

Маркетинг как инструмент повышения работы организации.

Выполнила : Сидорина Александра. Группа 3-Кт-1

Научный руководитель: Волгушева Наталья Геннадьевна

Цель, задачи

Целью дипломной работы является изучение технологии и этапы маркетинговых исследований на примере конкретного предприятия.

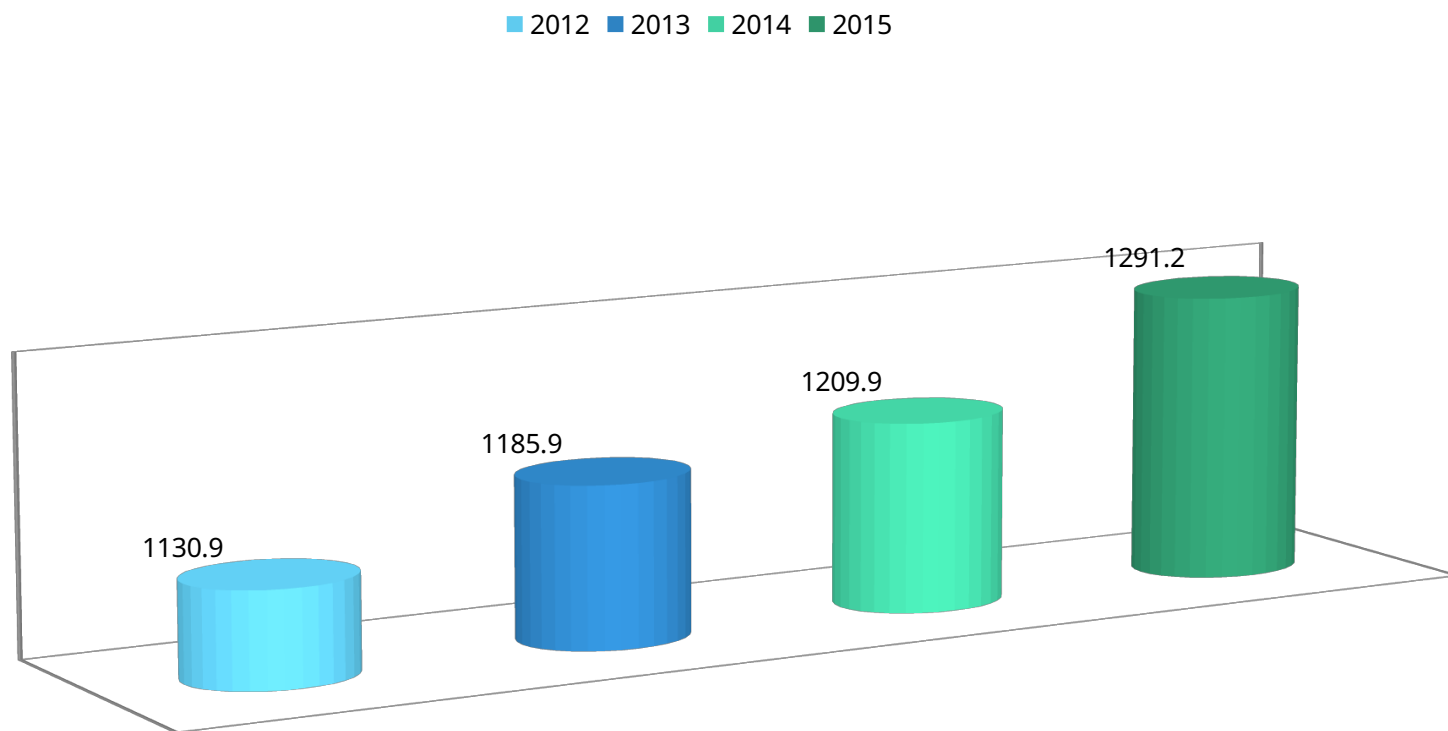
Для достижения данной цели были поставлены задачи:

- Проанализировать сущность маркетингового исследования и маркетинговой информации в зависимости от метода сбора информации
- Провести маркетинговое исследование для выявления покупательских предпочтений в некоторых сегментах рынка мучных кондитерских изделий, и разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговых исследований.

