Оглавление

1. Исследование. Вступление

2. План исследования

3. Анализ данных

4. Основные выводы и рекомендации

Приложение

На сегодняшний день в нашей стране наблюдается большой рост преступности. Каждый день в СМИ можно услышать много информации о кражах, разбоях , нападениях. Конечно же, в такой ситуации хочется сделать свою жизнь максимально безопасной. Хочется ,также, обезопасить и свое имущество.

Нашим исследовательским центром было проведено анкетирование. Задача заключалась в следующем: оценить влияние установки железных дверей и замков на ощущение безопасности людей. **В ходе исследования удалось установить, что люди предпочитают ставить именно железные** **двери, так как за ними они чувствуют себя более безопасно**. Они выбирают двери по двум основным показателям качества: надежность и прочность(62%). Не менее важным для большинства опрашиваемых респондентов оказалось качество замков. Однако, не всем замкам , по итогам опроса, доверяют потребители.

ООО «Ротонда», по мнению большинства опрошенных респондентов(41,2%), является лидером на рынке дверей. Фирма выпускает продукцию высокого качества и удовлетворяет потребителей по всем характеристикам. Качество замков данной фирмы не устраивает потребителей.

Чтобы оставаться лидером на рынке дверей и замков, компании «Ротонда» необходимо доработать и усовершенствовать технологию производства замков.

## 1. Исследование. Вступление

Двери. Общие сведения.

Наружные двери, т.е. двери, ведущие из помещения на улицу, защищают помещения от различных атмосферных воздействий, сами они должны быть защищены от **взлома** и иметь привлекательный внешний вид. Если необходимо обеспечить высокие теплозащитные свойства внутренних помещений, то входные двери теплоизолируют; для повышения звукоизоляционных свойств, применяют засыпку дверного полотна тяжелыми сыпучими материалами, такими как песок или свинцовая дробь.

Квартирные двери, т.е. двери отделяющие помещения квартир от лестничной клетки, должны быть защищены от **взлома**, но обычно к ним предъявляют также тепло - и звукоизоляционные требования.

Ориентировочные цены на различные виды дверей 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды дверей | Min цена ($) | Max цена ($) |
| Двери входные  |   |   |
|  - деревянные | 475 | 1800 |
|  - металлические | 700 | 1900 |
|  - металлопластик | 840 | 3000 |

При выборе двери отдельное внимание уделяется замкам, и наличию обслуживания (гарантии, доставка, установка).

Ориентировочные цены на замки 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды замков | Min цена ($.) | Max цена ($.) |
| Висячие | 7 | 30 |
| Врезные | 16 | 140 |
| Навесной | 18 | 41 |
| Накладной | 24 | 150 |
| Электромеханический | 90 | 380 |

**1** www.stroyinform.ru

**2** www.stroyinform.ru

Наряду с замками существуют дополнительные **противовзломные устройства**, которые затрудняют вскрытие или выбивание дверей.

Дверные цепочки - устанавливают отдельно или в комбинации с врезными или накладными замками.

Стопорные собачки

Дверные глазки - врезают в дверное полотно, они дают возможность увидеть посетителя перед тем, как открыть дверь

Запоры, засовы, щеколды.

Весь рынок дверей можно классифицировать по нескольким признакам: по материалу, по технологии и по виду производства. По виду производства можно подразделить индивидуальные и серийные производства.

По средним расчетам конструкции, произведенные по заказу и индивидуальным меркам, минимум в 2-3 раза дороже аналогичных дверей массового производства со стандартными размерами. Несмотря на значительное увеличение стоимости дверей потребитель, покупающий импортную дверь, предпочитает индивидуальное изготовление, основной причиной чего является различие между европейскими и российскими стандартами.

В настоящее время на рынке появилось большое количество отечественной продукции, которая зачастую, не уступает западным аналогам ни по качеству, ни по цене.

**Информация о жилищном строительстве в городе Санкт - Петербурге 3**

Спрос обеспечивается сохраняющейся остротой жилищной проблемы. Согласно маркетинговым исследованиям, проведенным компанией «Система-Галс Северо-Запад», почти половина петербуржцев (47%) не удовлетворена жилищными условиями: около 16% семей проживают в коммунальных квартирах, 9% населения жилье снимает. Улучшить условия обитания планируют примерно 28% населения (у прочих нет необходимых средств).

При этом 46% намерены обратиться на вторичный рынок, 24% - приобрести готовое жилье в новостройке, 19% - принять участие в долевом строительстве. Наибольшим спросом пользуются многоэтажные кирпичные (38%) и многоэтажные панельные (36%) дома. У потенциальных покупателей уже сложились предпочтения по характеристикам квартир. Например, 3-метровые потолки теперь не конкурентное преимущество, а норма.

## 2. План исследования

В процессе проведения исследования тщательно подготавливались вопросы для создания анкет. Анкета включала в себя 8 вопросов и носила анонимный характер.

