

Клиценко Максим Вадимович**Klitsenko Maksim Vadimovich**

старший преподаватель кафедры
«Социально-культурный сервис и туризм»
Тихоокеанского государственного университета

Senior Lecturer, Social and Cultural Service
and Tourism Department,
Pacific National University

Гутик Татьяна Валерьевна**Gutik Tatiana Valeryevna**

старший преподаватель кафедры
«Социально-культурный сервис и туризм»
Тихоокеанского государственного университета

Senior Lecturer, Social and Cultural Service
and Tourism Department,
Pacific National University

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ОБЪЕМОМ И КАЧЕСТВОМ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА ХАБАРОВСКА

SATISFACTION WITH THE QUANTITY AND QUALITY OF FOODSTUFFS AS A SOCIAL WELL-BEING INDICATOR OF THE CITIZENS OF THE CITY OF Khabarovsk

Аннотация:

В статье на основании результатов социологических опросов, проведенных в 2013 и 2015 гг., а также стенограмм фокус-групп 2016 г. произведена оценка удовлетворенности жителей города Хабаровска ассортиментом и качеством продовольственных товаров. Хабаровчане считают достаточным ассортимент продовольственных товаров, но низкая степень доступности продуктов вследствие высоких цен на них и снижения размера заработных плат отрицательно сказывается на степени удовлетворенности населения объемом и качеством предлагаемых товаров.

Ключевые слова:

социальное самочувствие, удовлетворенность, Хабаровск, население города, социологический опрос, продовольственные товары, ассортимент, качество, доступность, цена.

Summary:

Based on the sociological surveys conducted in 2013 and 2015, as well as transcripts of focus groups collected in 2016, the article estimates the level of satisfaction of Khabarovsk citizens with the amount and quality of foodstuffs. The residents of Khabarovsk consider that a range of foodstuffs is sufficient. However, their low availability due to high price and the salaries reduction have a negative impact on the level of people's satisfaction with the quantity and quality of the abovementioned stuff.

Keywords:

social well-being, satisfaction, Khabarovsk, city population, sociological survey, foodstuffs, range, quality, availability, price.

«Социальное самочувствие» – центральное понятие в анализе уровня удовлетворенности жизнью в срезе различных жизненных аспектов. В рамках данной работы под социальным самочувствием понимается интегральный показатель удовлетворенности различными аспектами жизни.

Накоплен довольно внушительный объем работ и исследований в области социального самочувствия, учитывая западный опыт и довольно продолжительный по меркам социологии российский опыт изучения этого феномена. В ряду исследователей необходимо выделить М. Рокича [1] и А.А. Русалинову [2]. В процессе рассмотрения данной социологической категории выявлен ее междисциплинарный характер: философия, социология, политология, психология, медицина так или иначе занимаются изучением феномена социального самочувствия. Результаты исследований, проведенных в рамках вышеизложенных наук, позволяют по-новому взглянуть на исконно социологическое явление социального самочувствия, определить особенности его формирования и закономерности проявления для характерных социальных групп. Важно отметить, что количество аспектов жизни, то есть индикаторов социального самочувствия, может быть достаточно большим. Принципиальное количество каждый раз зависит от качества и объема исследования той или иной социальной группы.

В целях изучения социального самочувствия населения города Хабаровска Правительством Хабаровского края при непосредственном участии авторов были проведены опросы населения в 2013 и 2015 гг. Выборочную репрезентативную совокупность в 2013 г. составили 600 человек, в 2015 г. – 800 человек. В ходе исследования решались следующие задачи:

- оценить восприятие населением своего материального положения,
- установить уровень доверия населения к государственным структурам,
- выявить основные проблемы, волнующие население города Хабаровска,

– определить социальное самочувствие различных социальных групп и проследить динамику изменения социального самочувствия.

Поставленные задачи решались с помощью анализа индикаторов социального самочувствия. В частности, таковым является индикатор удовлетворенности объемом и качеством продовольственных товаров в городе Хабаровске.

В 2013 г. при поддержке Правительства Хабаровского края был проведен социологический опрос, нацеленный на выявление наиболее острых, по мнению жителей города Хабаровска и Хабаровского района, проблем. Для сбора информации использовался поквартирный обход, в ходе которого проводилось очное индивидуальное анкетирование. Для более детального анализа опрос проводился в различных районах города. Всего участвовали жители четырех округов города Хабаровска: Железнодорожного, Южного, Центрального и Северного.

В 2015 г. проводился опрос населения для оценки социального самочувствия.

Помимо количественного сбора социологической информации в 2016 г. на территории города были проведены четыре фокус-группы. В гайде фокус-групп имели место вопросы, связанные с объемом, качеством, ассортиментом необходимых продовольственных товаров на территории города, а также ценовой политикой в отношении них. Участниками каждой фокус-группы были 12 человек – 6 женщин и 6 мужчин. Соблюдалась возрастная пропорция.

Исследуемым индикатором стал показатель удовлетворенности жителей города ассортиментом продовольственных товаров (табл. 1).