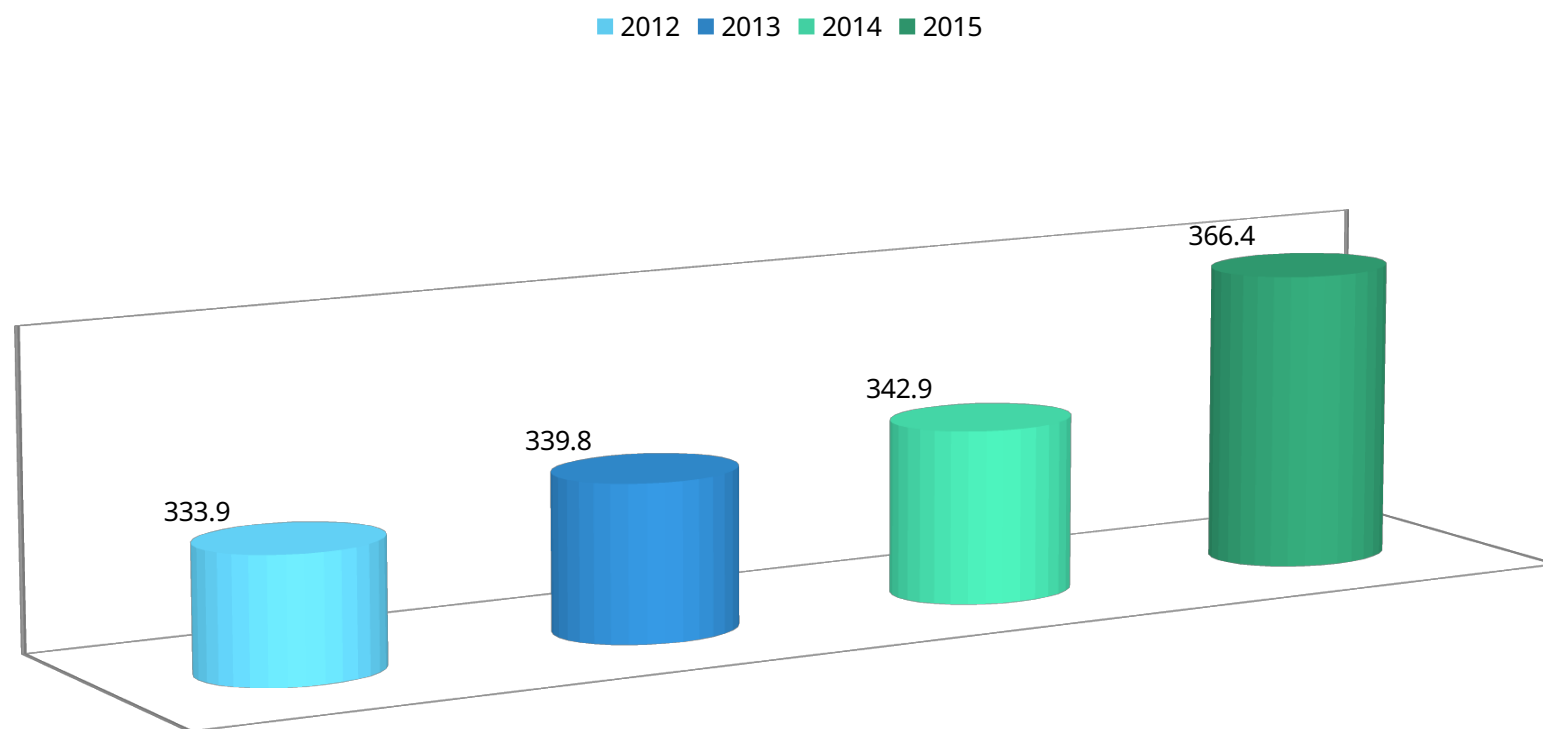
Характеристика ЗАО «ТД «Перекресток» Карусель Гипермаркет «Парк Хаус»

- «Карусель» - одна из крупнейших сетей гипермаркетов, действующих в настоящее время на рынке России. Гипермаркеты «Карусель» предлагают покупателям сделать покупки в одном месте на выгодных условиях.
- В гипермаркетах «Карусель» можно купить по самым доступным ценам практически все, что нужно каждому члену семьи: продукты, бытовую химию, детские товары, корма для животных, бытовую технику и многое другое
- Ежедневно оптимизируются товарные предложения в категориях fresh и non-food.
- С целью развития бренда проводятся эффективные маркетинговые поддержки во всех ключевых каналах коммуникации.