Анкетирование проводилось в различных торговых центрах, универмагах, бизнес-центрах. Было опрошено 1500 человек, разного пола и возраста (в приложении указана только часть матрицы ответов). Выборка нерепрезентативная, высоко влияние фактора субъективности. Итак, результаты исследования верны в пределах данной выборки. В дальнейшем для большей точности результатов можно проводить исследования недетерминированным способом.

**Вопрос 1** составлен таким образом, что респондент, отвечая на него, показывает свое предпочтение к материалу, из которого изготовлена входная дверь.

**Вопрос 2** составлен таким образом, что респондент подтверждает свой ответ на предыдущий вопрос. Если респондент отвечает на второй вопрос так же, как и на первый, то можно говорить о том, что, при установки входной двери, он руководствовался именно своими предпочтениями.

**Вопрос 3,5** и **6** были созданы для того, чтобы установить, пользуется ли спросом продукция фирмы-заказчика исследования, удовлетворяет ли качество продукции данной фирмы потребителей, а также для того, чтобы выявить, существуют ли у фирмы конкуренты.

**Вопрос 4** направлен также на подтверждение проблемы, так как выбор замков имеет огромное влияние на безопасность. Дверные замки должны быть высокого качества.

**Вопрос 7** дает возможность определить, какие качества больше всего ценят потребители во входных дверях. Этот вопрос является одним из самых главных, так как он наиболее полно отражает суть проблемы.

**Вопрос 8 –** это главный вопрос анкеты. Он оценивает влияние установки входных железных дверей на ощущение безопасности людей.

## 3. Анализ данных

Для того, чтобы проанализировать поставленную проблему, был организован опрос. Анкетирование проводилось в различных торговых центрах, универмагах, бизнес-центрах. Было опрошено 1500 человек, разного пола и возраста (в приложении указана только часть матрицы ответов). Анкета включала в себя 8 вопросов и носила анонимный характер.

В ходе исследования были обработаны все ответы. Ниже представлены результаты:

**Таблица 1. Распределение ответов на первый вопрос**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Деревянные | Металлические | Металлопластиковые |
| Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| 180 | 12,0 | 900 | 60,0 | 420 | 28,0 |

**Рис. 1. Диаграмма распределения на первый вопрос**

По результатам видно, что большинство опрошенных респондентов предпочитают именно металлические двери.(60 %)Гораздо меньше людей, предпочитающих металлопластиковые двери(28%).Скорее всего, это связанно с высокой стоимость данного вида дверей. И, наконец, всего лишь 12% опрашиваемых отдали свое предпочтение деревянным дверям.

**Таблица 2. Распределение ответов на второй вопрос**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Деревянные | Металлические | Металлопластиковые |
| Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| 101 | 6,7 | 1134 | 75,6 | 265 | 17,7 |

**Рис. 2. Диаграмма распределения на второй вопрос**

По ответам на второй вопрос, можно сделать вывод, что практически у всех респондентов в домах стоят металлические двери(75,6%) Это не случайно, ведь металлические двери намного прочнее и безопасней, нежели деревянные. Металлопластиковые двери не пользуются спросом в силу того, что они не так давно пришли на наш рынок, и, скорей всего, не вызывают доверия у людей.

**Таблица 3. Распределение ответов на третий вопрос**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| «Стройимпекс» | «Ротонда» | «Альянс» | «Виадук» | другое |
| Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| 391 | 26,0 | 618 | 41,2 | 112 | 7,5 | 280 | 18,7 | 99 | 6,6 |

**Рис. 3. Диаграмма распределения на третий вопрос**

Таким образом, большая часть респондентов (41,2%) приобретают двери фирмы «Ротонда». Это означает, что потребителей устраивает качество выпускаемой продукции данной фирмы. На втором месте по популярности находится фирма «Стройимпекс»(26%)Можно сказать, что она является основным конкурентом фирмы «Ротонда». Все остальные фирмы не пользуются сильной популярностью у потребителей.

**Таблица 4. Распределение ответов на четвертый вопрос**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Врезной | Накладной | Навесной | Электромеханический |
| Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| 590 | 39,3 | 600 | 40,0 | 0 | 0,0 | 310 | 20,7 |

**Рис. 4. Диаграмма распределения на четвертый вопрос**

В данном случае, можно сказать, что большинство опрашиваемых респондентов предпочитают накладные(40%) и врезные замки(39,3%).Это классический, наиболее распространенный и, чаще всего встречающийся на прилавках магазинов, вид дверных замков. Электромеханические замки имеют неплохие показатели(20,7), хотя реже используются потребителями. Однако, они являются одними из наиболее надежных по своим показателям. А вот навесные замки вообще не пользуются спросом.

**Таблица 5. Распределение ответов на пятый вопрос**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| «Сiza» | «Abloy» | «Титан» | «Ротонда» | другое |
| Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| 270 | 18,0 | 463 | 30,9 | 105 | 7,0 | 475 | 31,6 | 187 | 12,5 |

**Рис. 5. Диаграмма распределения на пятый вопрос**

Так же, как и в вопросе 3,потребители отдают предпочтение фирме «Ротонда». Больше всего опрошенные респонденты покупают замки именно этой фирмы. (31,6%) Всего лишь с отрывом в несколько десятых отстает фирма «Abloy» .Замками этой фирмы пользуются 30,9% опрошенных. Компании «Ротонда» необходимо обратить внимание на данный факт, возможно, улучшить технологии, так как у них существует сильный конкурент в этом направлении.

