

ПАРАМЕТРЫ РЫНКА КОЛБАСНОЙ ПРОДУКЦИИ

(НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ММПЗ)

Таблица 1. Состав опрошенного ансамбля с точки зрения регионов (в абс. выраж. и в % к числу опрошенных: $n = 3509$ человек).

	АБС	%%
В ЦЕЛОМ	3509	100,0
ПИТЕР	1009	28,8
МОСКВА	1500	42,7
МОСК ОБЛАСТЬ	1000	28,5

Таблица 2. Знакомство опрошенных с рекламой товаропроизводителей (в абс. выраж. и в % к числу опрошенных: n = 3509 человек).

	Видели рекламу	абс	%
01	КАМПОМОС	828	23,6
02	ЧЕРКИЗОВО	598	17,0
03	МИКОЯНОВСКИЙ	911	26,0
04	ОСТАНКИНСКИЙ	220	6,3
05	ТАГАНСКИЙ	160	4,6
06	КЛИНСКИЙ	177	5,0
07	ЦАРИЦЫНСКИЙ	276	7,9
08	СОФРИНО	88	2,5
09	САМСОН	40	1,1
10	ПАРНАС	70	2,0
11	СТРЕЛЕЦ	359	10,2
12	ДРУГОЕ (17 НАЗВАНИЙ)	2	2,0
13	Затрудняюсь ответить	1375	39,2

Таблица 3. Зависимость между знакомством с рекламой МПЗ Кампомос и покупкой его товаров в различных исследованиях (в расчете на 1000, в % к числу опрошенных и в знаках силы коэффициента отклонения веса сопряженного признака от веса в выборке; n замера 1 = 1500, замера 2 =

	Замер 1 апрель 2001 г. (n=1500)			Замер 2 июнь 2001 г. (n=2500)			Замер 3 январь 2002 г.		
	1	2	S	1	2	S	1	2	S
В ЦЕЛОМ	451	549	1000	120	880	1000	417	583	1000
А ВИДЕЛИ+	120	63	183	40	574	386	161	75	236
НЕ ВИД-	331	486	817	331	486	614	256	508	764
В ЦЕЛОМ	45,1	54,9	100,0	12,0	88,0	100,0	41,7	58,3	100,0
В ВИДЕЛИ+	65,5	34,5	18,3	20,7	79,3	38,6	68,4	31,6	23,6
НЕ ВИД-	40,5	59,5	81,7	6,5	93,5	61,4	33,5	66,5	76,4
С ВИДЕЛИ+	+++	---		+++	---		+++	---	
НЕ ВИД-	---	+++		---	+++		---	+++	

- 1 - покупали продукцию Кампомоса
- 2 - не покупали продукцию Кампомоса

• Коэффициенты взаимной сопряженности приема рекламы и покупки

- | Замер 1 | Замер 2 | Замер 3 |
|----------------|----------------|----------------|
| Пирсон = 0,191 | Пирсон = 0,208 | Пирсон = 0,287 |
| Чупров = 0,194 | Чупров = 0,213 | Чупров = 0,300 |
| Ннорм = 0,827 | Ннорм = 0,730 | Ннорм = 0,852 |
| Cramer = ,194 | Cramer = ,217 | Cramer = ,300 |

Таблица 4. Коэффициенты взаимной сопряженности приема рекламы и покупки товара различных МПЗ в случае последней покупки товара (Cramer's V и в границах опрошенных в Москве и Московской области; n = 2500 человек. Каждый коэффициент фиксирует связь 4-хпольной таблице).

