

Маркетинговое исследование предприятия розничной торговли

Выполнила: студентка 5 курса М.С.
Надольская

Научный руководитель: к.э.н. В.В Лучшева

Цели:

- Разработка стратегии выбора ассортимента товара магазина.



Задачи:

- Изучить приёмы маркетинговых исследований.
- Провести анализ экономического состояния предприятия.
- Провести анализ ассортимента товаров магазина.
- Разработать цели торгового предприятия при выборе стратегии формирования ассортимента магазина.

Методы маркетинговых исследований

- Качественные: фокус – группы, глубинные интервью и анализ протокола.
- Количественные: опросы, панельный метод и аудит розничной торговли.
- Смешанные: Mystery Shopping, Hall – test, Home – test.

Принципы маркетинговых исследований

- Системность;
- Комплексность;
- Объективность;
- Экономичность;
- Регулярность;
- Оперативность;
- Точность;
- Тщательность.

Рынок мебели – рынок покупателя

Рынок покупателя – тип рынка, на котором спрос на товар ниже его предложения.

Характерные черты:

1. Отсутствие дефицита;
2. Удовлетворительное качество;
3. Тенденция к снижению цен.

Отдел мебели ООО «Автограф»



□ Торговая площадь: **260,43м².**

Число работников: **4.**

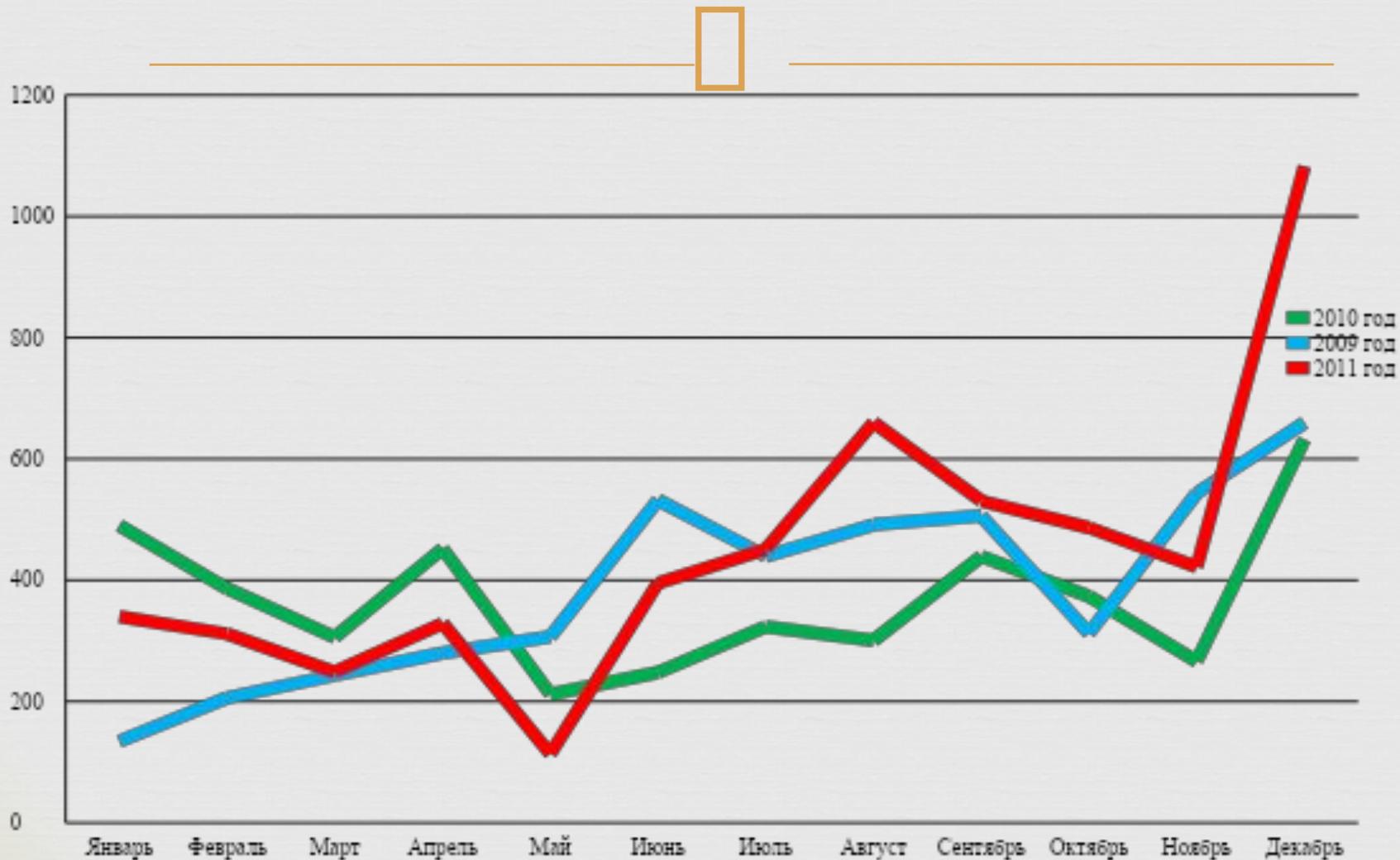
Годовой объём заработной платы: **227,6
тыс. руб.**

