

**ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА  
ПОВЫШЕНИЕ СПРОСА ПИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ**

*Кокорева Наталья*

*Платковская Анна*

# Аннотация

В данном исследовании рассматриваются факторы, повышающие спрос на пивную продукцию, на которых основывается потребитель при выборе магазина, анализа процесса продаж. В ходе работы были собраны и проанализированы данные, которые влияют на работу определенной компании. Были использованы методы исследования: анкетирование, сравнение, наблюдение, эксперимент, интервью.

# Введение

**Область исследования:** повышение спроса на товары магазина с пивной продукцией.

**Объект исследования:** «Beerhouse».

**Цель исследования:** анализ деятельности компании для определения факторов, влияющих на повышение спроса.

# Введение

## Задачи исследования:

- провести анкетирование для сбора необходимой информации;
- проанализировать данные и выявить факторы, повышающие спрос на товар;
- проведение интервью с сотрудником «Beerhouse» для выявления преимуществ данного заведения перед остальными;
- сравнение магазина «Beerhouse» с его конкурентами.

# Методология исследования

В исследовании использовались данные методы:

1. **Наблюдение.** Проводилось в магазине «Beerhouse» по адресу: ул. 70 лет Октября, 13/3 в течение трех дней в разное время, длительность - 3 часа каждый день, участвовало 66 покупателей.
2. **Интервью.** Проводилось с продавцом магазина «Beerhouse» Ксенией по адресу: ул. 70 лет Октября, 13/3. Опыт работы продавца 5 лет, возраст 26 лет.
3. **Эксперимент.** Проводился в магазине «Beerhouse» по адресу: ул. 70 лет Октября, 13/3, участвовало около 100 человек, длительность – 24 часа

# Результаты исследования

## Этап 1. Наблюдение за магазином «Beerhouse».

Следили за скоростью обслуживания, поведением продавцов на момент сбора заказа и умением работников повышать средний чек магазина. Даты и время: 25.09 (пятница) с 17-00 до 20-00, 26.09 (суббота) с 13-00 до 16-00, 28.09 (понедельник) с 10-00 до 13-00. На основе наблюдения, мы выделили плюсы и минусы работы компании «Beerhouse».

**Вывод:** большее количество покупателей в вечернее время в выходные и предвыходные дни, качество обслуживание достойное, оно способствует увеличению среднего чека, объему продаж, сотрудники умеют продавать дополнительные товары.

Плюсы	Минусы
Скорость обслуживания	Выкладка товара
Качественное обучение сотрудников	
Достаточно большой поток клиентов	

Таблица 1 – Характеристика работы компании «Beerhouse»

## Этап 2. Интервью с сотрудником компании «Beerhouse».

В результате интервью удалось выявить факторы, влияющие на спрос продукции компании «Beerhouse».



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на спрос компании «Beerhouse»

**Вывод:** у филиала по адресу 70 лет Октября 13/3 хорошее месторасположение в спальном районе, также у филиала отсутствуют конкуренты. Дополнительные товары (кальяны, шапки для бани и др.) не пользуются большим спросом. Акционные товары покупают не так часто, покупателям не важно есть ли акция на данный товар, они берут то, что они хотят. И летом спрос на алкогольную разливную продукцию увеличивается, в отличие от зимы.

### Этап 3. Эксперимент.

Мы решили проверить влияет ли выкладка ассортимента на увеличение объема продаж.

1. Шоколадки, конфеты и прочие сладкие товары были переложены на полки, которые находятся на уровне глаз детей, таким образом, абсолютно все дети замечали эти товары. Спрос на сладкие товары увеличился на 100%.
2. Изменили выкладку товаров в холодильнике с алкогольными напитками. На верхние полки поставили дорогое пиво, ниже со средней ценой и вниз самое дешевое, таким образом большинство людей стали покупать товары с высокой и средней ценой, потому что они были на уровне глаз. Выручка увеличилась на 35%.
3. С полок с чипсами и сухариками убрали несколько пачек, для создания эффекта пустых полок. Данный эффект связан с тем, что людям психологически легче принять решение о покупке товара, который ранее приобрели другие посетители. Ведь если продукт отсутствует на полке, значит, его уже кто-то взял. Продажи увеличились на 40%.

**Вывод:** эксперимент удался, сотрудники оставили выкладку, предложенную нами. Правильное расположение товаров, повышает спрос на данные продукты.



# Дискуссия

Основываясь на данных, которые мы получили в ходе исследования можно сказать, что определение факторов, влияющих на повышение спроса, поможет сотрудникам компании в дальнейшем развивать эти сферы. Наши результаты относятся только к определенному филиалу компании «Beerhouse», для других факторы могут отличаться.

Результаты, полученные в ходе исследования, также отражены в работе Рязанцева Э.В. [3, с.145] и Алексейчева Е.Ю [5, с.11]. Если сравнивать наши данные с неценовыми факторами спроса, то можно сказать, что мы выявили еще один фактор, влияющий на спрос компании «Beerhouse», как атмосфера в магазине. Клиенты могут возвращаться в магазин из-за того, что им нравится дизайн помещения, музыка, одежда сотрудников.

# Выводы

Каждый покупатель преследует свои интересы и старается найти магазин, который в полной мере будет отвечать его стандартам. Задача компаний удовлетворить потребность клиентов и увеличить собственную прибыль. Для этого нужно выделить факторы, влияющие на повышение спроса. Что мы и сделали в своем исследовании.

В процессе исследования были проведены наблюдение, интервью, эксперимент. В результате можно выделить ряд факторов, которые повышают спрос в магазине «Beerhouse», а именно:

1. Высокая скорость обслуживания.
2. Удачное месторасположение.
3. Постоянные акции и скидки для клиентов.
4. Правильная выкладка товара.
5. Продажи сопутствующих товаров.
6. Располагающая атмосфера в магазине.
7. Сезонность.
8. Отсутствие конкурентов.

Результаты нашего исследования в будущем помогут компании получить больше прибыли, так как она уже знает зоны своего развития.

# Список литературы:

1. Иванова О.Е., Лешенок М.Н. Оценка влияния внешних факторов на объем продаж хлебобулочной продукции // Вестник евразийской науки. 2018. №4. С.1-12.
2. Булатова А.А. Анализ методик прогнозирования объема продаж по результатам реализации рекламной кампании в структуре предпринимательства // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2010. №2. С.27-30.
3. Рязанцев Э.В. Стимулирование продаж как составляющая маркетинга коммерческой организации // Вестник АГАУ. 2012. №8. С.143-146.
4. Михалицын А. В., Шабанов М. Ю. Прогнозирование объема продаж лизинговых компаний на рынке грузовых автотранспортных средств Приволжского федерального округа РФ // Russian Journal of Economics and Law. 2009. №3 (11). С. 60-65.
5. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д., Оганесянц А.Л., Саркисов Г.И. Современные тенденции развития рынка пива в Российской Федерации // Пиво и напитки. 2012. №3. С.10-12.



Спасибо за внимание!