

УДК 330.163.11

**МОНИТОРИНГ ЗАКУПОК ТОВАРОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА ДОМАШНИХ
ХОЗЯЙСТВ
(НА ПРИМЕРЕ ЗАКУПКИ ТОВАРОВ ДЛЯ НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА)**

Н.В. Новикова¹, О.Н. Хижа¹

¹Тверской государственный университет, Тверь, Россия

Выделены основные аспекты потребительского поведения при выборе конкретного товара. Анализ рынка пряжи представлен как система поэтапного мониторинга его состава, объёма и цены. Мониторинг закупок используется автором как основной инструмент повышения эффективности потребительского спроса домашними хозяйствами.

Ключевые слова: мониторинг цен, потребитель, поведение потребителя, потребительский выбор, покупательский спрос, покупка товаров, эффективность.

Проблема потребительского поведения в условиях инфляции, девальвации рубля, снижения реальных доходов домашних хозяйств обуславливает применение системы мониторинга для принятия и реализации на рынке оптимального решения о составе и объёме благ в потребительской корзине. Выбранное решение должно обеспечить потребителю (хозяйствующему субъекту, обособленно принимающему решение о распределении своего бюджета на покупку потребительских благ [1, с. 109]), извлечение максимальной полезности и экономии потребительского бюджета в результате нахождения самой приемлемой (низкой) цены на товар.

Мониторинг – это система сбора / регистрации, хранения и анализа (проведения на постоянной основе наблюдений) небольшого количества ключевых (явных или косвенных) признаков / параметров описания данного объекта для вынесения суждения о поведении / состоянии данного объекта в целом [2, с. 94].

В начале 2000-х гг. мониторинг цен потребителями мог происходить только личным приходом к месту продажи товара. В последние годы появилось несколько источников справочной информации по товарам: каталоги, журналы, рекламные буклеты, доска информации в магазине, группы в социальных сетях, официальные сайты, и главное – это мобильные приложения. Находясь дома или в поездках, можешь в онлайн-режиме осуществить мониторинг и сравнение цен на интересующие потребительские товары.

В условиях резкого колебания розничных цен на товары для народного творчества, поиск самой приемлемой цены с помощью популярного Интернет инструмента «Яндекс. Маркет» является невозможным. Представлен очень узкий ассортимент товаров и незначительное количество продавцов – магазинов. Данная ситуация создаёт сложности для потребителя, в особенности для поиска нового товара, возможно и товара-заменителя.

В качестве субъекта любого потребительского рынка выступает потребитель. В современном мире потребителю важна не только полезность согласно утилитарной концепции потребления благ, но и покупка товара по самой приемлемой (в нашем случае, низкой) цене на рынке для получения экономии потребительского бюджета.

Каждый потребитель имеет чрезвычайно обширный и возрастающий список товаров, исходя из его потребностей. В то же время его потребительский бюджет для удовлетворения потребностей всегда ограничен и может реально сокращаться под влиянием различных факторов (инфляции, отсутствия отечественных товаров-заменителей для импортных товаров в условиях падения национальной валюты страны и др.). Поэтому необходимо проводить мониторинг цен на товары, чтобы балансировать потребительский бюджет для удовлетворения полезности большим количеством благ и/или увеличения размера сбережений.

Рассмотрим на условном примере порядок проведения мониторинга закупки конкретного товара народного творчества (далее Мониторинг). Допустим, что у потребителя возникает потребность купить пряжу после просмотра рекламы о связанных вручную пледах. В качестве пряжи может выступать новая гиперобъёмная (волокно из одного определённого состава без смешиваний, чаще всего, это акрил, 100% шерсть) или её заменитель гребенная лента. После скручивания волокна получаем нить толщиной от 10 до 35 мм для ручного вязания. Товар появился на рынке в начале 2016 года. Нам будет необходимо всего несколько десятков минут, и изделие готово – шарф, снуд, шапка, варежки, плед, жилет, кардиган и т.д. Таким образом, главная цель потребителя – покупка гиперобъёмной пряжи для вязания пледа.

Для проведения Мониторинга нам надо сделать допущения, что потребитель:

- является домашним хозяйством, который занимается вязанием спицами, крючком и считает это искусством, своим хобби, ремеслом и видом занятия, которое помогает ему расслабиться и отдохнуть;
- стремится получить от потребления благ максимальную полезность [3, с. 64];
- обладает способностью сравнивать (оценивать) полезность любых благ во времени и пространстве [3, с. 64];
- имеет свободу и суверенитет при принятии решений. Особо отметим, что суверенитет потребителя – способность потребителя самостоятельно распределять свой доход и таким образом воздействовать на структуру общественного производства [3, с. 64–65];
- умеет пользоваться всемирной сетью Интернет для Мониторинга цен на потребляемые блага на официальных сайтах производителя и посредников;
- живёт в определённом географическом пункте (например, в г. Твери), при этом имеется транспортная доступность (например, в г. Москву и Московскую область);
- владеет полной информацией о новинках, появившихся на рынке пряжи;
- имеет опыт вязания 1 год;
- покупает товары только российского производства;
- имеет ограниченный размер потребительского бюджета.

