniami

	Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam
Kupuje ubrania jakie lubię, niezależnie od bieżących trendów modowych	9,9	5,9	17,8	30,7	35,6
Kupuje modne ubrania ale tylko wtedy gdy są one powszechnie akceptowane	20,6	23,5	26,5	23,5	5,9
Nie interesuje mnie moda, liczy się dla mnie niska cena	18,6	28,4	23,5	20,6	8,8
Preferuję w zakupie powszechne na rynku marki modowe	11,9	11,9	34,7	36,6	5,0
Preferuję w zakupie mniej znane marki modowe	7,1	27,3	42,4	20,2	3,0
Znajomi postrzegają mnie jako osobę, która zna się na modzie i potrafi dobrze doradzić	8,8	15,7	43,1	26,5	5,9
Nie obawiam się ubrać czegoś nowatorskiego/unikatowego	9,9	21,8	22,8	32,7	12,9
Lubię kupować ubrania	6,9	9,9	16,8	29,7	36,6
Czuje się dobrze, gdy kupię nowe ubranie	6,9	6,9	13,7	34,3	38,2

Źródło: Badania własne.

Tabela 33. W jakim stopniu Pani/Pan zgadza się z poniższymi stwierdzeniami (średnia; 1-zdecydowanie się nie zgadzam, ..., 5-zdecydowanie się zgadzam)

	Średnia	Odchylenie standardowe
Czuje się dobrze, gdy kupię nowe ubranie	3,90	1,190
Lubię kupować ubrania	3,79	1,235
Kupuje ubrania jakie lubię, niezależnie od bieżących trendów modowych	3,76	1,274
Nie obawiam się ubrać czegoś nowatorskiego/unikatowego	3,17	1,201
Preferuję w zakupie powszechne na rynku marki modowe	3,11	1,076
Znajomi postrzegają mnie jako osobę, która zna się na modzie i potrafi dobrze doradzić	3,05	1,009
Preferuję w zakupie mniej znane marki modowe	2,85	,930
Nie interesuje mnie moda, liczy się dla mnie niska cena	2,73	1,236
Kupuje modne ubrania ale tylko wtedy gdy są one powszechnie akceptowane	2,71	1,207

Źródło: Badania własne.

Tabela 34. Skąd Pani/Pan czerpie inspiracje w kwestiach ubioru? (można zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi)

	Procent
Obserwując ludzi na ulicy	53,9
Od znajomych	48,0

Z Internetu (strony, portale modowe)	40,2
Inspirują mnie znane osoby	21,6
Nie czerpię inspiracji z żadnych źródeł	19,6
Z programów telewizyjnych poświęconych modzie	18,6
Z gazet, czasopism (wymień jakie?)	17,6
od któregoś z członków rodziny	16,7
Bezpośrednio od projektantów, z pokazów mody	7,8

Źródło: Badania własne.

Tabela 35. Czy Pani/Pan kiedykolwiek świadomie kupiła/kupił ubranie lub dodatek będący imitacją/podróbką jakiejś marki?

	Procent ważnych
Nie, nigdy	43,1
Tak, raz czy dwa kupiłem/kupiłam taką rzecz	37,3
Czasami, od czasu do czasu zdarzyło mi się kupić taką rzecz	14,7
Często kupuję takie rzeczy	2,9
Bardzo często kupuję takie rzeczy	2,0

Źródło: Badania własne.

Tabela 36. W jakim stopniu Pani/Pana wykonywana praca/zawód, oddziałuje na Pani/Pana sposób ubierania się

	Procent ważnych
W ogóle nie oddziałuje	33,7
Oddziałuje częściowo, w pewnym stopniu	36,6
Silnie oddziałuje	19,8
Nie mam zdania	9,9

Źródło: Badania własne.

Tabela 37. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w sklepach z odzieżą używaną (tzw. second handach)?

	Procent ważnych
Raz w roku lub rzadziej	27,1
Nigdy	25,0
Kilka razy w ciągu 6 miesięcy	21,9
Kilka razy w ciągu roku	15,6
Kilka razy w miesiącu	8,3
Kilka razy w tygodniu	2,1

Źródło: Badania własne.

3. Mieszkanki Kielc

Tabela 38. Jaka jest Pana/Pani wysokość osiąganych miesięcznych dochodów (netto, tzn. „na rękę”)

	Częstość	Procent ważnych
do 2000 zł	69	85,2
2001-3000 zł	7	8,6
3001-4000 zł	2	2,5
4001-5000 zł	1	1,2

5001-10 000 zł	1	1,2
10 001 zł i więcej	1	1,2
Ogółem	81	100

Źródło: Badania własne.