Таблица 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы в целом объемом и ассортиментом продовольственных товаров в городе?», %

Вариант ответа	2013		2015	
	человек	%	человек	%
Да	145	25,44	231	29,28
Скорее да	275	48,25	302	38,28
Скорее нет	58	10,18	63	7,98
Нет	52	9,12	115	14,58
Затрудняюсь ответить	40	7,02	78	9,89

Ярко выраженная положительная оценка свидетельствует о том, что на территории города наблюдается широкий ассортимент товаров, полностью удовлетворяющий спрос жителей города. В Хабаровске около 700 организаций занимаются реализацией продовольственных товаров, что для 600 тыс. жителей является достаточным. Однако, как и во многих других вопросах, эти данные не полностью соответствуют действительности. В рамках проведения фокус-групп было выявлено, что некорректно анализировать только количественный показатель ассортимента, если при действующих ценах у жителей города нет возможности приобрести большую часть из этого ассортимента. Несмотря на широкий ассортимент, многие жители города не могут позволить себе покупку всех желаемых товаров, что негативно сказывается на их удовлетворенности данным показателем. Постоянный рост цен заставляет горожан сокращать перечень приобретаемых товаров или вынуждает их тратить большую сумму на покупку тех же товаров. Возможно, по этой причине к 2015 г. на 6 % увеличилось число недовольных ассортиментом товаров.

Низкую оценку получил индикатор удовлетворенности материальным положением. Динамика снижения наблюдается несколько лет подряд. Как уже отмечалось, горожане ощущают падение реальных доходов, что вынуждает или искать дополнительный заработок, или экономить на продовольственной корзине. При наличии всех необходимых товаров крайне низкой представляется их доступность.

Широкий спектр вопросов был связан с продовольственной корзиной хабаровчан. В первую очередь было отмечено, что на рынке города представлен достаточный объем товаров, успешно функционируют огромное количество крупных супермаркетов, которые могут предложить широкий ассортимент товаров. Чаще возникают вопросы о цене и качестве этих товаров. По поводу качества у участников фокус-групп не сложилось единого мнения: каждый описывал конкретные личные примеры, но ни один из примеров не повторился у другого участника. Особо важную роль играл вопрос о ценах на продовольственные товары. Жители выразили свое неудовольствие в отношении цен на товары, производимые местными фабриками: их стоимость совпадает со стоимостью идентичных товаров, ввозимых из других регионов РФ или привезенных из-за границы.

Переходя к вопросу о доступности товаров, все участники отметили, что в связи с ростом цен они или сокращают свою продовольственную корзину, или, если есть возможность, тратят большую сумму на оплату той же корзины, которая сформировалась у них за годы. Для уточнения анализа роста цен был проведен участниками за последние 5 лет.

Важно подчеркнуть, что хабаровчанам многие товары доступны номинально: в магазинах имеется все, что необходимо и что может удовлетворить потребности любого жителя, однако резко возросшие цены и снижение заработных плат сократили реальную возможность покупки этих товаров.

На вопрос о том, какую часть семейного дохода опрошиваемые тратят на оплату продовольственной корзины (согласно тексту постановления губернатора Хабаровского края от 22 мая 2017 г. № 55, сумма прожиточного минимума в Хабаровском крае в 2014 г. составляла 11 136,75 р., в 2015 – 13 417,25 р., в первом полугодии 2016 г. – 13 095 р.), наиболее частым ответом был «более 50 % от общего бюджета семьи». Этот факт подтверждается данными стенограмм фокус-групп. Для сравнения в западных странах на продовольственные товары тратится около 20 % дохода семьи.

Участники отметили, что огромная доля дохода семьи уходит на покупку самых необходимых товаров. Стоит отметить, что у 90 % участников фокус-групп были конкретные примеры для сравнения цен не только в городах Дальнего Востока, но и в западных городах РФ. Среди продовольственных товаров чаще всего упоминали кисломолочную продукцию, мясо и мучные изделия.

Таким образом, анализируя индикатор социального самочувствия – качество и ассортимент продовольственных товаров, необходимо отметить ряд характеристик. По данным социологических опросов и фокус-групп, проведенных на территории города Хабаровска, подтвержден факт широкого ассортимента продовольственных товаров, при этом учитывается ценовая политика предприятий. Отмечено, что вопрос качества поднимался реже, чем вопрос стоимости продовольственных товаров. Как следствие, особое место в обсуждении данного индикатора занял вопрос финансовых затрат на покупку этих товаров. Основной проблемой остается то, что, по оценкам жителей, около 50 % дохода семьи уходит на приобретение продовольственных товаров, в этой ситуации широкий ассортимент товаров становится мнимым.

Ссылки:

1. Roakeach M. *Understanding Human Values*. N. Y., 1979.
2. Русалинова А.А. Уровневый подход в изучении социального самочувствия человека // *Социальное самочувствие населения в современной России*. Ростов н/Д., 2010. С. 177.

References:

- Roakeach, M 1979, *Understanding Human Values*, New York.
Rusalina, AA 2010, 'Level approach in studying the social well-being of a person', *Sotsial'noye samochuvstviye naseleniya v sovremennoy Rossii*, Rostov-on-Don, p. 177, (in Russian).