Видели рекл	Покупают продукцию данного завода						
	1	2	3	4	5	6	7
1 Кампомос	,282	,081	,087	,051	,001	,018	,036
2 Черкизово	,108	,183	,049	,132	,028	,003	,037
3 Микомс	,131	,069	,129	,056	,064	,007	,063
4 Останкино	,073	,088	,033	,145	,037	,009	,025
5 Таганский	,028	,027	,008	,026	,127	,014	,027
6 Клинский	,028	,037	,015	,006	,039	,218	,027
7 Царицыно	,096	,081	,015	,083	,060	,031	,107

- 1 КАМПОМОС
- 2 ЧЕРКИЗОВО
- 3 МИКОМС
- 4 ОСТАНКИНО
- 5 ТАГАНСКИЙ
- 6 КЛИН
- 7 ЦАРИЦЫНО

Таблица 9. Структура покупок видов товарной продукции МПЗ Кампомос в расчете на каждую тысячу покупателей продукции Кампомоса в Москве и Московской области ($n = 463$ чел.; цветом выделены самые большие группы сочетаний, дающие более 70% покупателей; они же выделены в таб.18.).

СОВКВЧ	ВАРКОПОЛЬ-СЫРКОЛЬ-ДЕЛПАШ КАМП МО ПОК								ВСЕГО
	+++	++-	+ - +	+ - -	- + +	- + -	- - +	- - -	
+++				2				4	6
++-			9			6	2	63	80
+ - +		2	2	6	2	11		15	38
+ - -	4	4	15	24	4	24	24	262	361
- + +						2	2	11	15
- + -		2		9		15	11	144	181
- - +		2		6		2	13	74	97
- - -	2	15	6	43	11	67	78		222
ВСЕГО	6	25	32	90	17	127	130	573	1000

