



Original Article: VALUTAZIONE DEL MERCATO DEI CONSUMATORI E UTENTI FINALI: INTERACTIVE STUDIO

Citation

Sudakova A.E. L'alopecia Valutazione del mercato dei consumatori e utenti finali: interactive studio. *Italian Science Review*. 2014; 6(15). PP. 95-98.
Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/june/Sudakova.pdf>

Author

A.E. Sudakova, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Russia.

Submitted: June 1, 2014; Accepted: June 10, 2014; Published: June 30, 2014

Il mercato consumer è una zona di consumo finale. L'obiettivo finale del funzionamento e sviluppo dell'economia è quello di soddisfare le sempre crescenti e sempre più complesse esigenze della struttura della popolazione. Più Marx scrisse che "non c'è produzione senza la necessità. Ma si riproduce necessità di consumo"[1, pp 937].

Gli utenti finali sono soggette a una serie di minacce: l'inganno e frode da parte delle strutture aziendali, l'aumento dei prezzi, beni e servizi di scarsa qualità, ramirovanie [2], ecc

Chi è che i consumatori stessi sono oggetto di minacce, la stabilità del mercato dei consumatori è anche soggetto a minacce. Classificazione delle minacce L'autore è stato rappresentato [3], tra i principali può essere identificato come la scarsa competitività della produzione interna di beni di consumo; elevato livello di economia sommersa e la corruzione; dipendenza del settore dalla fornitura di beni provenienti dall'estero; BPA indossato ecc

Gli strumenti metodologici autore sviluppato diagnosticare lo stato del mercato dei consumatori dal punto di vista della sua sicurezza e della stabilità. [4] La

metodologia è indicativo metodo di analisi [5].

Indicativo subito una vasta sperimentazione del metodo: valutazione dell'energia [6] e la sicurezza ecologica ed economica [7], la valutazione della ricchezza nazionale [8], capitale educativo [9], la qualità della vita [10], ecc

Tecnica per la diagnosi della situazione del mercato consumer comprende stime di 5 moduli (qualità dei beni di consumo, lavori, servizi, sicurezza alimentare, la sicurezza non alimentari, servizi di sicurezza, la sicurezza di Mercato Consumer).

Ciascuna unità è caratterizzata dalla sua composizione di indicatori di performance. Sebbene i gruppi differiscono nel numero di indicatori inclusi in esse, sono tutti in qualche misura controbilanciato dal loro influenza sulla formazione del mercato dei consumatori nella regione dal punto di vista della sua stabilità e sicurezza.

Nel 2013, l'autore inizia un nuovo ciclo di studi sullo studio più dettagliato l'impatto delle minacce per l'utente finale e cambiare il suo benessere.

Strumenti che studiano questo problema è una ricerca interattiva.

L'Internet è stato posto Questionnaire [11], che comprende 16 articoli, raggruppati in tre blocchi:

- Unità comune - ti permettono di categorizzare intervistati per sesso, età ed il reddito mediano per un membro della famiglia;

- unità speciale - ci consente di stimare il livello di soddisfazione degli intervistati con la qualità, il prezzo e la disponibilità di beni e servizi di consumo.

- una centralina aggiuntiva - permette agli intervistati di esprimere la loro opinione sul questionario e altre domande.

Tutti sono stati intervistati circa 350 intervistati. I risultati dei sondaggi sono presentati qui di seguito.

La Figura 1 mostra i risultati del blocco.

Il convenuto media prossima ritratto, per lo più persone di età inferiore a 35 anni, di sesso maschile, con un reddito medio mensile di 31 000 a 50 000. La distribuzione territoriale degli intervistati è presentato in materie come la Federazione Russa di Mosca, Leningrado, Novosibirsk, Sverdlovsk, regione di Kurgan, regione di Perm, Repubblica del Bashkortostan e Tatarstan.

La Figura 2 mostra i risultati per le risposte degli intervistati alle domande relative variazioni del reddito, del livello dei prezzi e la gamma di beni e servizi.

Una conclusione importante del problema analizzato è che quando i prezzi segnato il 96% degli intervistati, solo il 47% di loro ha riportato un aumento del loro reddito.

Le domande sono state compilate separatamente per la qualità e il prezzo dei beni, tra cui alimentari e servizi.

Per valutare la qualità della merce, agli intervistati è stato chiesto di valutare il suo sistema a 5 punti, dove 1 - qualità scadente, 5 - eccellente. Distribuzione dei risultati sono i seguenti: il 46% degli intervistati ritiene che la qualità dei prodotti alimentari soddisfacente, il 38% - buono, mentre il 49% degli intervistati ritiene che la qualità della merce non è cambiata e il 31% ha detto che la qualità è peggiorata.

Per quanto riguarda la qualità e la disponibilità, i risultati sono presentati in Figura 3.

