

Интерактивный опрос как инструмент принятия управленческих решений

Любовь Александровна Зазыкина, Лия Моисеевна Ройтер

ФГБНУ Федеральный научный центр «Всероссийский научно-исследовательский и технологический институт птицеводства» Российской академии наук (ФНЦ «ВНИТИП» РАН)

Аннотация: Рассмотрены вопросы, касающиеся рыночного потенциала пухо-перьевого сырья и изделий из них. Одним из инструментов, позволяющих выявить возможные ниши в целевых рынках побочной птицеводческой продукции, является интерактивный опрос потребителей продукции. Результаты онлайн-анкетирования покупателей были агрегированы по двум блокам, каждый из которых позволил определиться с целевой аудиторией, выявить покупательские предпочтения, определить факторы, влияющие на выбор покупателей. Были выявлены наиболее значимые факторы, к числу которых относится ценовая доступность, широкий диапазон ассортиментного портфеля. По совокупности результатов аналитики интерактивного опроса и трендового прогнозирования разработаны рекомендации.

Ключевые слова: рыночный потенциал, онлайн-анкетирование, птицеводство, пухо-перьевые изделия, потребительские предпочтения.

Для цитирования: Зазыкина, Л.А. Интерактивный опрос как инструмент принятия управленческих решений / Л.А. Зазыкина, Л.М. Ройтер // Птицеводство. – 2022. – №11. – С. 101-103.

doi: 10.33845/0033-3239-2022-71-11-101-103

Введение. Отрасль птицеводства является лидирующей; так, основной продукции (мяса птицы) производилось в 2021 г. 5016 тыс. т, производство яиц составило 44,9 млрд. шт. [1]. Однако результативность функционирования предприятий невысокий: достигнутый уровень рентабельности – 6,3%, без учета промпереработки и субсидий, что не позволяет хозяйственным субъектам наращивать финансовый потенциал [1]. Наряду с этим, одной из причин, которая может способствовать наращению собственного капитала птицеводческих предприятий, является переработка побочной продукции, а именно пухо-перьевого сырья.

Результаты исследования. Объем мирового экспорта товаров группы «Перья птиц, используемые для набивки, пух» в 2020 г. превысил 1,22 млрд. долл. и несколько снизился по сравнению с уровнем 2019 г. (1,91 млрд. долл.). Основ-

ными экспортерами пухо-перьевого сырья был Китай (566 млрд. долл.), Польша (63 млрд. долл.), Германия (47 млрд. долл.), Россия (20,3 млрд. долл.). Основными импортерами в 2020 г. были такие страны, как Япония, Мьянма, Германия, Вьетнам (рис. 1.) [2].

В России главными экспортерами пухо-перьевого сырья в разрезе федеральных округов являются Южный, Северо-Кавказский, Центральный. Ведущие компании производители пухо-перьевого сырья в России: ООО «Совместное предприятие Бель-Поль», ООО НПК «Каригуз», ООО «Руспух», ООО «СИБПК», ООО «Исток», ООО «Сибирский пух», ООО «Пуховик», ООО «Пух Дона», СПОК «Агробизнес», ООО «АПК РУ-ИС».

В целях изучения целевых рынков пухо-перьевого сырья была составлена онлайн-анкета. Опрос проходил в г. Москве и Московской области. Аналитика результатов онлайн-анкетирования

представлена наглядно и сопровождается выводами по каждому из блоков.

В первом блоке онлайн-анкетирования даны ответы на общие вопросы, характеризующие возрастную структуру исследуемой аудитории, ее социальный статус. Возрастная структура представлена на рис. 2.

Респонденты в возрасте до 23 лет приняли наиболее активное участие в онлайн-анкетировании, на втором месте – респонденты в возрасте от 30 до 35 лет, порядка 21%, на третьем месте – лица старше 60 лет.

Исследуемая целевая аудитория рассматривалась с позиции их социального положения. Распределение групп респондентов показало, что в онлайн-анкетировании участвовали 55% учащихся, 39,5% – специалисты, рабочие – 10,3%, пенсионеры – 13,2%, руководители – 7,9%. Ежемесячный доход респондентов был в различных диапазонах (рис. 3).