Пирсон = 0,577
 Чупров = 0,267
 НнормО = 0,654
 НнормЭ = 0,737
 Сramer = ,266

НАСЫЩЕННОСТЬ И ЧИСЛО ФОРМ ПОКУПКИ - КАМПОМОС

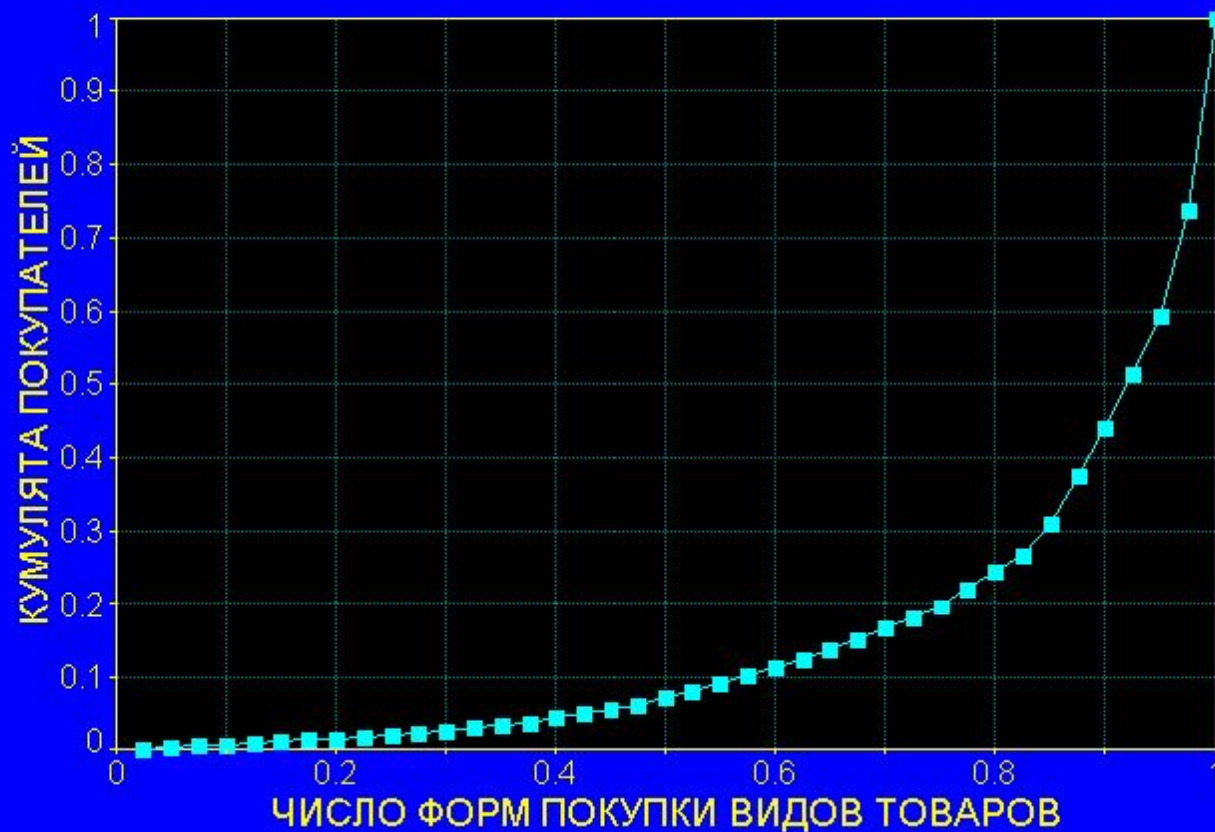


Таблица 11. Структура покупок видов товарной продукции МПЗ Черкизово в расчете на каждую тысячу покупателей продукции Черкизово в Москве и Московской области (n = 552 человека; цветом выделены самые большие группы сочетаний, дающие более 70% покупателей; они же выделены в таб.18.)

СОВКВЧ	ВАРКОПОЛЬ-СЫРКОЛЬ-ДЕЛПАШ ЧРКЗ ПОК								ВСЕГО																		
	+	+	+	+	+	-	+	-		+	+	-	-	-	+	+	-	+	-	-	-	+	-	-	-		
+	+	+																			4			4			8
+	+	-	-			2			4									4			4			72			86
+	-	+	-						4			4						2			2			9			21
+	-	-	-			4			5			24			4			9			14			253			313
-	+	+	-						2			4			2						2			7			17
-	+	-	-									16						14			9			213			252
-	-	+	-			4			2			4			2			13			4			54			83
-	-	-	-			9			9			67			5			74			56						220
ВСЕГО	-					17			20			123			17			116			95			612			1000

