

ПРОБЛЕМЫ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ

УДК 69.003.13

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА
ПРОДУКЦИИ ОАО «ЧЕБОКСАРСКИЙ ЗАВОД СТРОИТЕЛЬНЫХ
МАТЕРИАЛОВ»

А.Н. Автономов, А.А. Семенова

Изучено отношение потребителей к производимой продукции ОАО «Чебоксарский завод строительных материалов» по показателям ценовой политики и структуры ассортимента. Установлено, что по результатам опроса мнения потребителей 24 % опрошенных негативно относятся к предприятию, ценовая политика предприятия не устраивает большинство потребителей. По мнению посетителей, в предлагаемом ассортименте наблюдается явный недостаток моделей среди такой товарной группы, как Кирпич одинарный полнотелый красный.

Ключевые слова: структура ассортимента; цена; потребитель; кирпич; продажи.

A.N. Avtonomov, A.A. Semenova. ANALYSIS OF FACTORS OF CONSUMER DEMAND FOR PRODUCTS OF «CHEBOKSARY PLANT OF CONSTRUCTION MATERIALS» PLC

The attitude of consumers to the products of Cheboksary Plant of Construction Materials PLC according to the indicators of price policy and structure of the range is studied. It is established that by the results of opinion poll of consumers 24 % of respondents have a negative attitude to the enterprise. Most of consumers are not satisfied with the price policy of the enterprise. According to the visitors, the offered assortment lack models among such commodity group as the ordinary solid brick.

Keywords: structure of the range; price; consumer; brick; sales.

Ассортимент продукции предприятий строительной индустрии, ее потребительские свойства определяют успешность коммерческой деятельности предприятия [1; 2]. Правильно подобранный ассортимент, определение видов товаров, пользующихся спросом покупателей, прогнозирование видов товаров во временном интервале и своевременная перенастройка производства на выпуск данной группы товаров являются основными показателями успешного управления производством. На сегодняшний день на рынке присутствует огромное количество торгово-розничных организаций. Каждая из них занимается торговлей или оказанием каких-либо видов услуг [3; 4]. В то же время и потребитель меняет свой спрос на товар. Покупатели строительных материалов заинтересованы в том, чтобы купленная готовая продукция была более практичной, красивой

и долговечной. Вот почему коррекция ассортимента и качества строительных материалов очень важна сегодня.

Розничная торговля – один из основных источников сфер обеспечения населения. На основе этого формируется товарное предложение и покупательский спрос, а также источник поступления денежных средств. Торговля обеспечивает финансовую стабильность предприятия. В этой отрасли хозяйственной системы сформировалась устойчивая конкурентная среда. Предпринимательская и инвестиционная активность здесь самая высокая [5].

Успех розничной торговли зависит от ее способности удовлетворить потребности клиента – это уже аксиома. В настоящее время увеличение ассортимента строительных материалов не всегда соответствует качеству и не отвечает современным требованиям. При анализе

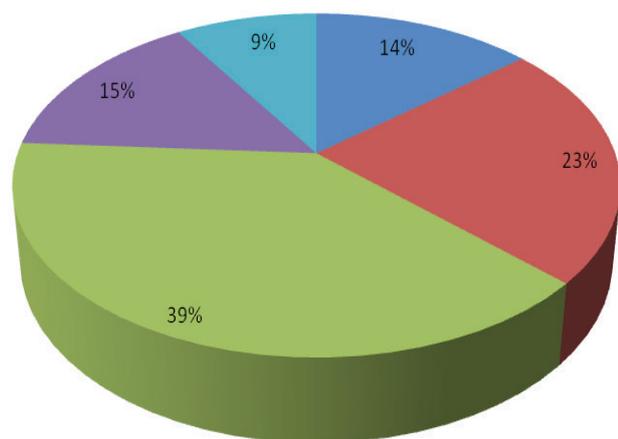
ассортимента необходимо изучать отношение потребителей к продукции, реализуемой на исследуемом предприятии.

Для определения мнения потребителей в точках продаж был проведен опрос среди покупателей товаров ОАО «Чебоксарский завод строительных материалов».

Цель исследования – выявить отношение потребителей к продукции ОАО «Чебоксарский завод строительных материалов».

Из данных, представленных на рисунке, следует: лишь 23% потребителей негативно отозвались об исследуемом предприятии, 39% – относятся к компании нейтрально, но и их тоже что-то не устраивает в ее деятельности. Следовательно, можно предположить, что около 60% потребителей готовы в разном объеме предъявить претензии компании. Данный факт является достаточно низким показателем степени потребительской удовлетворенности.

■ Очень хорошо; ■ Хорошо; ■ Нейтрально; ■ Негативно; ■ Крайне негативно



Отношение потребителей к ОАО «Чебоксарский завод строительных материалов»

Далее выявили отношение потребителей к ценовой политике исследуемого предприятия (табл. 1).

