

Анализ результатов опроса посетителей сайта ГБУ «ЦЭСИ РТ»

С 7 марта по 22 мая 2025 года среди посетителей сайта ГБУ «ЦЭСИ РТ» проводился опрос об изменении цен за последний месяц на товары повседневного спроса.

В опросе приняли участие 26,5 процента мужчин и 73,5 процента женщин. Возраст 14,7 процента опрошенных составил от 18 до 29 лет, 55,9 процента – от 30 до 49 лет, 11,8 процента – от 50 до 59 лет, 17,6 процента – 65 лет и старше. Большая часть опрошенных (88,2 процента) являются жителями г. Казани, 5,9 процента — других городов республики, 5,9 процента – сельских населенных пунктов республики.

В начале опроса посетителям сайта предлагалось ответить на вопрос о том, что, по их мнению, за последний месяц происходило с ценами на предложенные к оценке виды продуктов питания.

Результаты опроса показали, что среди видов продуктов питания, изменение цен на которые нужно было оценить, участники опроса чаще всего приобретали молоко (100,0 процента), хлеб, масло сливочное, сыр (по 94,3 процента), макаронные изделия (91,4 процента), реже всего – свеклу (60,0 процента) – рисунок 1.

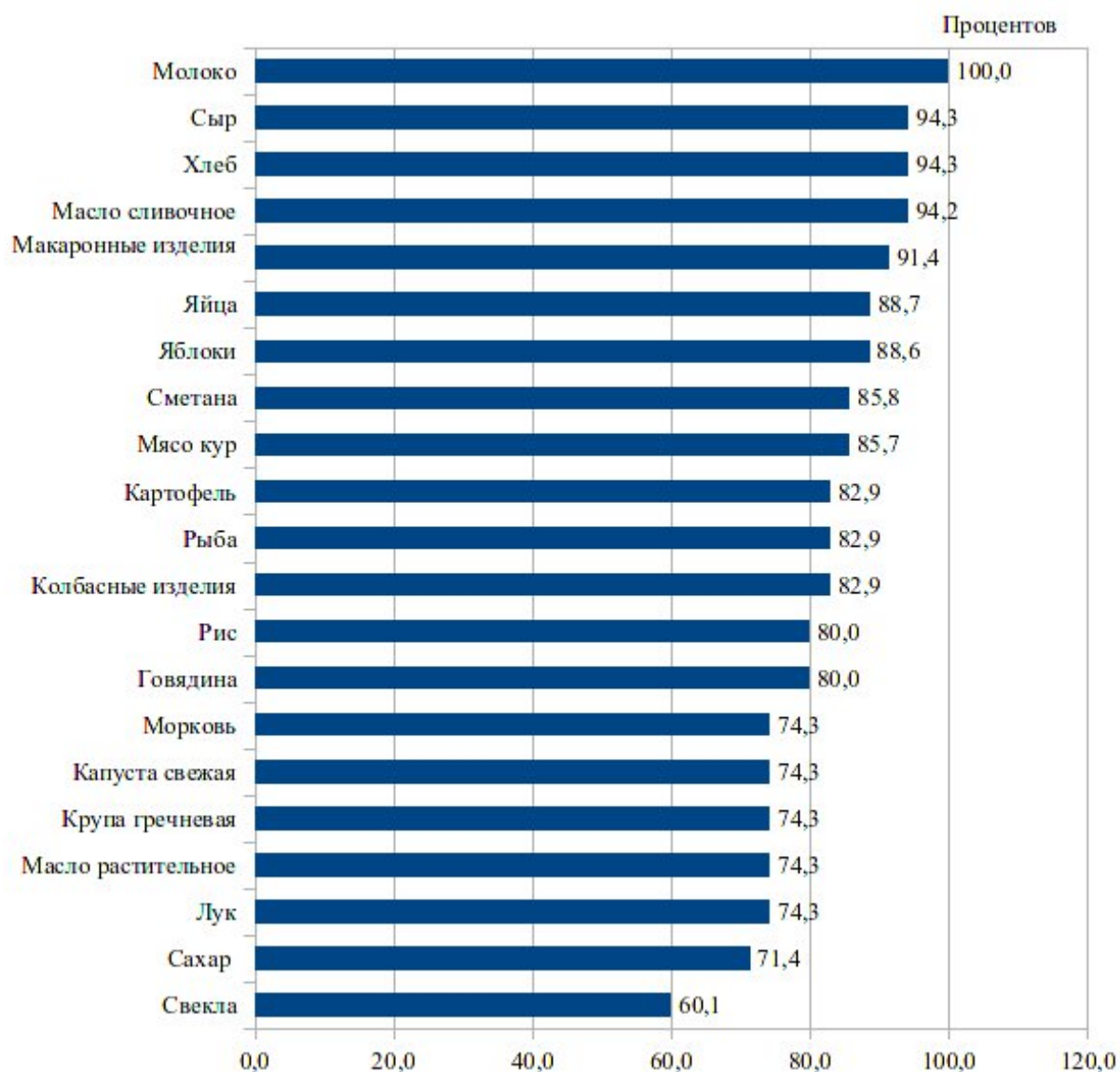


Рисунок 1 – Доля участников опроса, которые приобрели за последний месяц перечисленные продукты питания

Из числа тех опрошенных, кто приобретал эти продукты питания, большинство (в совокупности от 64 до 100 процентов) считают, что цены на них в республике выросли. При этом чаще значительное повышение цен они отмечали на такие продукты питания, как: масло сливочное, рыба (более трети опрошенных), говядина, сметана, картофель (более четверти), капуста свежая, мясо кур (каждый пятый). Наибольшая доля покупателей (от 90 до 100 процентов) отметила в целом рост цен (цены выросли и значительно выросли) на сметану, рыбу, картофель, масло сливочное, колбасные изделия, лук, молоко. Довольно значительная доля опрошенных отметили отсутствие изменений в цене таких продуктов, как: сахар, крупа гречневая, яблоки, хлеб,

масло растительное, яйца (от более трети до более четверти), морковь, макаронные изделия (почти каждый пятый). Почти каждый десятый покупатель яиц и менее чем каждый десятый - мяса кур отметили снижение цен на них.

Таблица 1. Распределение ответов участников опроса, приобретавших перечисленные в таблице продукты питания, на вопрос: “Что, по Вашему мнению, за последний месяц происходило с ценами на следующие виды продуктов питания?”

Вид продукта питания	Процентов			
	Снизились	Не изменились	Выросли	Значительно выросли
Сметана	0,0	0,0	73,3	26,7
Рыба	0,0	3,4	62,1	34,5
Картофель	0,0	3,4	69,0	27,6
Масло сливочное	0,0	6,1	54,5	39,4
Колбасные изделия	0,0	6,9	75,9	17,2
Лук	0,0	7,7	80,8	11,5
Молоко	0,0	8,6	74,3	17,1
Капуста свежая	0,0	11,5	65,4	23,1
Свекла	0,0	14,3	71,4	14,3
Рис	0,0	14,3	82,1	3,6
Говядина	0,0	14,3	57,1	28,6
Сыр	0,0	15,2	69,7	15,2
Мясо кур	6,7	10,0	63,3	20,0
Макаронные изделия	0,0	18,8	78,1	3,1
Морковь	0,0	19,2	65,4	15,4
Масло растительное	0,0	26,9	57,7	15,4
Хлеб	0,0	27,3	66,7	6,1
Яблоки	0,0	29,0	61,3	9,7
Крупа гречневая	0,0	34,6	61,5	3,8
Яйца	9,7	25,8	54,8	9,7
Сахар	0,0	36,0	56,0	8,0

Покупки товаров повседневного спроса опрошенные посетители сайта делают чаще всего в магазине, на рынке отоваривается только каждый десятый (рисунок 2).