Tabela 39. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w wymienionych poniżej miejscach

	Prawie codziennie	Kilka razy w tygodniu	Kilka razy w miesiącu	Kilka razy w ciągu 6 miesięcy	Kilka razy w ciągu roku	Raz w roku lub rzadziej	Nigdy
W sklepach sieciowych (ale nie są one zlokalizowane w galeriach handlowych)	1,2	3,6	2,4	19,3	30,1	32,5	10,8
W sklepach sieciowych (które mieszczą się w galeriach handlowych)	0,0	3,6	32,5	33,7	21,7	7,2	1,2
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania tanie)	0,0	2,5	9,9	40,7	24,7	17,3	4,9
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania marek np. D&G, Versace, Prada)	0,0	1,2	3,6	2,4	9,6	18,1	65,1
W sklepach odzieżowych oferujących ubrania szyte w małej ilości egzemplarzy np. przez projektantów	0,0	1,2	0,0	3,6	2,5	13,6	79,0
Na bazarach, placach targowych	0,0	4,8	10,7	22,6	15,5	26,2	20,2
Przez Internet (polskie sklepy internetowe)	0,0	2,5	6,2	22,2	19,8	21,0	28,4
Przez Internet (zagraniczne sklepy internetowe)	0,0	3,6	1,2	6,0	3,6	21,7	63,9
Przez Internet (od osób prywatnych z Polski)	0,0	1,2	2,4	13,3	15,7	18,1	49,4
Przez Internet (od osób prywatnych z zagranicy)	0,0	1,2	1,2	1,2	1,2	9,6	85,5

Źródło: Badania własne.

Tabela 40. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w wymienionych poniżej miejscach (średnia; 1-prawie codziennie, ..., 7-nigdy)

	Średnia
W sklepach sieciowych (które mieszczą się w galeriach handlowych)	3,98
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania tanie)	4,58

Na bazarach, placach targowych	5,07
W sklepach sieciowych (ale nie są one zlokalizowane w galeriach handlowych)	5,15
Przez Internet (polskie sklepy internetowe)	5,35
Przez Internet (od osób prywatnych z Polski)	5,95
Przez Internet (zagraniczne sklepy internetowe)	6,27
W sklepach odzieżowych, które nie są sieciówkami (ale kupuję w nich ubrania marek np. D&G, Versace, Prada)	6,35
W sklepach odzieżowych oferujących ubrania szyte w małej ilości egzemplarzy np. przez projektantów	6,64
Przez Internet (od osób prywatnych z zagranicy)	6,67

Źródło: Badania własne.

Tabela 41. Czym przejawia się Pani/Pana zainteresowanie modą? (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

	Procent
Odwiedzam sklepy z modnymi ubraniami	45,2
Czytam czasopisma i artykuły modowe	41,7
Staram się podążać za najnowszymi trendami modowymi	34,5
Czytam blogi modowe	32,1
Nie interesuje się modą	29,8
Oglądam pokazy mody w telewizji	14,3
Uczestniczę w pokazach modowych	6,0
Sam/sama projektuję i szyję sobie ubrania	2,4

Źródło: Badania własne.

Tabela 42. W jaki sposób wymienione cechy oddziałują na Pani/Pana decyzję przy zakupie ubrań (dane w %)

	1 Najmniej oddziałuje	2	3	4	5 Najbardziej oddziałuje
Jakość	0,0	2,4	9,5	46,4	41,7
Cena	0,0	6,0	14,3	34,5	45,2
Marka	20,2	25,0	34,5	14,3	6,0
Moda	18,1	15,7	24,1	33,7	8,4
Komfort	0,0	1,2	9,5	41,7	47,6
Styl	1,2	0,0	32,1	40,5	26,2
Kolor	4,8	3,6	23,8	46,4	21,4
Materiał	0,0	3,6	24,1	45,8	26,5

Źródło: Badania własne.

Tabela 43. W jaki sposób wymienione cechy oddziałują na Pani/Pana decyzję przy zakupie ubrań (średnia; 1-najmniej oddziałuje, ...,5-najbardziej oddziałuje)

	Średnia	Odchylenie standardowe
Komfort	4,37	0,715
Jakość	4,26	0,738
Cena	4,22	0,894
Materiał	3,93	0,808
Styl	3,90	0,831

Kolor	3,75	1,001
Moda	2,99	1,268
Marka	2,60	1,158

Źródło: Badania własne.

Tabela 44. Jakiej jest Pani/Pana ogólne nastawienie do trendów w modzie?