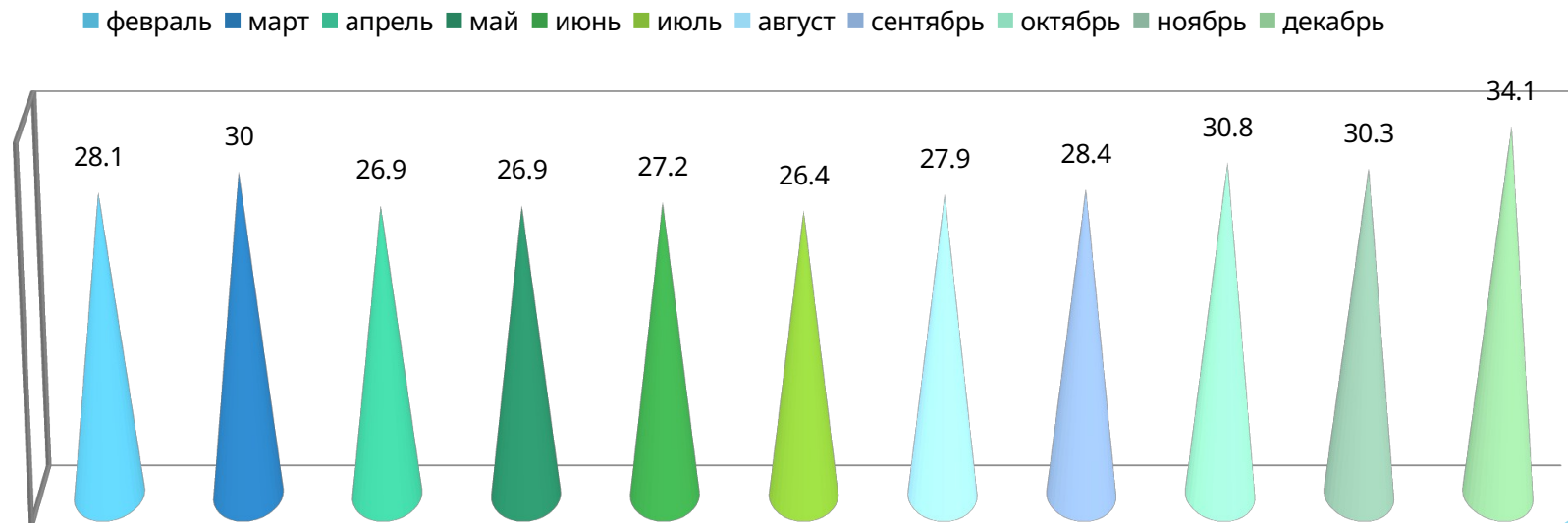
Объем производства мучных кондитерских изделий длительного хранения (тыс. тонн.)



Объем производства мучных кондитерских изделий недлительного хранения



Динамика объема Российского производства мучных кондитерских изделий недлительного хранения по месяцам 2015года