Процентов

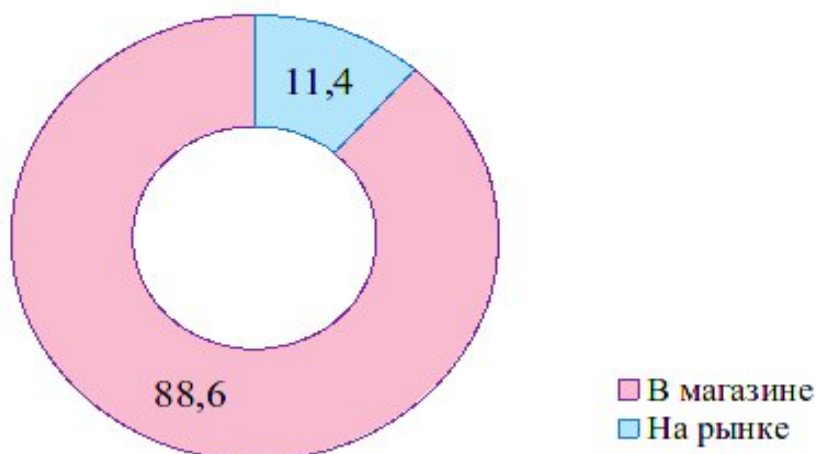


Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Где Вы чаще всего делаете покупки товаров повседневного спроса?»

Около половины участников опроса делают покупки (как в магазине, так и на рынке) почти каждый день, более трети – не реже двух-трех раз в неделю (рисунок 3).



Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как часто Вы делаете покупки в магазине (на рынке) в целом?»

Количество покупок за один поход в магазин (на рынок) за последний месяц у большинства (68,6 процента) не изменилось, однако у четверти (25,7 процента) оно сократилось. Увеличилось количество покупок у меньшинства опрошенных (5,7 процента) - рисунок 4.



Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как в среднем за месяц изменилось количество Ваших покупок (товаров повседневного спроса) за один поход в магазин (на рынок)?»

В среднем сумма покупки за один поход в магазин (на рынок) составляет у более четверти из них от 1000 до 1500 рублей, у более чем каждого десятого – от 2000 до 2500 рублей, у каждого десятого от 2600 до 3000 рублей и менее 1000 рублей. Покупки на сумму 9000 и 10000 рублей могут позволить себе в совокупности менее 10 процентов участников опроса. Около трех процентов опрошенных отметили, что на покупки за один поход в магазин (на рынок) уходит вся пенсия (рисунок 5).

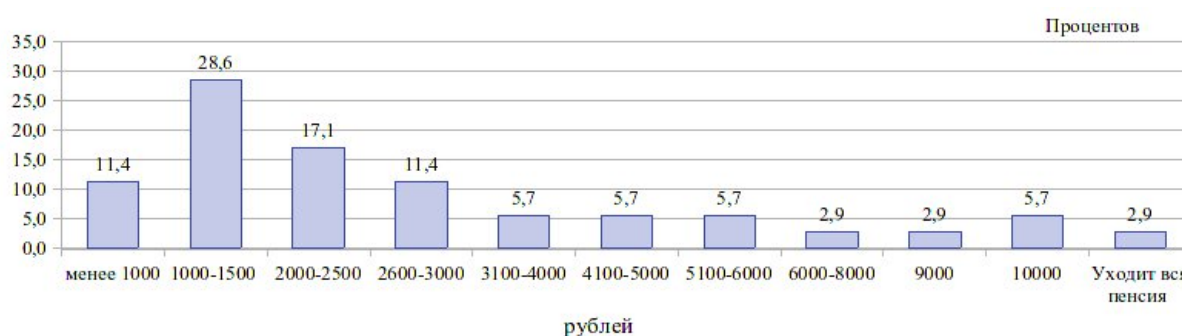


Рисунок 5 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «В какую сумму (в рублях) в среднем обходятся покупки за один Ваш поход в магазин (на рынок)?»

На вопрос: «Как в среднем за месяц изменилась общая сумма в чеке за один Ваш поход в магазин (на рынок)?» все респонденты ответили, что она возросла.