Almeno qualità soddisfacente è stato osservato nel settore dell'edilizia abitativa (32% degli intervistati ha riferito di scarsa qualità, il 60% - medio), servizi sanitari (32% - poveri, 44% - medio) e delle costruzioni (18% - poveri, 46% - medio) inoltre queste sfere valutati dagli intervistati come i livelli di prezzi più elevati (88% degli intervistati ritengono che i prezzi sono alti in costruzione, alloggi e servizi comunali - 87%, 73% - i servizi medici, il 75% - bancario, 68% - servizi aerei).

Sulla base dei risultati del sondaggio, le seguenti conclusioni:

- un aumento dei prezzi di beni e servizi, superando gli intervistati reddito;

- il prezzo di beni e servizi sono nella maggior parte dei casi di alta e di bassa qualità;

- il mercato consumer, secondo gli intervistati, un aumento della gamma di prodotti.

Lo studio è stato diviso in due parti, la prima per quantificare lo stato del mercato dei consumatori dal punto di vista della sua sicurezza e la stabilità nelle statistiche nazionali ufficiali, la seconda - sulla base di un sondaggio degli utenti finali direttamente stessi.

Nonostante il fatto che la stima stato ottenuto sulla base di strumenti metodologici, mostra un andamento positivo, tuttavia, lo stato del mercato consumatore non è soddisfacente, che è anche confermato dai risultati dello studio interattivo.

In questo caso, possiamo dire che il benessere del consumatore finale nel 2013 rimane insoddisfacente.

References:

1. Karl Marx. 2011. Capital: a critique of political economy. V. 1. P. 937.
2. Per. from English. Oleg Kireyev. 2004. Dictionary technological reality: Cultural intellectuals social control. 224 p.
3. Agarkov G.A., Naydenov A.S., Chusova A.E. 2012. Threats consumer market region economy of the region. Pp. 211-219.

4. Chusova A.E. 2012. Russian consumer market: diagnostics industry and regional issues. 280 p.
5. under scientific. Ed. G.A. Kovaleva and A.A. Kuklin. 2003. Sverdlovsk Region Economic Security. 455 p.
6. Myzin A.L., Pykhov P.A., Denisova O.A. 2010. Diagnosis energy security dynamics in regions of Russia in recent years. Bulletin of the Tyumen State University. Pp. 170-177.
7. Bystrai G.P., Lykov I.A., Nikulina N.L. 2012. Risk assessment and prediction of long time series of economic indicators. The region's economy. Pp. 240-249.
8. A.A. Kuklin, A.L. Myzin. 2013. National wealth regions of Russia: Analysis, Problems and Solutions. p.286.
9. Gurban I.A., Klevakin A.N. 2013. Assessment of the socio-economic consequences of drug abuse in the Urals Federal District. The region's economy. Pp. 34-42.
10. Tatarkin A.I., Kuklin A.A., Vasilyeva E.V., Nikulina N.L. 2012. Quality of life as the dominant system of increasing the economic security of the region. Bulletin of the Tyumen State University. Pp. 38-49.
11. Questionnaire "Assessment of the welfare of the final consumer".

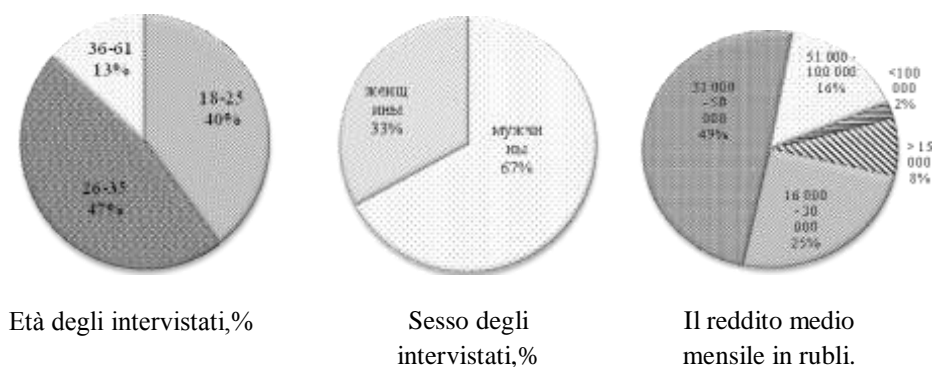
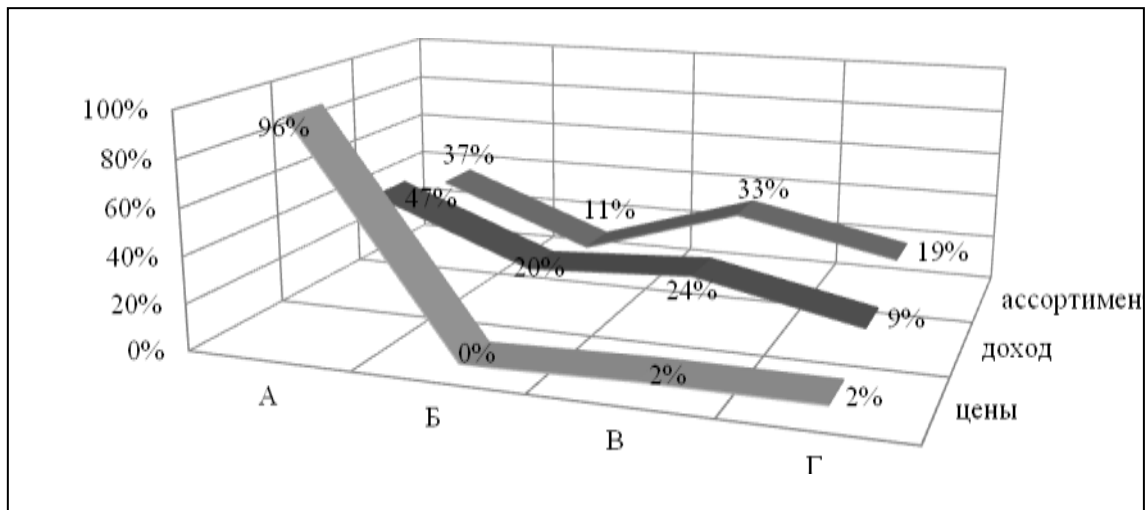


