

РОЛЬ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Кажаева О.И.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Одним из способов оценки качества товаров на потребительском рынке является проведение опроса потребителей. С этой целью наши респонденты опрашивались по таким вопросам: в каких магазинах они чаще приобретают продовольственные товары и в каких магазинах им попадает некачественный товар, возвращают ли некачественный товар в магазин и обращаются ли они с жалобами в Роспотребнадзор и другие вопросы.

Социологический опрос проводился с декабря 2015 г по март 2016 года по репрезентативной выборке из 282 человек жителей города Оренбурга в возрасте от 18 лет и старше. Распределение ответов рассчитывалось в процентах от общего число опрошенных. Статистическая погрешность данных этих исследований составляет $\pm 3,2 \%$.

Опрос показал, что большинство потребителей (32 %) приобретают продовольственные товары в сети супермаркетов «Магнит», примерно одинаковое количество в «Соседушке» и «Ленте» (18 % и 15 % соответственно), далее по популярности идут продовольственный рынок и другие магазины (рисунок 1).

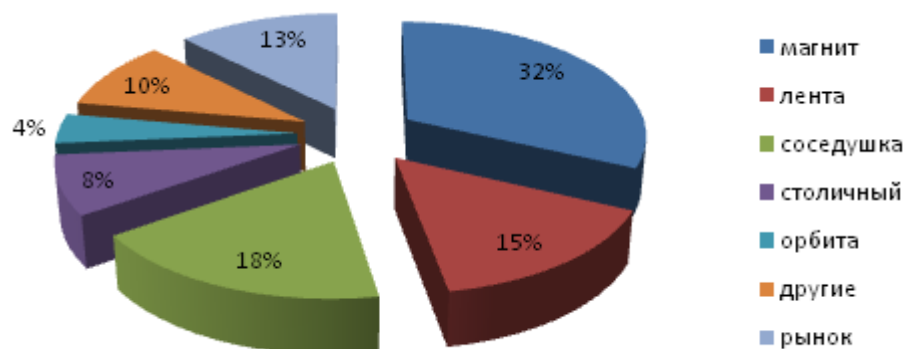


Рисунок 1 – Где чаще приобретают товары участники анкетирования

При вопросе потребителям: «Где чаще попадались некачественные товары?» большинство (28%) отметило, что – на рынке. В «Магните» некачественные продукты попадались 19-ти процентам покупателей и 15-ти процентам - в «Соседушке» (рисунок 2).

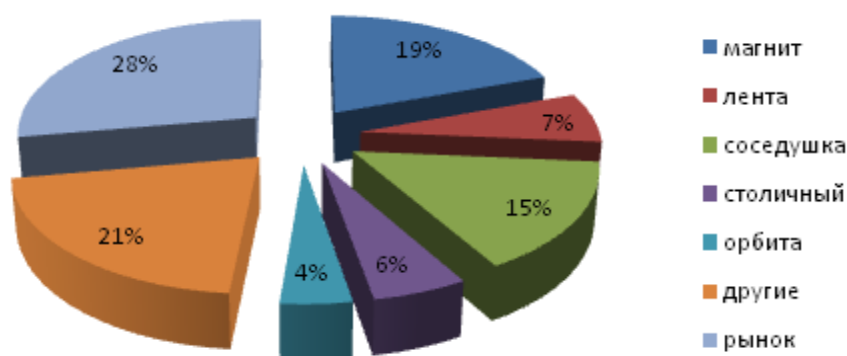


Рисунок 2 – Где чаще попадает некачественный товар

При покупке продовольственных товаров 25 % потребителей обращают внимание главным образом на качество, 12 % ориентируются на внешний вид продукта, 17 % - на цену товара. Но большинство (45 %) респондентов на вопрос «На что обращают внимание при покупке товара?» ответило, что все факторы в совокупности.

Большинство покупателей (36%) при покупке некачественных товаров не возвращают их в магазин и не обращаются с жалобами в органы Роспотребнадзора. 31 % респондентов редко, но возвращают некачественный товар в магазин и лишь 18 % делают это почти всегда. Причиной этого, как говорят большинство покупателей (62 %), является нежелание тратить время. Восемь процентов покупателей не знают, что это можно делать. 13 % респондентов ответили, что не знают где находится Роспотребнадзор, такое же количество потребителей знают где он находится но не обращаются из-за того, что он находится далеко (рисунок 3).