Годовой оборот: **5 271,75 тыс. руб.**

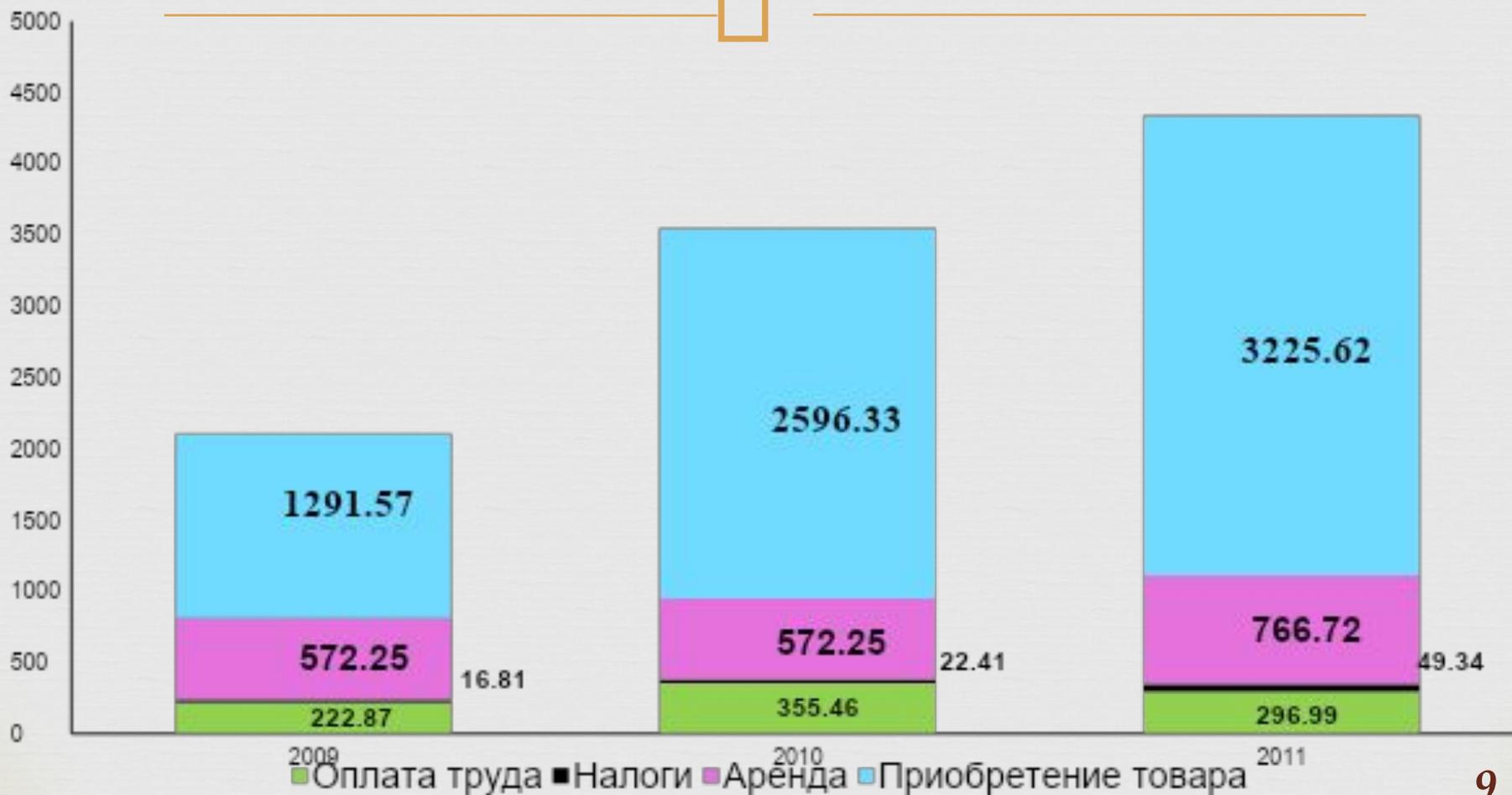
Расчёт затрат на оплату труда за 2011 год