Пирсон = 0,607

Чупров = 0,289

Ннорма = 0,620

НнормЭ = 0,694

Cramer = ,311

НАСЫЩЕННОСТЬ И ЧИСЛО ФОРМ ПОКУПКИ - ЧЕРКИЗОВО

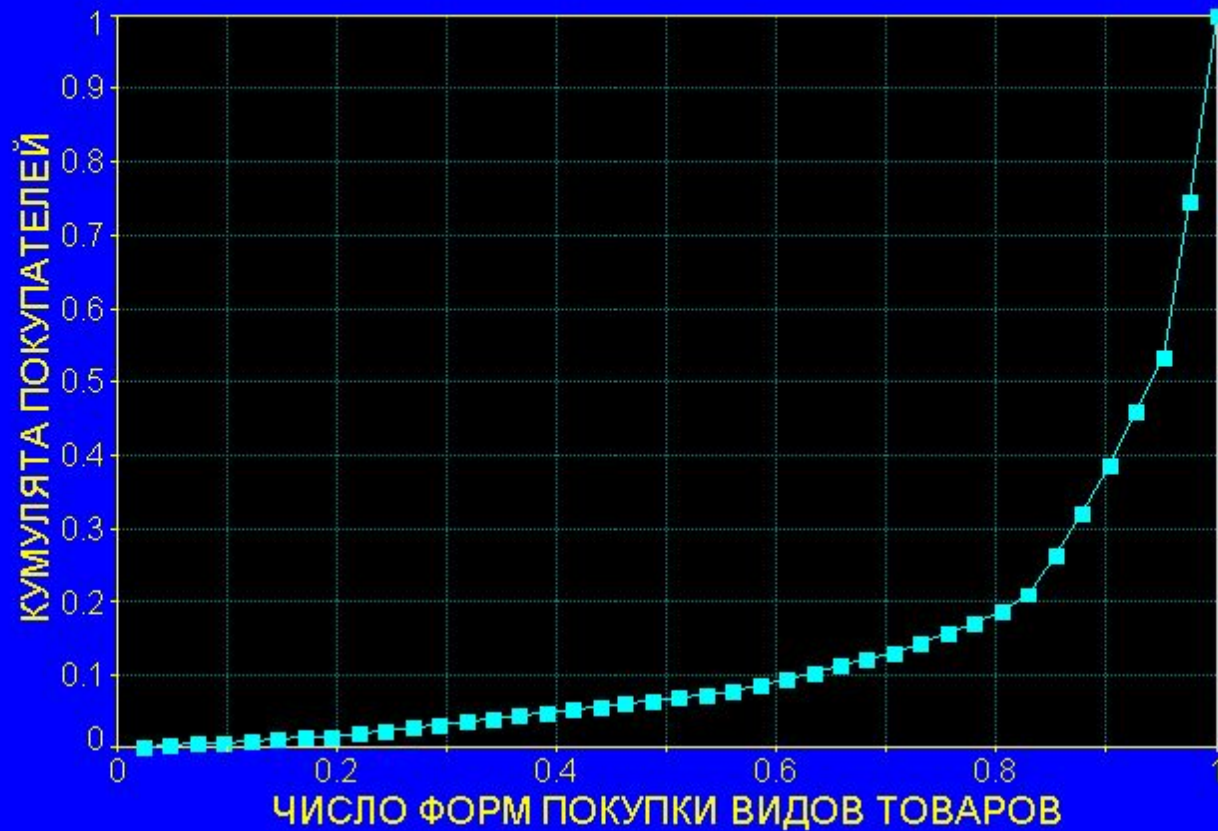


Таблица 13. Структура покупок видов товарной продукции МПЗ Микояновский в расчете на каждую тысячу покупателей продукции Микомс в Москве и Московской области (n = 663 человека; цветом выделены самые большие группы сочетаний, дающие более 70% покупателей; они же выделены в таб.18.)

СОВКВЧ	ВАРКОПОЛЬ-СЫРКОЛЬ-ДЕЛПАШ МИКОМС ПОК									ВСЕГО
	+++	++-	+ - +	+ - -	- + +	- + -	- - +	- - -		
+++		3							3	6
++-	3			9			9		56	77
+ - +		2				3	3		9	17
+ - -		3	2	18	5	8	18		226	280
- + +		2		3			2		8	15
- + -	2	2	3	9	5	12	11		183	227
- - +				3		6	5		58	72
- - -	2	6	2	92	11	110	83			306
ВСЕГО	7	18	7	134	21	139	131	543		1000