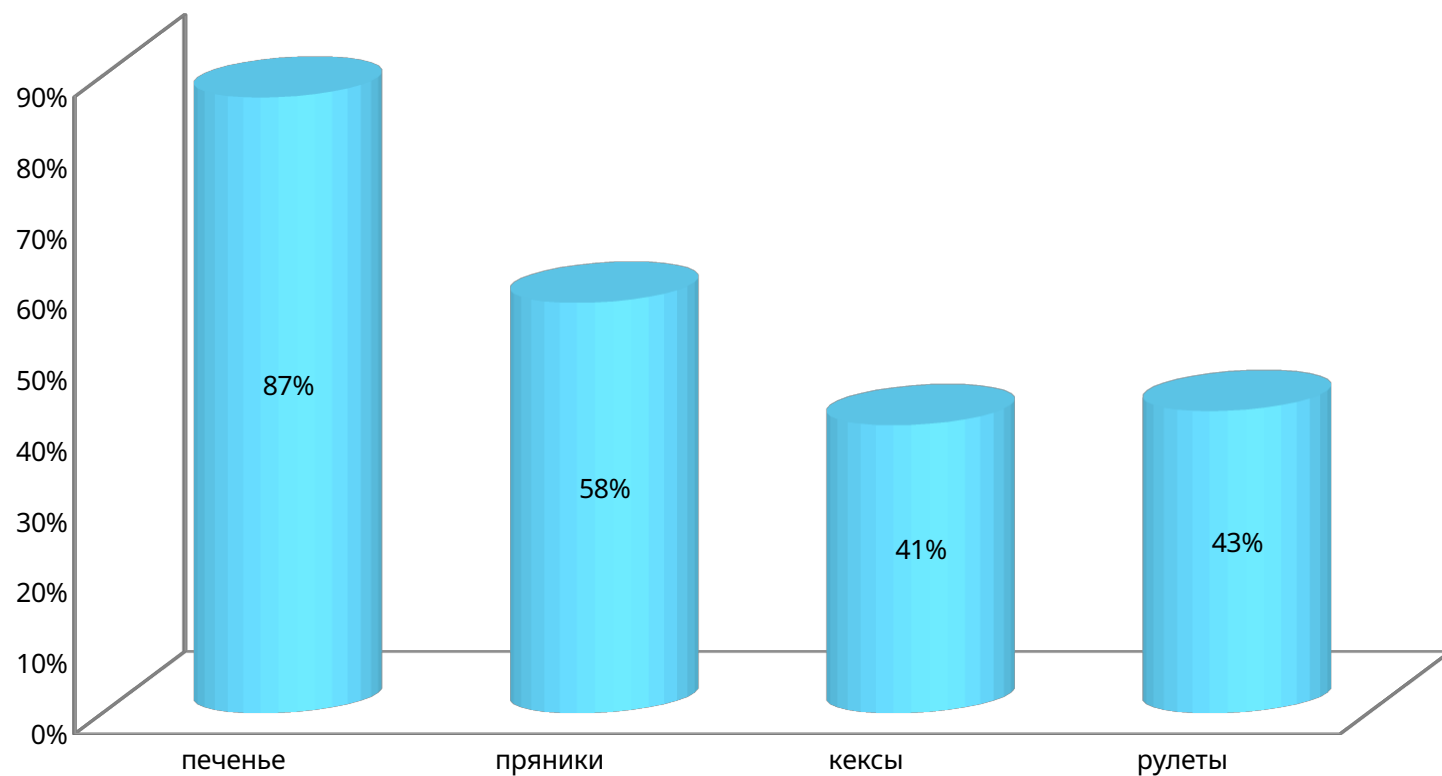
Полевое маркетинговое исследование ЗАО «ТД «Перекресток» Карусель Гипермаркет «Парк Хаус»

Цель исследования: изучение покупательского поведения, выявление потребительских представлений и предпочтений в отношении мучных кондитерских изделий: печенья, пряников, кексов, рулетов и тортов

Задачи исследования:

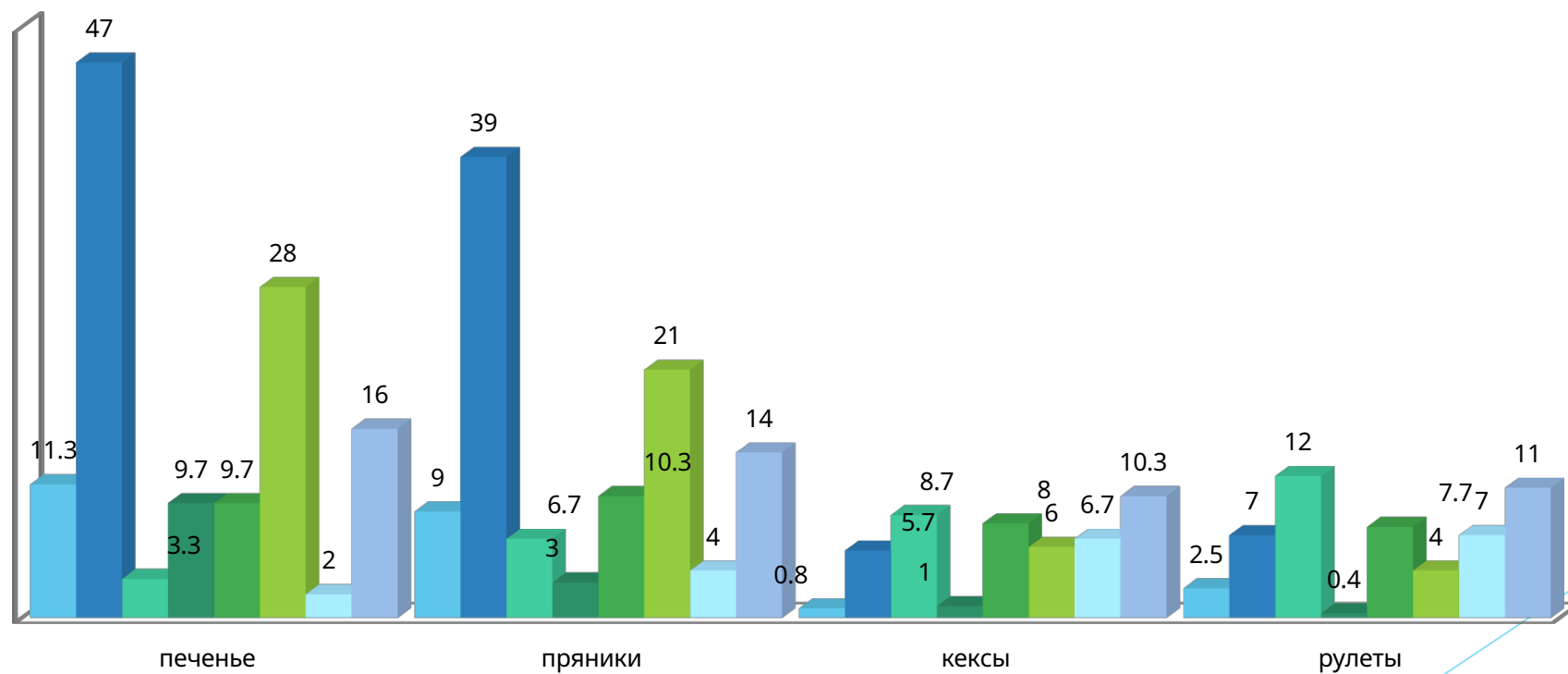
1. Определить популярность того или иного мучного кондитерского изделия;
2. Определить частоту покупки кондитерских изделий;
3. Установить места покупок кондитерских изделий;
4. Установить критерии выбора различных кондитерских изделий;
5. Установить наиболее потребляемые виды тортов;
6. Определить степень удовлетворенности потребительского спроса на различные мучные кондитерские изделия, а также основные потребительские характеристики различных групп кондитерских продуктов.

