

**Красникова Евгения Владимировна**

студентка

Школа бизнеса, инновационных технологий

и интеллектуальных систем

ФГБОУ ВО «Московский технический университет

связи и информатики»

г. Москва

**Красникова Ирина Владимировна**

аспирант, ассистент

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский

ядерный университет «МИФИ»

г. Москва

## **ПРОВЕДЕНИЕ ОПРОСА И РАЗРАБОТКА ПОРТРЕТА ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ПОКУПАТЕЛЯ СМАРТФОНОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СВОДНЫХ ТАБЛИЦ EXCEL**

*Аннотация:* статья представляет разработанную анкету, а также результаты проведенного опроса для выявления потребительских предпочтений в сегменте смартфонов. Авторами проведен анализ с использованием сводных таблиц Excel для выявления портрета потенциального покупателя.

*Ключевые слова:* смартфон, сводная таблица, опрос, бренд, потенциальный покупатель.

Целью маркетинговых исследований является создание информационно-аналитической базы для разработки рекомендаций и принятия маркетинговых решений, направленных на снижение рисков и уровня неопределенности на рынке товаров и услуг [1].

Была рассмотрена поэтапная работа по формированию анкеты для опроса. Анкета для маркетингового исследования состоит из нескольких блоков. Вначале идут персональные данные респондента, а именно: пол, возраст, социальный статус и т. д. Прежде всего, эти данные необходимы для их последующего

использования в качестве группирующих признаков при обработке и анализе полученной информации.

В основной части располагаются вопросы, имеющие непосредственное отношение к цели и задачам опроса. Вопросы должны располагаться в стройной логической последовательности, быть предельно тактичными и не содержать незнакомых широкому кругу респондентов специальных терминов, аббревиатур и т. п. необходимое для ответов время не должно превышать 10–15 минут.

Для того чтобы установить потребительские предпочтения при выборе смартфона, а также провести анализ и выявить определенные закономерности при формировании предпочтений, появилась необходимость в сборе данных для анализа. Необходимо было провести опрос, для этого была разработана интерактивная форма для регистрации данных о респондентах и их предпочтениях при выборе смартфона. Форма реализована с помощью Google Forms и включает в себя вопросы, представленные далее.

Для начала необходимо составить портрет покупателя, поэтому первые вопросы были о поле интервьюируемого, его возрасте, для этого были представлены несколько вариантов ответа:

- 0–18;
- 18–30;
- от 30 и выше.

Также учитывалось социальное положение респондента (работает / не работает/ учится) и гражданское положение (в браке / одинок). Немаловажным являлся и вопрос среднемесячного дохода, так как он непосредственно влияет на выбор покупателя. Градации ежемесячного дохода были предложены следующие:

- до 25000 руб.;
- от 25000 до 50000 руб.;
- от 50000 до 75000 руб.;
- от 75000 и выше.

Далее следовали вопросы, непосредственно касающиеся выбора смартфона, а также его характеристик. Учитывались предпочтения в бренде смартфона, операционная система, основной функционал и т. д.

На основании разработанной анкеты был проведен опрос. В опросе участвовало более 90 человек разных возрастных групп и социальных статусов.

Для составления портрета покупателя, а также покупательских предпочтений важен вопрос и социального статуса человека. Из диаграммы следует, что большинство, более 50%, работающие, далее следуют студенты, которые совмещают работу и учебу, их 23%, 18% составляют студенты, которые еще не работают, а также 4% неработающих людей (рис. 1).

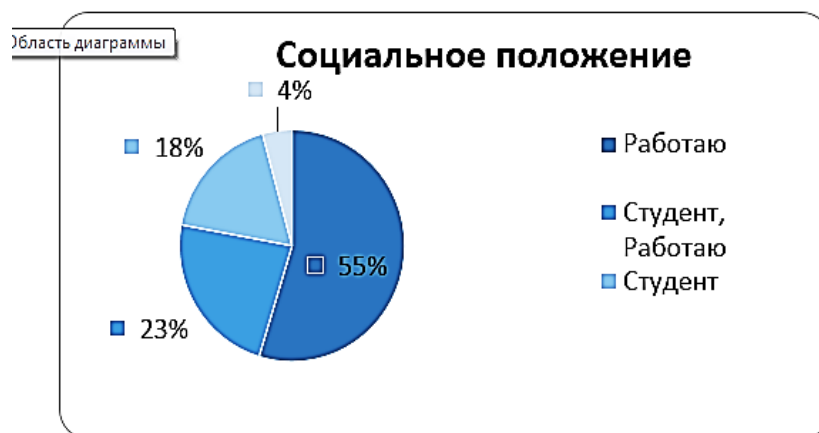


Рис. 1. Социальное положение респондента

Далее следовал ряд вопросов, который касался брендов смартфонов. Из ответов на вопрос, «Какой бренд смартфона из представленных Вы считаете самым популярным?» можно сделать вывод, что на данный момент самыми популярными брендами смартфонов является iPhone компании Apple, а также смартфоны Samsung, 59% и 32% соответственно (рис. 2).