Максимальную долю – 26,3% от всех опрошенных респондентов – составили респонденты с ежемесячным доходом от 60 до 100 тыс. руб., на втором месте (18,4%) – респонденты с доходом от 30 до 45 тыс. руб., от 45 до 60 тыс. руб. – 15,8%, респондентов с доходом от 100 тыс. до 150 тыс. руб. – 7,9%. Столько же было респондентов с доходом от 150 до 200 тыс. руб.; в основном, это респонденты, занимающие руководящие посты. С доходом на уровне прожиточного минимума было 2,6% респондентов.

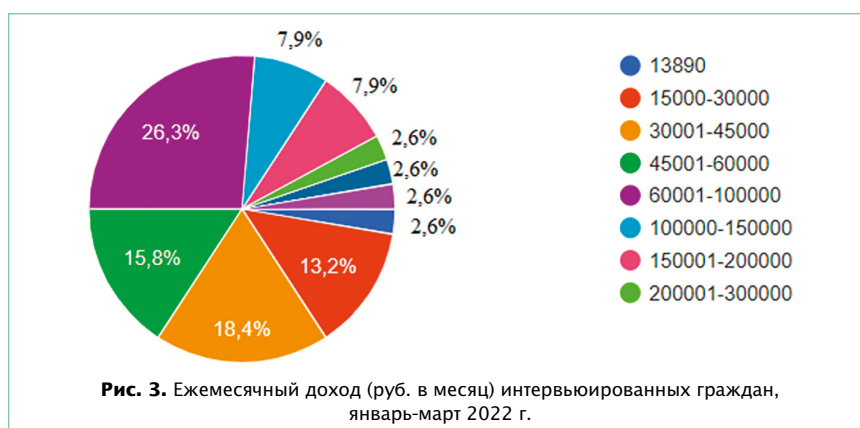
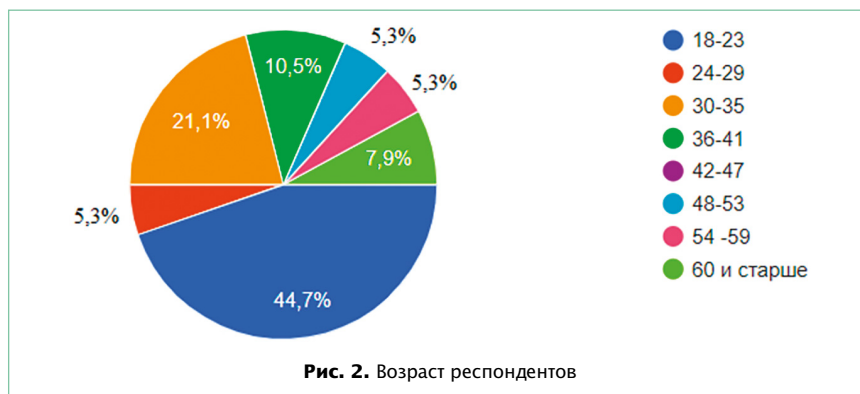
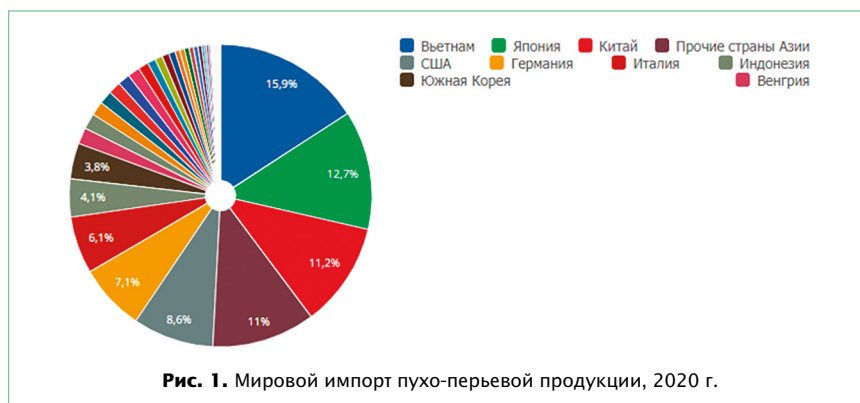
Во втором блоке онлайн-анкет вопросы касались спроса на пухо-перьевые изделия и цен на них.

Порядка 15,7% респондентов не приобретают продукцию из пухо-перьевого сырья, оставшиеся 84,3% отдают предпочтения покупке таких изделий, как:

- подушки – 65,8%;
- одеяла – 39,5%;
- пуховики – 55,3%.

