

# Полевое исследование в торговом центре.

ВЫПОЛНИЛ: УТАКАЕВ РАШИТХАН ГАДЖИЕВИЧ ГР.212-71

# Цели и место исследования:

- ▶ Цели:
- ▶ Проанализировать один из рынков или ТЦ города и узнать какой контингент людей посещают данные места, также узнать особенности торгового комплекса, при этом используя различные методы полевого исследования.
- ▶ Место исследования: ТЦ «Росич»  
Адрес: ул. Геологическая, 1, Сургут, Ханты-Мансийский автономный округ



# Метод полевого исследования «наблюдение»

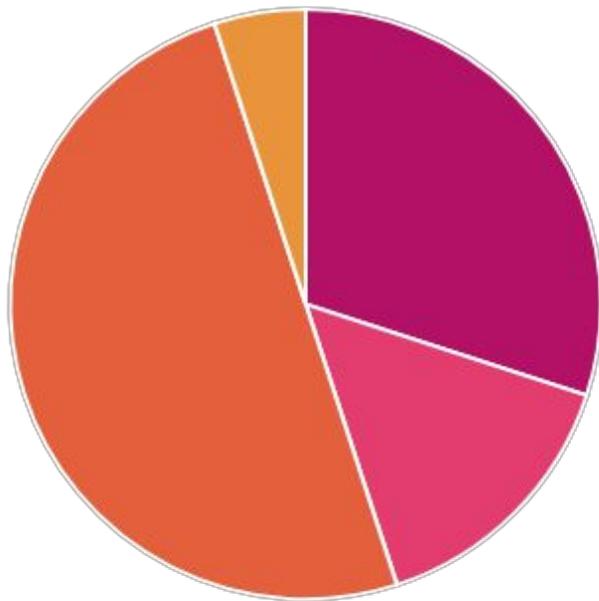


# Метод полевого исследования «наблюдение». Основные места «притяжения» в ТЦ «Росич»



# Метод полевого исследования «наблюдение»

Средняя посещаемость в течении 15 минут



■ KFC ■ Adidas - Дисконт ■ Перекрёсток ■ Прочие магазины и бутики

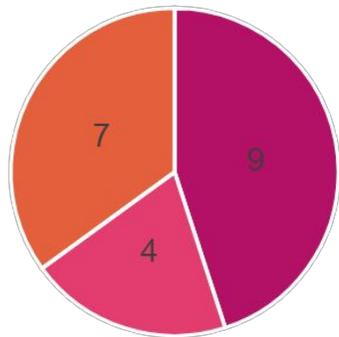


# Метод полевого исследования «Анкетирование»

- ▶ Возраст
- ▶ Национальность
- ▶ Средний достаток

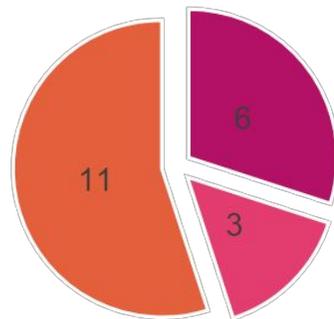
(Выборочный анализ среди 20 людей)

## Возраст



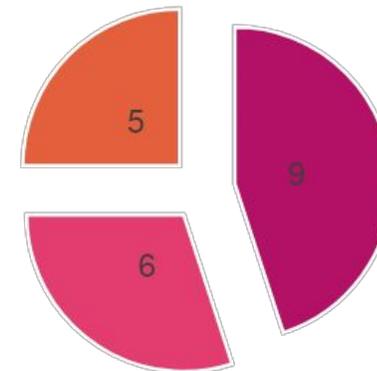
■ До 18 ■ От 18 до 24 ■ От 24 и более

## Национальность



■ Русские ■ Татары ■ Прочие

## Средний достаток



■ до 15.000 ■ от 15.000-30.000 ■ от 30.000 и более

# Реципрокность

- ▶ **Реципрокность** – движение предмета обмена на основах взаимности между субъектами, принадлежащими к симметричным группам. При этом предоставление какого-либо блага не подразумевает обязательного немедленного ответного движения благ, то есть фактически отношения реципрокности означают периодический обмен дарами. Гарантом осуществления сделок являются обычаи. Сигналом обратной связи, свидетельствующим об эффективности реципрокных отношений, может быть, прежде всего, наличие или отсутствие ответных даров, временной отрезок между транзакциями.

# Вывод:

- ▶ В полевом исследовании методами «Наблюдения» и «Анкетирования» были добыты сведения об основных пунктах притяжения людей, основной контингент посетителей, а также их перемещение по ТЦ «Росич». Данное ТЦ посещают люди разных возрастов которые приходят сюда для покупок или же просто провести попусту время.
- ▶ Люди которые посещают это ТЦ в основном из ближайших домов, что из этого следует о средней популярности среди населения города в отличии от того же ТЦ «Аура»

