

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Горшкова П.С., Юшкова Л.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Аннотация: В статье описывается процесс исследования факторов развития инфраструктуры потребительского рынка Красноярского края.

Ключевые слова: исследование, анкетирование, инфраструктура, рынок, потребители, развитие, регион.

THE STUDY OF FACTORS IN THE DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURE OF THE CONSUMER MARKET IN THE KRASNOYARSK TERRITORY

Gorshkova P. S., Yushkova L. V.

Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia

Abstract: The article describes the research process of factors in the development of infrastructure of the consumer market in the Krasnoyarsk Territory.

Keywords: research, survey, infrastructure, market, consumers, development, region.

Для изучения и оценки влияния факторов на развитие рыночной инфраструктуры Красноярского края нами было проведено исследование в виде google-анкетирования. Исследование проводилось по разработанной анкете, носящей стандартизированный характер с закрытыми вопросами, которые были сформулированы в соответствии с целями исследования. В качестве респондентов выступали жители Красноярского края – покупатели потребительских товаров. В ходе анализа были опрошены, как женщины, так и мужчины, разного возраста, с разным достатком.

Проанализируем ответы респондентов, полученные в ходе проведения исследования инфраструктуры потребительского рынка Красноярского края (табл.1).

Таблица 1 – Анализ интервалов совершения покупок респондентами на потребительском рынке Красноярского края (в процентах).

Товарная группа	Интервал совершения покупки				
	Каждый день	Через день	Раз в неделю	Раз в месяц	По мере необходимости
А	1	2	3	4	5
Продовольственные товары	55,56	33,33	2,78	0,00	8,33
Непродовольственные товары	0,00	2,78	41,67	8,33	47,22

На основании данных исследования можно сделать вывод о том, что более половины респондентов (около 56 %) приобретают продовольственные товары каждый день и около 34% через день. Это связано с тем, что продукты питания пользуются повышенным спросом, так как необходимы в процессе жизнедеятельности человека. Непродовольственные товары большинство респондентов (около 48%) приобретают по мере необходимости, около 42 % раз в неделю. Около 9 % респондентов приобретают непродовольственные товары раз в месяц.

В ходе анкетирования выяснялось, удовлетворяет ли покупателей ассортимент потребительских товаров на рынке Красноярского края (табл.2)

Таблица 2 – Анализ удовлетворенности жителей Красноярского края широтой ассортимента потребительских товаров

Ассортимент	Удельный вес , %
А	1
Широкий	52,78
Средний	44,44
Узкий	2,78
Крайне узкий	0,00
Итого	100,00

Результаты опроса показали, что большинство респондентов (около 53%), считают ассортимент потребительских товаров широким. Около 45 % респондентов не полностью удовлетворены ассортиментом и назвали его средним. Около 3 % респондентов не удовлетворены представленным ассортиментом и считают его узким.

Одним из важных обстоятельств, влияющих на спрос, выступает качество потребительских товаров. Поэтому в процессе изучения спроса выявлялось, удовлетворяет ли потребителей качество предлагаемых им товаров (табл.3).

Таблица 3 – Анализ удовлетворенности жителей Красноярского края качеством потребительских товаров

Ответы	Отечественное производство	Зарубежное производство
	Удельный вес , %	Удельный вес , %
А	1	2
Да	22,22	33,33
Нет	16,67	2,78
Частично	61,11	63,89
Итого	100,00	100,00

Результаты обработки данных показали, что большинство респондентов качество товаров отечественных и зарубежных производителей удовлетворяет частично (около 62% и около 64% соответственно). Около 23% опрошенных довольны качеством, около 16 % не удовлетворены качеством отечественного производства. Что касается зарубежного производства 34% и 3% соответственно.

Одним из важных обстоятельств, влияющих на спрос потребителей, является уровень цен на продукцию. Поэтому в процессе изучения спроса выявлялась общая оценка уровня цен на различные виды потребительских товаров и определялось мнение потребителей об их соответствии качеству (табл. 4).

Таблица 4 – Анализ соответствия цены качеству товаров, представленных на рынке Красноярского края, на основе мнения жителей

Ответы	Отечественное производство Удельный вес, %	Зарубежное производство Удельный вес, %
А	1	2
Да, соответствует	16,67	16,67
Нет, не соответствует	38,89	25,00
Частично	44,44	58,33
Итого	100,00	100,00

На основе полученных данных, можно сделать следующие выводы: более половины респондентов, а именно 58,33%, считают, что соответствие носит частичный характер у зарубежных производителей. Около 17% опрошенных считают, что цена соответствует качеству зарубежных товаров. Практически такая же ситуация наблюдается и среди потребительских товаров отечественных производителей. Около 39% и 25% жителей Красноярского края считают, что цена не соответствует качеству отечественных товаров и зарубежных соответственно.

В ходе опроса также выяснилось, какие формы расчета наиболее часто используют покупатели (табл.5).