Таким образом, имеются резервы расширения рыночного потенциала изделий из пухо-перьевого сырья, а именно: декоративные изделия – покрывала, декоративные подушки; комплект для салонов легковых автомобилей; детский комплект для коляски; спальный мешок; спальные принадлежности – перина, матрац; верхняя одежда – куртка, жилет и др.

При этом возможный ценовой диапазон приобретаемых изделий из пухо-перьевого сырья очень разнился. Так, 35% опрошенных граждан готовы заплатить за изделие из пухо-перьевого наполнителя от 5 до 10 тыс. руб., 32% респондентов готовы покупать изделия по цене от 2 до 5 тыс. руб., 12% интервьюированных готовы платить за продукцию от 10 до 15 тыс. руб., такое же количество участников (12%) готовы купить изделия из пухо-перьевого наполнения с ценой до 20 тыс.



руб. Остальная часть участвующих в опросе граждан могут позволить себе покупку свыше 30 тыс. руб. Также 60,5% опрошенных граждан предпочитают изделия ортопедического характера.

Заключение. Изучение спроса на пухо-перьевые изделия потребителями данной продукции позволило констатировать, что величина спроса в значительной степени определяется ценой, которая формируется не только с учетом затрат на их производство, но и платежеспособным спросом, который

имеет существенную дифференциацию по категориям потенциальных покупателей. Целесообразно дифференцировать покупателей на категории в зависимости от их реальных доходов, и в соответствии с этим обосновывать затраты на производство пухо-перьевых изделий, а также использовать маркетинговые инструменты относительно рекламы этой продукции с ее ранжированием по дизайну. Это позволит обоснованно подойти к разработке ценовой политики по предлагаемой продукции.

Литература

1. Бобылева, Г.А. Результаты работы птицеводов в 2021 г. определяют задачи на будущее / Г.А. Бобылева, В.В. Гушин // Птица и птицепродукты. - 2022. - №1. - С. 4-7.
2. Исследование мирового рынка пуха и пера [Электронный ресурс]. URL: www.mordorintelligence.com/industry-reports/down-and-feather-market/.

Сведения об авторах:

Зазыкина Л.А.: кандидат экономических наук, старший научный сотрудник отдела экономики; l.zazykina@ya.ru. **Ройтер Л.М.:** кандидат экономических наук, доцент, зав. отделом экономики; department.economy.vnitip@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 04.09.2022; одобрена после рецензирования 28.09.2022; принята к публикации 19.10.2022.



Research article

Interactive Inquiry as an Instrument for Managerial Decisions

Lubov A. Zazykina, Lia M. Roiter

Federal Scientific Center "All-Russian Research and Technological Institute of Poultry" of Russian Academy of Sciences

Abstract. *The different aspects of market potential of poultry down and feathers as a raw material and related added-value commodities were studied using an interactive (online) inquiry as an instrument for identification of possible niches in target markets of these poultry related commodities. The results of the inquiry were aggregated into two blocks; each block was helpful for the determination of target audience, customers' preferences, factors affecting the customers' choice. Affordable price and wide assortment range were found to be among the most important factors. On the basis of the analysis of the inquiry's results and forecast of the trends the recommendations for possible managerial decisions are presented.*

Keywords: *market potential, online inquiry, poultry production, poultry down and feathers, customers' preferences.*

For Citation: Zazykina L.A., Roiter L.M. (2022) Interactive inquiry as an instrument for managerial decisions. *Ptitsevodstvo*, 71(11): 101-103. (in Russ.)

doi: 10.33845/0033-3239-2022-71-11-101-103

References

1. Bobyleva GA, Goushchin VV (2022) Poultry breeder work results in 2021 determine the prospects of its future development. *Poult. Chicken Prod.*, (1):4-7 (in Russ.).
2. Down and Feather Market – Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2022-27). www.mordorintelligence.com/industry-reports/down-and-feather-market/.

Authors:

Zazykina L.A.: Cand. of Econ. Sci., Senior Research Officer, Dept. of Economics; l.zazykina@ya.ru. **Roiter L.M.:** Cand. of Econ. Sci., Assoc. Prof., Head of Dept. of Economics; department.economy.vnitip@yandex.ru.

Submitted 04.09.2022; revised 28.09.2022; accepted 19.10.2022.