Fig. 1. Portrait convenuto (risultati del sondaggio)



A - aumento, Б - diminuzione, В - non è cambiata, Г - difficile rispondere

Fig. 2. Variazioni di reddito, il livello dei prezzi e la gamma di prodotti (Basato su intervistati)

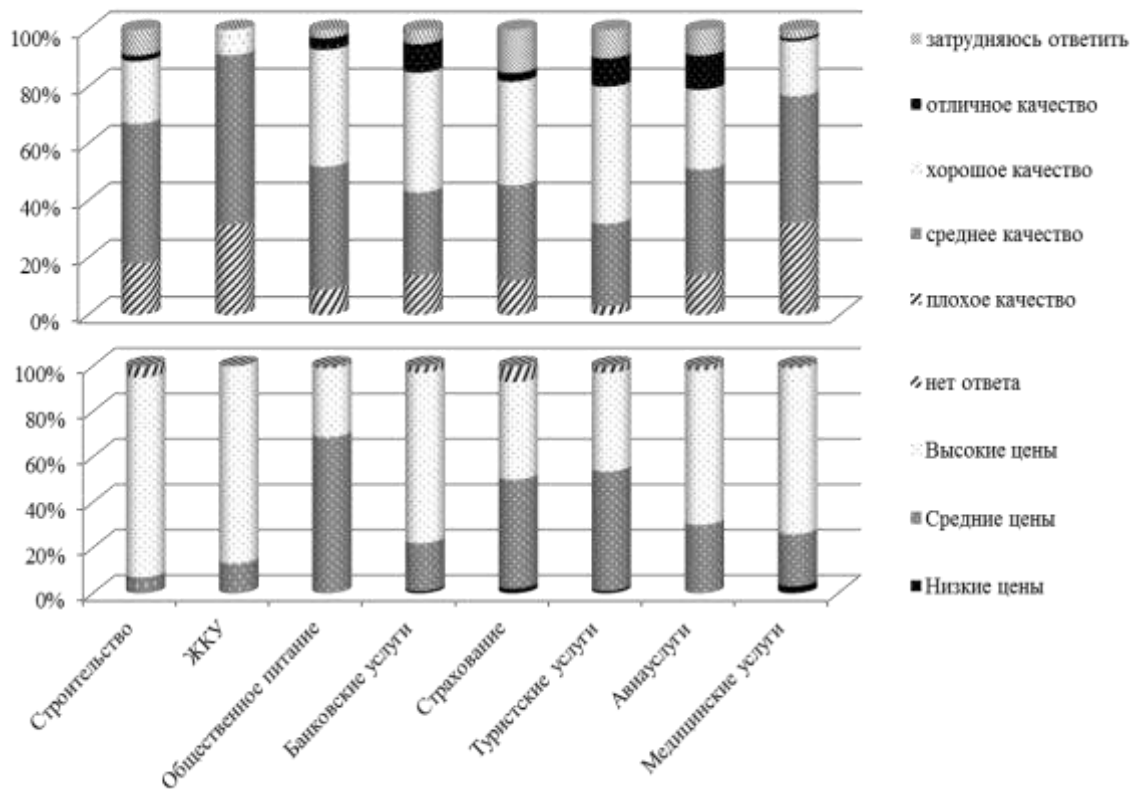


Fig. 3. Variazioni nella qualità e il prezzo dei servizi (sulla base di intervistati)