Предпочтения у горожан отдельных групп мучных кондитерских изделий

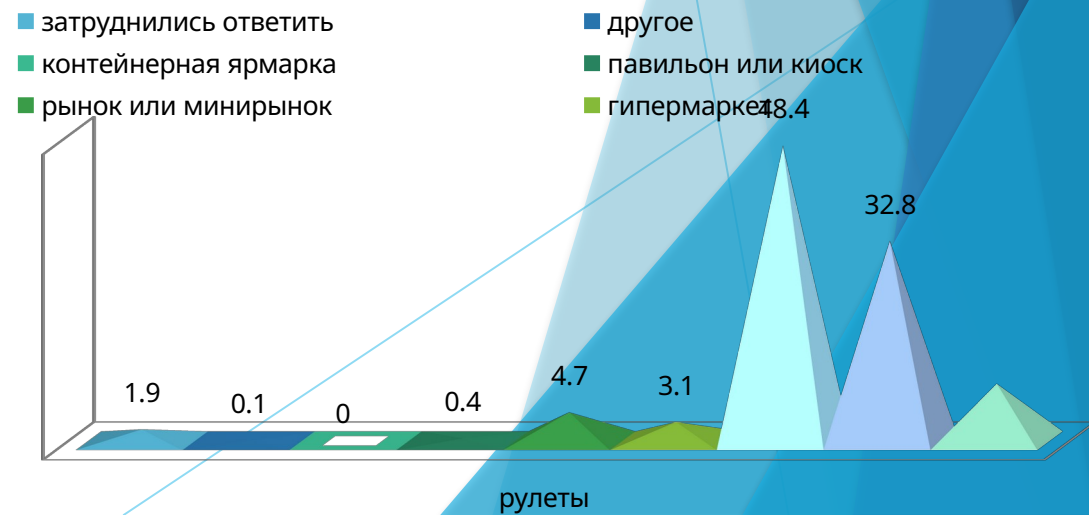
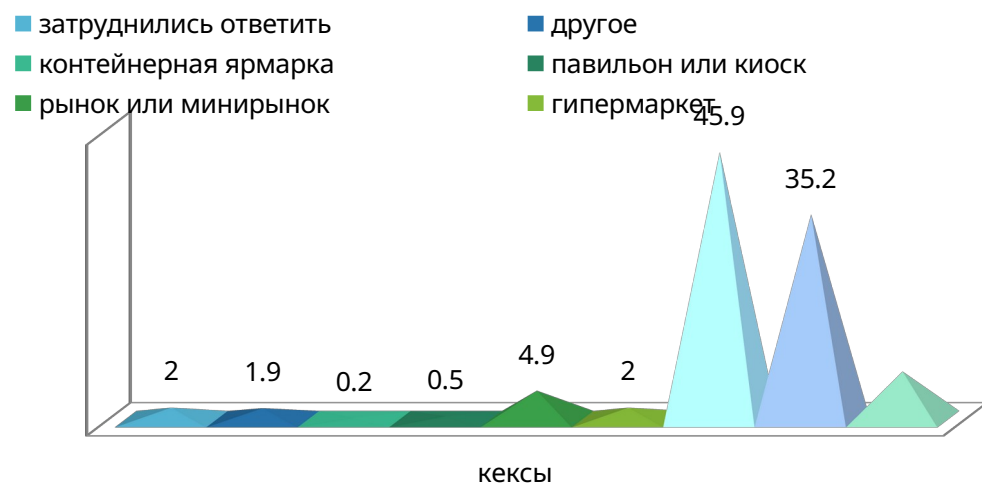
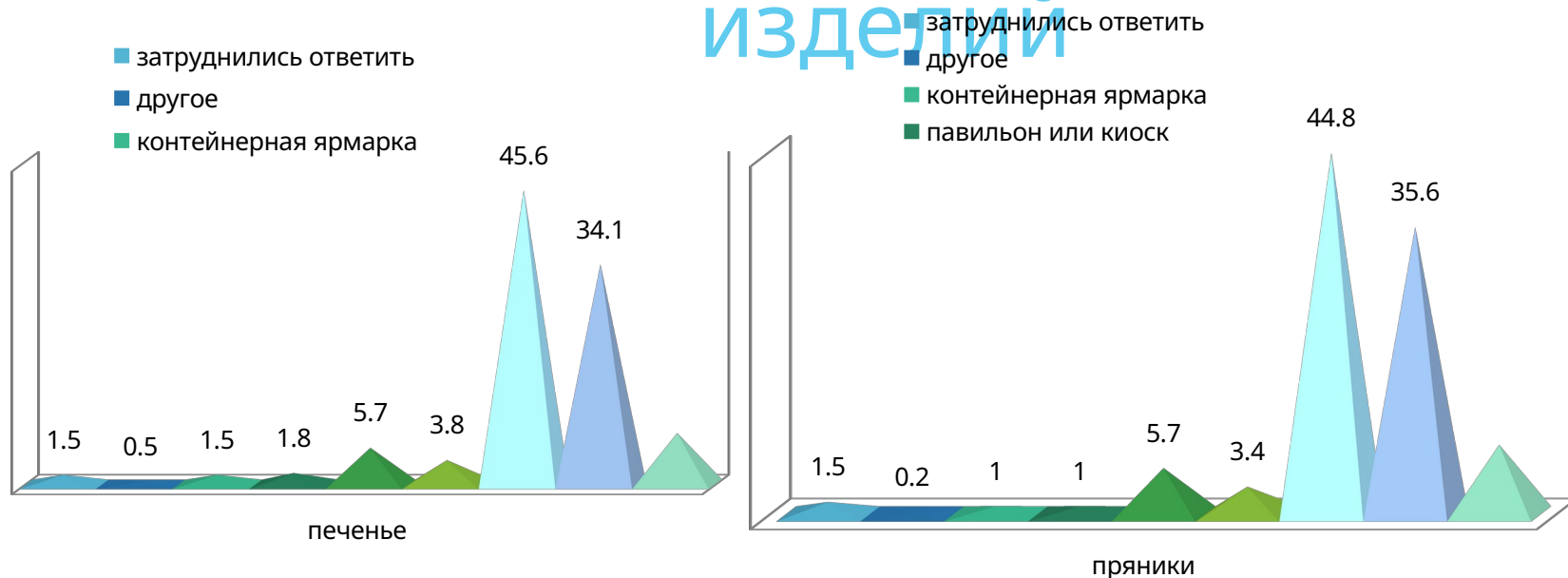