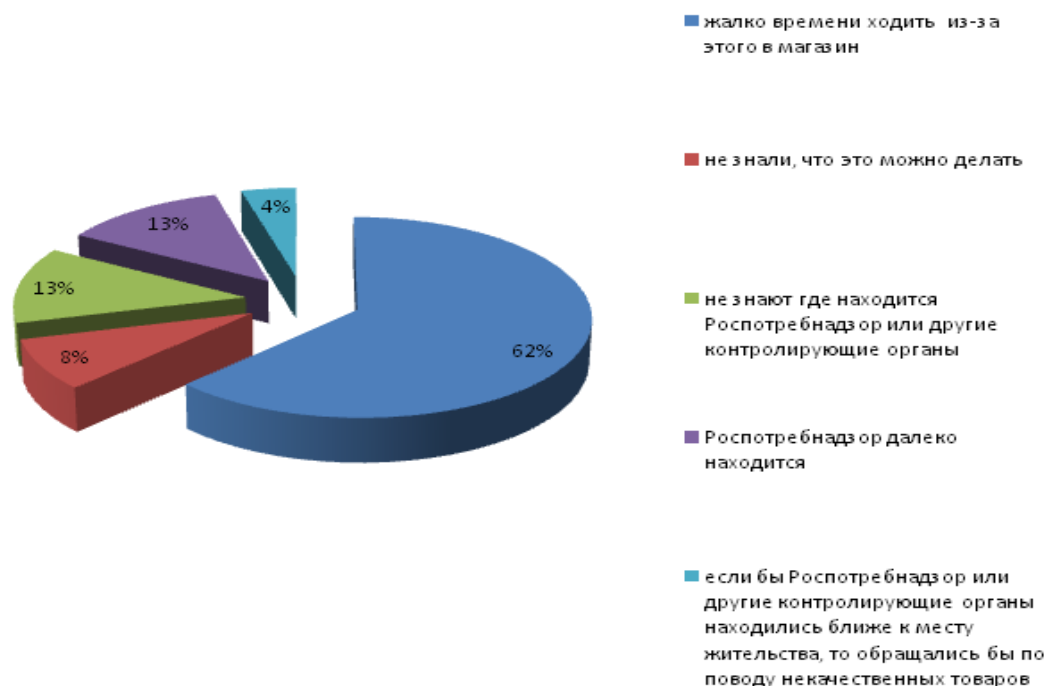


Рисунок 3 – Как отстаивают свои права участники анкетирования

Исследования показали, что, как и 15 лет назад потребители предпочитают отечественные продовольственные товары импортным. Однако, 90 % считают, что за последние годы качество продовольственных товаров стало гораздо хуже. Это объясняется рядом причин среди которых использование в производстве большинства пищевых продуктов искусственных добавок, в том числе консервантов, красителей, ароматизаторов, стабилизаторов, гидролизированных шкур животных (в мясные продукты) и других химических и мало полезных добавок. Это стало возможным благодаря разрешению выпуска продукции каждым производителем по своим техническим условиям, где в отличие от продукции, выпускаемой по ГОСТу все эти добавки допускаются.

Большинство покупателей (90 %) считают необходимым создание независимой лаборатории по экспертизе качества продовольственных товаров, а 96 % - за усиление контроля за качеством товаров на потребительском рынке Оренбургской области.

Список литературы

1 Кравченко А. И. Социология: Общий курс. Учебное пособие для вузов /А. И. Кравченко. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008.

2 Социологические опросы. Виды опросов. - М.: Маркетинговое агентство МА FDFgroup. – 2002 г. – Режим доступа удалённый: свободный.

3 Социологический опрос. Социология – М.: Библиотека Гумер – 2008. Режим доступа удалённый, http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/kravch/04.php, свободный.

4 Место региона в экономическом комплексе страны: производство и переработка местной сельскохозяйственной продукции. - В сб. Диалог этнокультурных миров в евразийском историческом процессе. Материалы международной научно-практической интернет-конференции. - Оренбург, ГОУ ОГУ, 2011. - с. 42 - 45. – CD-R [Электронный ресурс]

Зарегистрировано в ФГУП НТЦ «Информрегистр». Регистрационное свидетельство № 23355, номер гос. Рег. 0321102283 от 23.08.2011 г. ISBN 978-5-7410-1173-7.