Пирсон = 0,641
 Чупров = 0,316
 НормА = 0,621
 НормЭ = 0,700
 Крамер = ,318

НАСЫЩЕННОСТЬ И ЧИСЛО ФОРМ ПОКУПКИ - МИКОМС

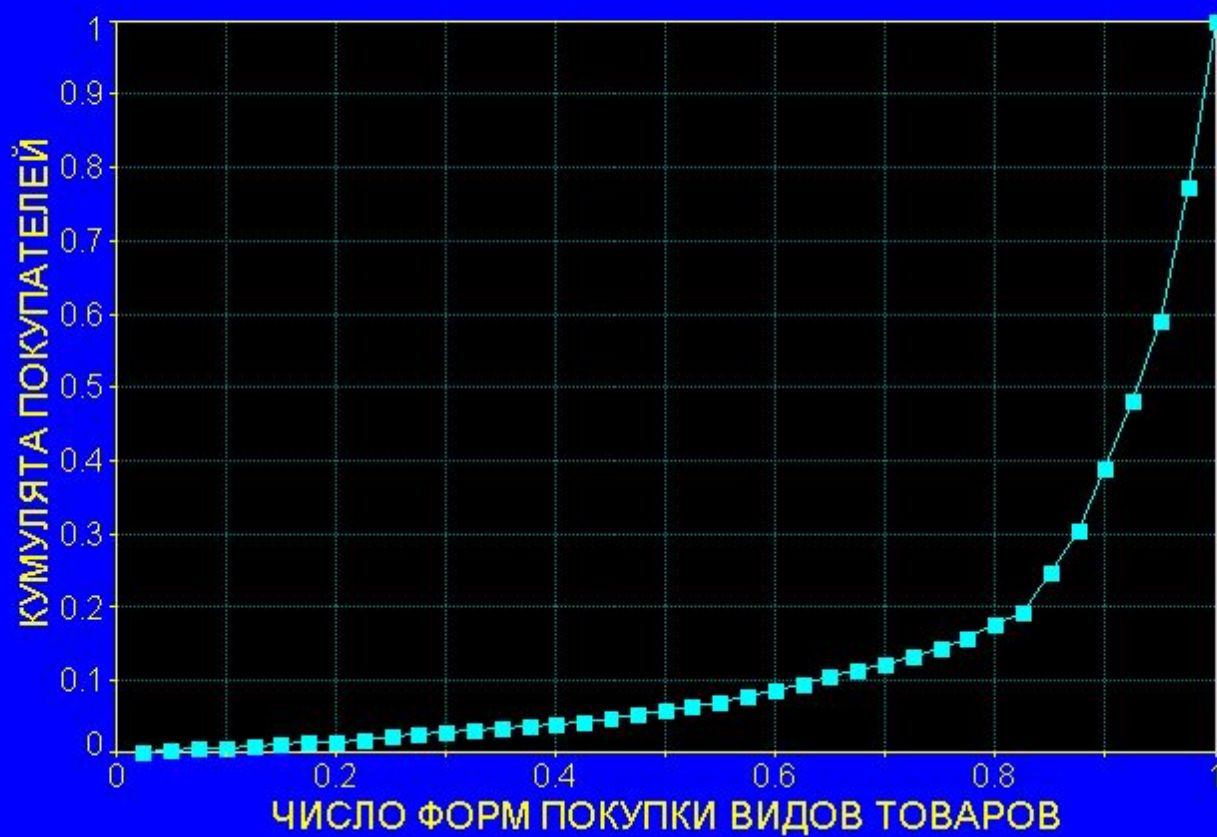


Таблица 15. Структура покупок видов товарной продукции МПЗ Клинский в расчете на каждую тысячу покупателей продукции Клин в Москве и Московской области ($n = 260$ чел.; цветом выделены самые большие группы сочетаний, дающие более 70% покупателей; они же выделены в таб.18.).

СОВКВЧ	ВАРКОПКОЛЬ-СЫРКОЛЬ-ДЕЛПАШ КЛИН ПОК								ВСЕГО
	+ + +	+ + -	+ - +	+ - -	- + +	- + -	- - +	- - -	
+ + +	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ + -	-			4	4		4	81	93
+ - +	-							4	4
+ - -	-			23		15	19	256	313
- + +	-						8	4	12
- + -	-			4			8	257	269
- - +	-				4	4	8	50	66
- - -	-	4	4	85	15	58	77		243
ВСЕГО	-	4	4	116	23	77	124	652	1000