№	Должность работника	З/п, тыс. руб.	Начисления , тыс. руб.
1	Директор	36	11,48
2	Бухгалтер	32	9,66
3	Продавец	81,6	24,64
4	Водитель	78	23,6
	ИТОГО	227,6	69,38

Динамика выручки от продажи мебели, тыс. руб.



Структура затрат мебельного отдела, тыс. руб.



Товарные группы ассортимента

- Корпусная мебель;
- Офисная мебель;
- Металлические шкафы и сейфы;
- Стулья и кресла;
- Компьютерные столы.

ABC – анализ



Заключается в распределении товаров по трём группам в зависимости от привлекательности.

- Группа А – товары, приносящие 50% прибыли.
- Группа В – товары, приносящие 30% прибыли.
- Группа С – товары, приносящие 20% прибыли.

Результаты ABC - анализа

№	Наименование	Сумма прибыли, тыс. руб.	Доля к итогу, %	Группы
1	Кухни	47,61	50	A
2	Компьютерные столы и другие товары	28,29	30	B
3	Сейфы и другие товары	18,85	20	C
	ИТОГО	94,75	100	

XYZ - анализ



Показывает, насколько устойчив спрос на тот или иной товар.

- Группа X – товары, которые характеризуются стабильной величиной спроса.
- Группа Y – товары, характеризующиеся средним уровнем спроса.
- Группа Z – товары, пользующиеся низким спросом.

Результаты XYZ - анализа

№	Наименование	Количество проданных единиц товара	Группа
1	Стулья, кухни, компьютерные столы, шкафы	241	X
2	Металлические шкафы, сейфы, и другие товары.	55	Y
3	Кровати, аптечки, шкафы для ключей, кресла, комоды, почтовые ящики.	13	Z
	ИТОГО	309	

Конкурирующие предприятия

- «МебельАР»
- «Торговый центр на Кошелёвке»
- «Народная мебель»
- «Эталон»
- «Диванчик»
- «Новая мебель»

Выводы



- Наиболее прибыльным для магазина товаром являются кухни.
- Большим спросом пользуются такие товары, как: стулья, кухни, компьютерные столы, шкафы.
- Строительство жилых домов в нашем городе продолжается, так же жители делают ремонт, меняют мебель. То есть мебель пользуется и будет пользоваться спросом, а значит её выгодно продавать.