**Таблица 6. Распределение ответов на шестой вопрос**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Да | Нет | Затрудняюсь ответить |
| Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| 430 | 28,7 | 600 | 40,0 | 470 | 31,3 |

**Рис. 6. Диаграмма распределения на шестой вопрос**

Большинство опрошенных респондентов ответили, что их не удовлетворяет качество замков фирмы «Ротонда». Это, безусловно, влияет на ощущение безопасности людей. Компании необходимо принимать меры по улучшению качества замков.

**Таблица 7. Распределение ответов на седьмой вопрос**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Надежность | Цена | Дизайн | Прочность |
| Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| 615 | 41,0 |  295 | 19,7 | 201 | 13,4 | 389 | 25,9 |

**Рис. 7. Диаграмма распределения на седьмой вопрос**

По итогам данного вопроса, можно сказать, что при покупке дверей, людей больше всего интересует их надежность(41%) и прочность(25,9).Это говорит о том, что большинства опрошенных респондентов волнует безопасность своего имущества, а также собственная безопасность.

**Таблица 8. Распределение ответов на восьмой вопрос**

|  |  |
| --- | --- |
| Да | Нет |
| Кол-во | % | Кол-во | % |
| 1275 | 85,0 | 225 | 15,0 |

**Рис. 8. Диаграмма распределения на восьмой вопрос**

Последний вопрос показал, что установка железных дверей оказывает огромное влияние на ощущение безопасности людей. Большинство опрошенных респондентов дали положительный ответ(85%).

## 4. Основные выводы и рекомендации

Целью данного исследования было выяснить, оказывает ли влияние установка железных дверей и замков на ощущение безопасности людей.

По итогам проведенного анкетирования можно с уверенностью утверждать, что влияние существует.

Спрос на железные двери высок, так как в настоящее время ,практически во всех районах города ведется строительство новых домов. Люди будут покупать и устанавливать железные двери, чтобы чувствовать себя более защищенными.

Фирме «Ротонда» можно порекомендовать расширить ассортимент и, возможно, модернизировать продукцию. Что касается замков, то порекомендовать можно следующее: фирме необходимо улучшить качество замков. Ведь они оказывают такое же сильное влияние на ощущение безопасности людей. Замки плохого качества сильно портят репутацию фирме «Ротонда». В дальнейшем, это может сказаться на рейтинге фирмы. На данный момент, «Ротонда» занимает лидирующие позиции.

## Приложение

**Анкета.**

Уважаемый респондент!

Цель нашего исследования выявить, как влияет установка входных железных дверей и замков на ощущение безопасности людей. Результаты данного анкетирования помогут компании устранить возможные недостатки, а также установить, достаточный ли уровень безопасности для потребителей обеспечивает продукция компании. Убедительно просим Вас отвечать на все вопросы анкеты. Опрос является анонимным.

Заранее спасибо!

**ООО «Ротонда»**

**1. Из какого материала входные двери Вы предпочитаете?**

1) деревянные

2) металлические

3) металлопластиковые

**2.Из какого материала входная дверь стоит у Вас дома?**

1) деревянные

2) металлические

3) металлопластиковые

**3.Входная дверь какой фирмы стоит у Вас дома?**

1) «Стройимпекс»

2) «Ротонда»

3) «Альянс»

4) «Виадук»

5) другое

**4.Какой замок стоит у Вас на входной двери?**

1) врезной

2) накладной

3) навесной

4) электромеханический

**5.Какой фирмы замок стоит у Вас на входной двери?**

1) «Ciza»

2) «Abloy»

3) «Титан»

4) «Ротонда»

5) другое

**6. Удовлетворяет ли Вас качество замков фирмы «Ротонда»?**

1) да

2) нет

3)затрудняюсь ответить

**7. Какие качества Вы больше всего цените в замках и входных дверях?**

1) надежность

2) цена

3) дизайн

4) прочность

**8. Дает ли Вам ощущение безопасности входная железная дверь?**

1) да

2) нет

***Благодарим Вас за участие в нашем исследовании***!

**Матрица ответов(представлено только 30 из 1500 опрашиваемых)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  вопросреспондент | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |  7 |  8 |
| 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 1 | 3 | 5 | 1 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 1 |
| 5 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 1 |
| 6 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 5 | 2 |
| 7 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 |
| 8 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 2 | 1 | 1 |
| 9 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 |
| 10 | 3 | 3 | 1 | 1 | 4 | 1 | 5 | 2 |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 2 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 1 |
| 13 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 5 | 1 |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 1 |
| 15 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 16 | 1 | 1 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 |
| 17 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 18 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| 19 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| 20 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 |
| 21 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| 22 | 2 | 1 | 3 | 1 | 5 | 3 | 1 | 1 |
| 23 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 |
| 24 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 25 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 |
| 26 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 27 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 1 |
| 28 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 1 |
| 29 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 |
| 30 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 |