Пирсон = 0,639

Чупров = 0,326

Ннорма = 0,541

Ннорм = 0,707

Cramer = ,339

НАСЫЩЕННОСТЬ И ЧИСЛО ФОРМ ПОКУПКИ - КЛИНСКИЙ

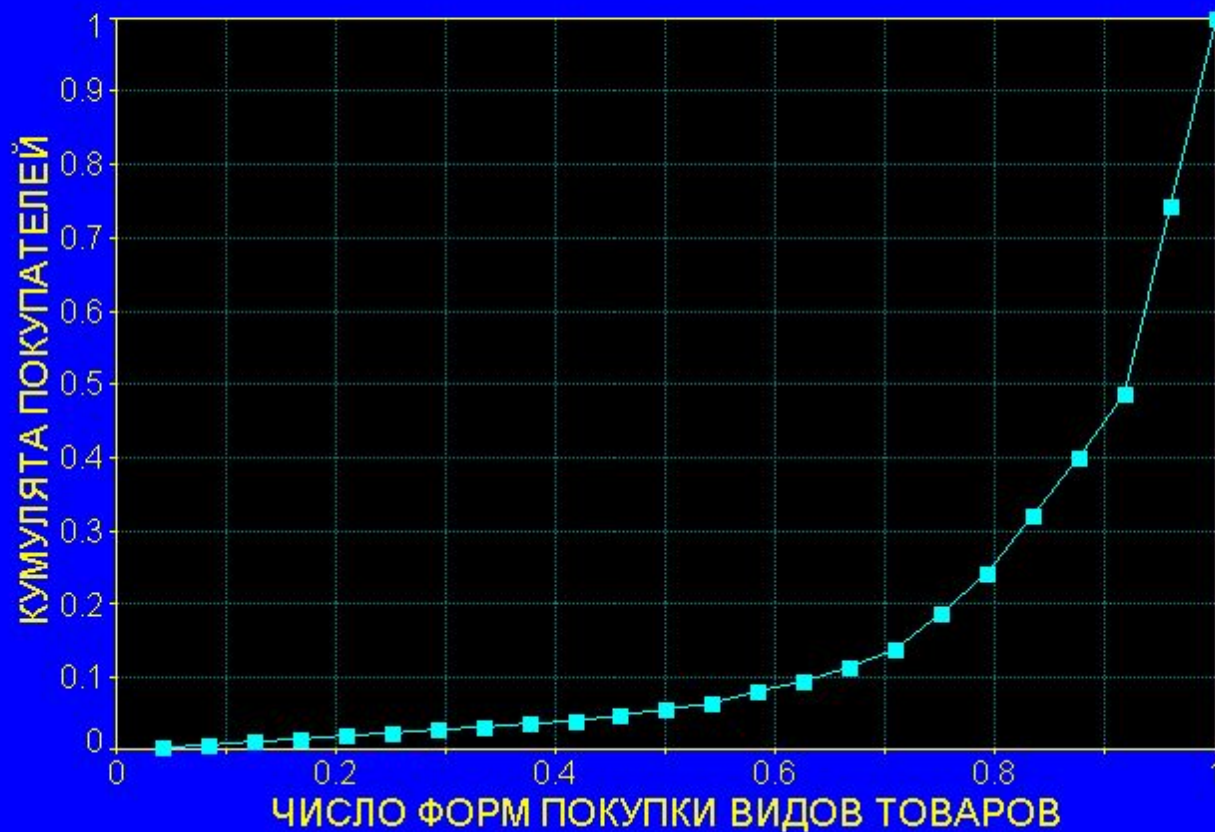


Таблица 5. Покупка продукции соответствующих производителей в трех регионах в предпоследний перед опросом и в последний раз (в абс. выраж. и в % к числу опрошенных: n = 3509 человек).

	КАМПОМ		ЧЕРКИЗ		МИКОМС		ОСТАНК		ТАГАНСК		КЛИНСК		ЦАРИЦ		ДР ЗАВ	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
АВС	481	514	622	668	576	718	235	265	83	78	242	260	194	255	970	1131
В ЦЕЛОМ	13,7	14,6	17,7	19,0	16,4	20,5	6,7	7,6	2,4	2,2	6,9	7,4	5,5	7,3	27,6	32,2
ПИТЕР	5,8	5,1	9,9	11,5	3,7	5,5	,8	1,3		,1	,1		,3	,4	60,0	67,0
МОСКВА	15,7	16,6	18,8	19,2	23,5	27,7	6,7	7,3	3,6	3,2	8,2	8,5	6,7	8,4	12,9	16,5
М-ОБЛ	18,7	21,4	24,0	26,4	18,7	24,8	12,6	14,2	2,9	2,9	11,8	13,2	9,1	12,5	17,1	20,8

1 - покупали предпоследний раз (остальные до 100% не покупали)

2 - покупали последний раз (остальные до 100% не покупали)

E:\DUMP_8\DISK_D\PIDKASIS\Kampom2.xls

Rank 44 Eqn 7905 $y=(a+cx+ex^2+gx^3)/(1+bx+dx^2+fx^3)$ [NL]
r²=0.99606907 DF Adj r²=0.99520917 FitStdErr=0.32584757 Fstat=1393.6586
a=10678.926 b=402.56106 c=-3439.5369 d=-127.03705
e=317.33785 f=10.311095 g=-4.7085479