Таблица 5 – Анализ структуры оплаты по формам расчета за товар, %

Ответы	Удельный вес
А	1
Наличный расчет	100,00
Безналичный расчет	58,33

Структура оплаты показала, что все респонденты пользуются наличным расчетом при покупке товаров, вместе с тем 59% опрошенных предпочитают безналичный расчет.

Предприятия торговли могут предоставлять и различного рода дополнительные услуги, поэтому в процессе опроса выяснилось, пользуются ли потребители этими услугами (табл.6).

Таблица 6 – Анализ ответов респондентов на вопросы по поводу «доставки товаров на дом» и «заказа товаров на дом»

Ответы	Удельный вес , %
А	1
Да	55,56%
Нет	41,67%
Да , но в нашем городе нет такой услуги	2,78%

Анализ данных показал: более половины респондентов (около 56%) пользуются такими видами услуг как «доставка товаров на дом» и «заказ товаров на дом». Почти 3% опрошенных не имеют такой возможности.

На предпоследнем этапе опроса происходило выяснение мнений респондентов о будущем состоянии инфраструктуры торговли - в каком формате будут развиваться торговые предприятия (табл.7).

Таблица 7 – Анализ предпочтений потребителей по развитию форматов торговли в Красноярском крае

Типы предприятий торговли	Удельный вес , %
А	1
Гипермаркеты	80,56%
Супермаркеты	50,00%
Минимаркеты	22,22%
Универмаги	13,89%
Специализированные магазины	61,11%
Другое: интернет-магазины	2,78%

Результаты опроса показали, что 81 % респондентов считают, что в дальнейшем в Красноярском крае будут развиваться торговые предприятия в формате гипермаркетов. Около 62% отдали предпочтения специализированным магазинам и 50% супермаркетам. Наименее популярным, по данным опроса, являются торговые предприятия в формате универмага. Также респондентам было предложено предложить свой вариант ответа в каком формате будут развиваться предприятия, тем самым почти 3 % жителей считают, что актуальными будут интернет-магазины.

На заключительном этапе выяснялось, где чаще всего совершаются покупки. Данные представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Анализ покупательских предпочтений в приобретении товаров в различных типах предприятий

Ответы	Удельный вес , %
А	1
На рынках	25,00%
В павильонах	25,00%
В универмагах	8,33%
В специализированных магазинах	27,78%
В торговых центрах	27,78%
В супермаркетах	72,22%

В ходе анализа было выявлено то, что наиболее предпочтительны для

совершения покупки супермаркеты (более 72% опрошенных). Почти 28% респондентов покупают продукты в торговых центрах и специализированных магазинах, 25 % жителей ходят за покупками на рынке и в павильоны. И как было выявлено ранее, совсем не пользуются спросом универмаги.

Результаты, полученные в ходе анкетирования, свидетельствуют о том, что в целом покупатели, прежде всего обращают внимание на уровень цен, который должен соответствовать качеству и уровню доходов. Большое внимание на выбор оказывают созданные предприятиями комфортные условия, а также удобное месторасположение.

Для более наглядного представления об исследовании рассмотрим структуру опрошенного населения (табл.9).

Таблица 9 – Анализ жителей Красноярского края по демографическим, географическим и социально-экономическим показателям

Показатели	Удельный вес, %
А	1
Всего	100%
Демографические показатели:	
1 . Пол	
а) мужской	22,22%
б) женский	77,78%
2 . Возраст , лет	
а) до 20	11,11%
б) 21 - 30	80,56%
в) 31 – 45	8,33%
г) старше 46	0,00%
Социальные показатели:	
3 . Род занятий	
а) студенты	55,56%
б) пенсионеры	0,00%
в) безработные	0,00%
г) работники	33,33%
д) предприниматели	2,78%
е) служащие	8,33%
ж) школьники	0,00%
Географические показатели:	
4. Место жительства	
а) Красноярск	97,22%
б) Другой город	2,78%
Экономические показатели:	
5. Среднемесячный доход на 1 человека	
а) менее 6235 рублей	13,89%
б) от 6236 до 10000 рублей	11,11%
в) от 10001 до 20000 рублей	36,11%
г) от 20001 до 30000 рублей	22,22%
д) от 30001 до 40000 рублей	5,56%
е) свыше 40001 рублей	11,11%

Согласно структуре опрошенных, в опросе приняли участие 78 % женщин в возрасте до 30 лет, учащиеся в высших образовательных учреждениях и

имеющие доход до 20000 рублей. Следует отметить, что значительное количество человек именно из Красноярска приняли участие в опросе.

Литература

1. Авдашева, С.Б. Анализ структур товарных рынков, экономическая теория и практика России / С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова. – Москва: Экон. ф-т МГУ; ТЕИС, 1998. – 133 с
2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие / И.К. Беляевский. - Москва: Финансы и статистика, 2001. – 421 с.
3. Ибрагимов, Л.А. Инфраструктура товарного рынка / Л.А. Ибрагимов. – Москва: ПРИОР, 2001. – 256с.