Как видно из табл. 1, средний балл по всем группам товаров составляет 2,99, что указывает на наличие проблем при проведении ценовой политики предприятия. Большинство клиентов не довольны ценами на многие группы товаров. Самые низкие цены имеет группа Кирпич одинарный полнотелый красный фигурный (3,74 балла). На 0,5 балла меньше набрала группа Кирпич одинарный полнотелый красный. Остальные товарные группы имеют средний балл ниже 3-х. Все это говорит о необходимости внесения изменений в ценовую политику предприятия.

По мнению посетителей, в предлагаемом ассортименте наблюдается явный недостаток моделей среди такой товарной группы, как Кирпич одинарный полнотелый красный (средний балл – 2,66). Проведя опрос, удалось выяснить, что по всем остальным товарным группам потребители вполне довольны ассортиментом (средний балл по различным группам колеблется от 3,36 до 3,84) (табл. 2).

Таким образом, изучение отношения потребителей к производимой продукции ОАО «Чебоксарский завод строительных материалов» по показателям ценовой политики и структуры ассортимента показало: 23% опрошенных негативно относятся к предприятию; ценовая политика предприятия не устраивает большинство потребителей. По мнению посетителей, в предлагаемом ассортименте наблюдается явный недостаток моделей среди такой товарной группы, как Кирпич одинарный полнотелый красный.

Таблица 1

Отношение потребителей к стоимости, реализуемой магазином продукции

	1	2	3	4	5	Итого	Сред.
Кирпич одинарный полнотелый красный	2	10	21	8	9	50	3,24
Кирпич пустотелый утолщенный красный М-150	11	20	14	3	2	50	2,3
Кирпич пустотелый утолщенный красный поризованный	3	14	17	13	3	50	2,98
Кирпич одинарный полнотелый красный фигурный	2	5	11	18	14	50	3,74
Камень КР-2,1 НФ поризованный	12	9	17	6	6	50	2,7
Итого	30	58	80	48	34	250	2,99

Таблица 2

Отношение потребителей к структуре ассортимента

	1	2	3	4	5	Итого	Сред.
Кирпич одинарный полнотельный красный	8	7	31	2	2	50	2,66
Кирпич пустотельный утолщенный красный М-150	2	4	13	12	19	50	3,84
Кирпич пустотельный утолщенный красный поризованный	1	4	15	26	4	50	3,56
Кирпич одинарный полнотельный красный фигурный	2	8	19	12	9	50	3,36
Камень КР-2,1 НФ поризованный	3	1	24	14	8	50	3,46
Итого	16	24	102	66	42	250	3,38

Список литературы

1. *Абрютина М.С.* Экономический анализ торговой деятельности: учеб. пособие. М.: Дело и Сервис, 2008. 507 с.

2. *Берг Т.И.* Методика изучения покупательского спроса на потребительские товары // Экономика и финансы. 2009. № 1. С.11-15.

3. *Гамов И.В.* Маркетинг в реальной работе

торгового предприятия // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2010. № 4. С.32-39.

4. *Геммерлинг Г.А., Ломакин О.Е., Шлёнов Ю.В.* Ваше дело. Практический курс предпринимательства. М.: БИНОМ, 2011. 416 с.

5. *Ильин В.И.* Социальная группа как фактор потребительского поведения // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2010. № 2. С. 34-42.

АВТОНОМОВ Алексей Николаевич – кандидат биологических наук, зав. кафедрой торгового дела и товарного менеджмента. Чебоксарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации. Россия. Чебоксары. E-mail: 420533@mail.ru

СЕМЕНОВА Анастасия Александровна – преподаватель специальных дисциплин. Чебоксарский техникум технологии питания и коммерции; магистрант. Чебоксарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации. Россия. Чебоксары. E-mail: nastya.semenova@list.ru

AVTONOMOV, Alexey Nikolaevich – Candidate of Biology, Department of Chair of Trade Business and Commodity Management. Cheboksary Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation. Russia. Cheboksary. E-mail: 420533@mail.ru

SEMENOVA, Anastasia Aleksandrovna – Teacher of special disciplines. Cheboksary Technical School of Technology of Food and Commerce; Undergraduate. Cheboksary Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation. Russia. Cheboksary. E-mail: nastya.semenova@list.ru

УДК 519.6

НЕЧЕТКО-МНОЖЕСТВЕННЫЙ ПОДХОД К САМООРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

В.В. Алексеев, В.И. Возяков, С.В. Сейфуллина

Рассмотрено применение элементов нечеткой логики в модели Вольтерра-Лотки для анализа развития и взаимодействия торговых сетей.

Ключевые слова: нечеткая логика; прогнозирование; торговые сети; модель Вольтерра-Лотки.