Для проведения Мониторинга недостаточно допущений в части потребителя. Нам важно знать количественные и качественные характеристики выбранного товара, цены на товар на известных площадках Интернет-магазинов, на фабриках, производящих пряжу в пределах обозначенного географического пункта, а также у их посредников. Предположим, что мы эти характеристики определили.

Ключевая проблема потребительского выбора состоит в том, что сложилась очень высокая цена на гиперобъёмную пряжу, гребенную ленту у посредников. Поэтому потребительский выбор сводится к принятию решения о распределении своего бюджета на основе результатов Мониторинга, т.е. поиск прямого производителя для покупки блага по самой низкой цене без наценок посредников.

Для осуществления Мониторинга цен на гиперобъемную пряжу и гребенную ленту из различных составов можно свести данные по виду товара и составу волокна выбранных фабрик в сводную таблицу. Для иллюстрации Мониторинга мы представим данные по ценам и волокнам различных составов в таблице 1, учитывая, что цена при этом будет рассчитываться, исходя из стоимости за 1 кг товара.

Т а б л и ц а 1
Характеристика и розничные цены на гиперобъемную пряжу и волокна от российских фабрик по состоянию на 20.01.2017 гг.

№	Название бренда	Наименование товара	Состав товара	Тонина (мкм)	Длина (м)	Вес (г)	Цена за шт.	Цена за 1 кг	Соответствие цены возможности покупателя
1. Гиперобъемная пряжа									
1	«Пряжа из Троицка»	Пастила	100% полутонкая шерсть	-	50	500	900	1 800	Нет
2

(Рассчитано на основании [4]).

По данным табл. 1 потребитель делает отбор только тех потребительских товаров, которые соответствуют его потребительскому выбору. Иначе говоря, отвечают соответствующему составу, критерию цены и объёму спроса.

Т а б л и ц а 2
Сводный Мониторинг сравнения цен, характеристик товаров и условий заказа от производителя и магазинов-посредников по состоянию на 20.01.2017 г.

№	Место продажи	Минимальный размер заказа, рублей	Доставка	Название бренда	Название товара	Вес (г)	Цена за шт.	Цена за 1 кг	Цена за 1 кг у фирменного магазина при фабрике
Гребенная лента из 100% акрила									
1	Фирменный магазин в г. Москве	-	Самовывоз бесплатный	Семёновская пряжа	Лента гребенная	100	85	850	-
Гребенная лента из 100% тонкой шерсти									
2	Оптовый склад «Эталон69» в г. Твери	от 500	Самовывоз бесплатный	Пехорка	Шерсть для валяния	50	71	1 420	1 800
Гребенная лента из 100% тонкой мериносовой шерсти									
3	Оптовый склад «Эталон69» в г. Твери	от 500	Самовывоз бесплатный	Пряжа из Троицка	Шерсть для валяния	100	122	1 220	2 100 + 120* = 2 220
4

Примечание: * - сумма курьерской доставки.
(Рассчитано на основании [5, 6]).

На официальных сайтах фабрик есть информация об условиях совершения оптового заказа. Но совершить оптовый заказ потребитель не сможет, так как сумма его имеет определенные предельные значения, которые не соответствуют допущениям потребительского выбора. Кроме этого необходимо учитывать и транспортные расходы, увеличивающие цены на выбранные товары.

Проанализировав цены и характеристики товаров в Интернет-магазинах, напрямую у производителей (фабриках) пряжи, можно провести следующий этап Мониторинга – это анализ цен у посредников-партнёров (Интернет-магазинов), которые указаны на официальных сайтах фабрик.

Анализ цен, проведенный нами по Интернет-магазинам, производителям и посредникам позволяет составить сводный Мониторинг. Мы приведем табл. 2 для иллюстрации сводного Мониторинга.

Анализируя цены и характеристики товаров от российских фабрик и магазинов-посредников на территории обозначенных географических пунктов можно отметить, что они сильно отличаются друг от друга. Поэтому потребителям необходимо осуществлять Мониторинг цен при покупке любого товара или услуги. Такой способ нахождения самой низкой цены эффективен, поскольку обеспечивает снижение расходов для потребителей, домашнего хозяйства. Применяя Мониторинг цен на товары в условиях снижения реальных доходов, мы получаем существенную экономию потребительского бюджета. И это, безусловно, повышает эффективность потребительского спроса на рынке товаров, и Мониторинг закупки товаров является его инструментом.