	Częstość	Procent ważnych
Interesuję się trendami w modzie i czerpię z nich wybrane elementy, w zależności od moich potrzeb	42	50,0
Interesuję się trendami w modzie, ale nie podążam za nimi	21	25,0
Zupełnie nie interesuję się trendami w modzie	14	16,7
Interesuję się trendami w modzie i staram się podążać za nimi (jestem zawsze na bieżąco)	7	8,3

Źródło: Badania własne.

Tabela 45. W jakim stopniu Pani/Pan zgadza się z poniższymi stwierdzeniami

	Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam
Kupuje ubrania jakie lubię, niezależnie od bieżących trendów modowych	8,4	4,8	19,3	30,1	37,3
Kupuje modne ubrania ale tylko wtedy gdy są one powszechnie akceptowane	22,6	23,8	23,8	23,8	6,0
Nie interesuje mnie moda, liczy się dla mnie niska cena	22,6	22,6	23,8	21,4	9,5
Preferuję w zakupie powszechne na rynku marki modowe	12,0	14,5	30,1	37,3	6,0
Preferuję w zakupie mniej znane marki modowe	7,4	27,2	43,2	18,5	3,7
Znajomi postrzegają mnie jako osobę, która zna się na modzie i potrafi dobrze doradzić	8,3	10,7	45,2	29,8	6,0
Nie obawiam się ubrać czegoś nowatorskiego/unikatowego	8,4	19,3	22,9	34,9	14,5
Lubię kupować ubrania	7,2	7,2	15,7	28,9	41,0
Czuje się dobrze, gdy kupię nowe ubranie	7,1	8,3	9,5	35,7	39,3

Źródło: Badania własne.

Tabela 46. W jakim stopniu Pani/Pan zgadza się z poniższymi stwierdzeniami (średnia, 1–zdecydowanie się nie zgadzam, ..., 5–zdecydowanie się zgadzam)

	Średnia	Odchylenie standardowe
Czuje się dobrze, gdy kupię nowe ubranie	3,91	1,227
Lubię kupować ubrania	3,89	1,243
Kupuje ubrania jakie lubię, niezależnie od bieżących trendów modowych	3,85	1,244
Nie obawiam się ubrać czegoś nowatorskiego/unikatowego	3,26	1,177
Znajomi postrzegają mnie jako osobę, która zna się na modzie i potrafi dobrze doradzić	3,14	0,997
Preferuję w zakupie powszechne na rynku marki modowe	3,09	1,127
Preferuję w zakupie mniej znane marki modowe	2,87	0,945

Nie interesuje mnie moda, liczy się dla mnie niska cena	2,73	1,314
Kupuje modne ubrania ale tylko wtedy gdy są one powszechnie akceptowane	2,65	1,247

Źródło: Badania własne.

Tabela 47. Skąd Pani/Pan czerpie inspiracje w kwestiach ubioru? (można zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi)

	Procent
Obserwując ludzi na ulicy	52,4
Od znajomych	45,2
Z Internetu (strony, portale modowe)	41,7
Inspirują mnie znane osoby	17,9
Nie czerpię inspiracji z żadnych źródeł	22,6
Z programów telewizyjnych poświęconych modzie	21,4
Z gazet, czasopism (wymień jakie?)	20,2
od kogoś z członków rodziny	14,3
Bezpośrednio od projektantów, z pokazów mody	7,1

Źródło: Badania własne.

Tabela 48. Czy Pani/Pan kiedykolwiek świadomie kupiła/kupił ubranie lub dodatek będący imitacją/podróbką jakiejś marki?

	Procent ważnych
Nie, nigdy	45,2
Tak, raz czy dwa kupiłem/kupiłam taką rzecz	34,5
Czasami, od czasu do czasu zdarzyło mi się kupić taką rzecz	15,5
Często kupuję takie rzeczy	3,6
Bardzo często kupuję takie rzeczy	1,2

Źródło: Badania własne.

Tabela 49. W jakim stopniu Pani/Pana wykonywana praca/zawód, oddziałuje na Pani/Pana sposób ubierania się

	Procent ważnych
W ogóle nie oddziałuje	34,5
Oddziałuje częściowo, w pewnym stopniu	38,1
Silnie oddziałuje	16,7
Nie mam zdania	10,7

Źródło: Badania własne.

Tabela 50. Jak często Pani/Pan kupuje ubrania w sklepach z odzieżą używaną (tzw. second handach)?

	Procent ważnych
Raz w roku lub rzadziej	28,4
Nigdy	24,7
Kilka razy w ciągu 6 miesięcy	18,5
Kilka razy w ciągu roku	17,3
Kilka razy w miesiącu	8,6
Kilka razy w tygodniu	2,5

Źródło: Badania własne.