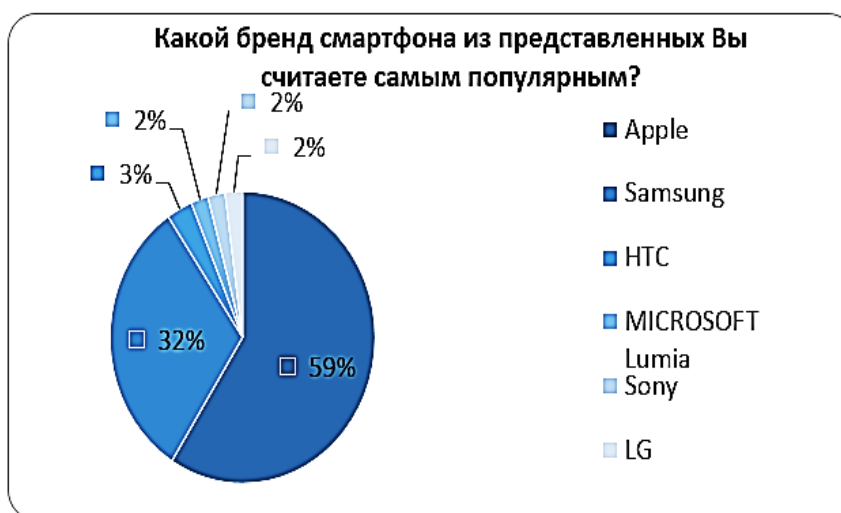


Рис. 2. Ответы на вопрос о популярном бренде смартфона

Далее следовали вопросы, для чего используется смартфон, какая операционная система предпочтительнее и т. п. На данный момент потребность в бренде у покупателей уступает функционалу, но в то же время смартфоны линейки Apple являются у потребителя одними из самых популярных и востребованных продуктов.

По результатам опроса было сделано предположение о существовании взаимосвязи между определенными параметрами, которые оценивались у покупателя и его предпочтении при выборе смартфона, а также о возможности выведения определенной корреляции среди определенных на этапе разработки анкеты параметров. Первым и самым стандартным методом для выявления зависимостей между параметрами является применение сводных таблиц в программе Microsoft Office Excel.

Microsoft Office Excel – приложение для работы с электронными таблицами в целях ведения как финансовой отчетности предприятия, так и личной бухгалтерии. Продукт Microsoft Office Excel предоставляет возможности экономико-статистических расчетов, графические инструменты и язык макропрограммирования VBA (Visual Basic для приложений). Microsoft Excel является одним из наиболее популярных аналитических систем и содержит усовершенствованные средства построения диаграмм и совместного доступа к информации. Решение

Microsoft Excel обеспечивает отдельных пользователей, коллективы и организации технологиями и инструментами, необходимыми для максимально эффективной работы с бизнес-данными [2].

Чтобы выявить, на сколько большую роль играет бренд при выборе смартфона, был проведен анализ с использованием сводных таблиц. Далее представлены результаты, полученные в результате анализа (таблица 1):

Таблица 1

### Результаты анализа значимости бренда при выборе смартфона

	<i>Вариант ответа</i>	<i>Бренд</i>
<i>Пол</i>	Женщина	88,24%
	Мужчина	11,76%
<i>Возраст</i>	18–30	64,71%
	от 30 и выше	35,29%
<i>Гражданское положение</i>	Женат / замужем	5,88%
	Холост / не замужем	94,12%
<i>Социальное положение</i>	Работаю	35,29%
	Студент	17,65%
	Студент, работаю	47,06%
<i>Среднемесячный доход</i>	до 25000	17,65%
	от 25000 до 50000	35,29%
	от 50000 до 75000	47,06%
<i>Как часто меняете смартфон</i>	1 раз в 2 года	47,06%
	1 раз в 3 года и реже	35,29%
	1 раз в год	17,65%
<i>Смартфон какого бренда Вы бы купили</i>	Apple	88,24%
	Samsung, MICROSOFT Lumia	11,76%
<i>Какая ОС предпочтительнее</i>	iOS	88,24%
	Windows Phone	11,76%
<i>Какую сумму готовы потратить на смартфон</i>	30000–70000	64,71%
	от 10000–30000	35,29%

Интерпретируя полученные данные с использованием сводных таблиц в Excel (таблица 1) можно сказать, что бренд смартфона наиболее важен для незамужней женщины в возрасте от 18 до 30 лет, которая учится и работает, имея

ежемесячный доход выше среднего, меняет смартфон 1 раз в 2 года, предпочитает iPhone продукции Apple с операционной системой iOS, которая готова потратить внушительную сумму от 30 до 70 тыс. руб. на покупку нового гаджета.

### *Список литературы*

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. – М., 2004.
2. Программные продукты – Каталог ПО – Описания продуктов – Офисное ПО, Microsoft Office Excel 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interface.ru/home.asp?artId=34004>