Список литературы

1. Тарануха Ю.В. Микроэкономика: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Ю.В. Тарануха; под общ. ред. проф. А. В. Сидоровича. М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. 640 с.
2. Иванов Г.Г., Ефимовская Л.А., Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Мусатова Ж.Б. Методика ценового мониторинга на социально значимые продовольственные товары // Международная торговля и торговая политика. 2015. № 4 (4). С. 92–109.
3. Карасёва Л.А. Логический комментарий к курсу микроэкономики: учебное пособие. – 4-е изд., доп. Тверь: Тверской государственный университет, 2011. 280 с.
4. Пряжа для ручного вязания «Пастила» // Официальный сайт «Троицкой камвольной фабрики». – URL: <http://www.troitskwool.com/yarn-for-hand-knitting/pastila/> (дата обращения: 20.01.2017).
5. Волокно «Валяшка» из 100% акрила // Официальный сайт «Московской шерстопрядильной фабрики». – URL: <http://msf.ru/catalog/3/10170> (дата обращения: 20.01.2017).
6. Шерсть для валяния // Официальный сайт оптового склада «Эталон69». - URL: https://эталон69.рф/catalog/sherst_dlya_valyaniya/ (дата обращения: 20.01.2017).

MONITORING OF GOODS PROCUREMENT AS A TOOL OF INCREASING EFFICIENCY OF CONSUMER DEMAND OF HOUSEKEEPING (BASED ON THE PURCHASE OF GOODS FOR HANDMADE KNITTING RESEARCH)

N.V. Novikova¹, O.N. Khizha¹

^{1,2}Tver State University, Tver

This article examines the key aspects of choosing a particular product consumer behavior. The analysis of the yarn market is presented as a system

of its stage-by-stage composition, volume and price monitoring. Monitoring of purchases is used as the main tool for increasing the efficiency of housekeeping consumer demand.

Keywords: *price monitoring, consumer, consumer behavior, consumer choice, consumer demand, the purchase of goods, efficiency.*

Об авторах:

НОВИКОВА Наталья Владимировна – доцент, кандидат экономических наук, Тверской Государственный университет, e-mail: novikova73-1@mail.ru

ХИЖА Ольга Николаевна – магистрант 1 курса обучения экономического факультета программы «Экономика фирмы и отраслевых рынков» Тверского Государственного университета, e-mail: zima2011@mail.ru

About the authors:

NOVIKOVA Natal'ja Vladimirovna – Associate Professor, Philosophy Doctor in Economics, Tver State University, e-mail: novikova73-1@mail.ru

HIZhA Ol'ga Nikolaevna – graduate student of 1 course of study faculty of Economics programme "the Economics of firm and industrial markets", Tver State University, e-mail: zima2011@mail.ru

References

1. Taranuha Ju. V. Mikrojekonomika: uchebnik dlja studentov vuzov, obuchajushhihsja po jekonomicheskim special'nostjam / Ju. V. Taranuha; pod obshh. red. prof. A. V. Sidorovicha. M.: Izdateľstvo «Delo i Servis», 2006. 640 s.
2. Ivanov G.G., Efimovskaja L.A., Skorobogatyh I.I., Sidorchuk R.R., Musatova Zh.B. Metodika cenovogo monitoringa na social'no znachimye prodovol'stvennye tovary // Mezhdunarodnaja trgovlja i trgovaja politika. 2015. № 4 (4). S. 92–109.
3. Karasjova L.A. Logicheskij kommentarij k kursu mikrojekonomiki: uchebnoe posobie. – 4-e izd., dop. Tver': Tverskoj gosudarstvennyj universitet, 2011. 280 s.
4. Prjazha dlja ručnogo vjazanija «Pastila» // Oficial'nyj sajt «Troickoj kamvol'noj fabriki». – URL: <http://www.troitskwool.com/yarn-for-hand-knitting/pastila/> (data obrashhenija: 20.01.2017).
5. Volokno «Valjashka» iz 100% akrila // Oficial'nyj sajt «Moskovskoj sherstoprjadil'noj fabriki». – URL: <http://msf.ru/catalog/3/10170> (data obrashhenija: 20.01.2017).
6. Sherst' dlja valjanija // Oficial'nyj sajt optovogo sklada «Jetalon69». – URL: https://jetalon69.rf/catalog/sherst_dlya_valyaniya/ (data obrashhenija: 20.01.2017).