Частота покупки кондитерских изделий (%)

■ каждый день ■ раз в неделю ■ реже 1 раза в месяц ■ 4-6 раз в неделю ■ 2-3 раза в месяц ■ 2-3 раза в неделю
■ никогда ■ 1 раз в месяц



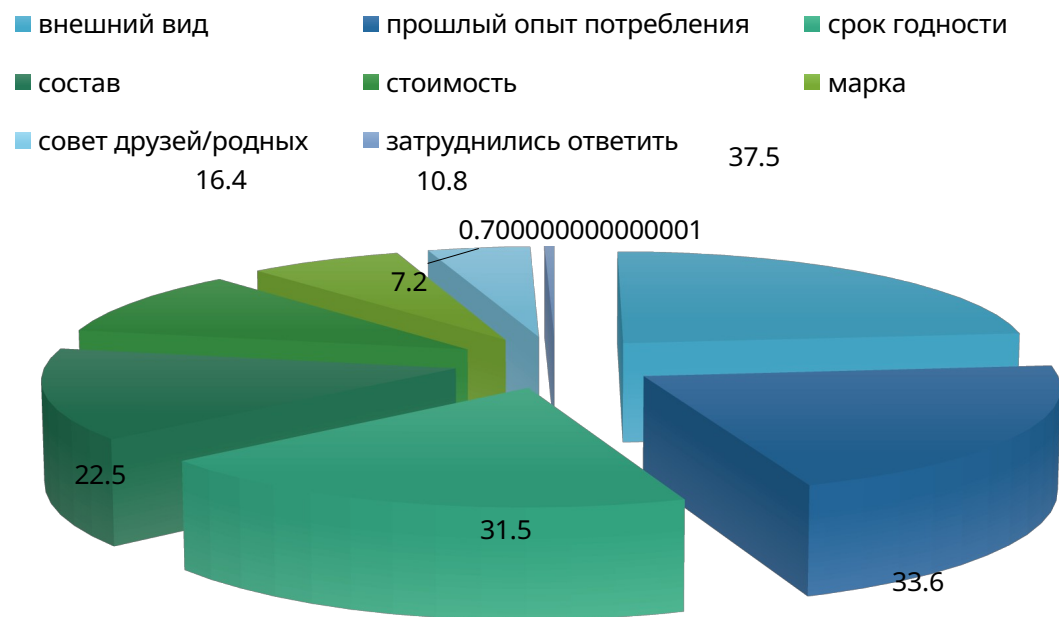
Предпочтения респондентов по местам покупки кондитерских изделий



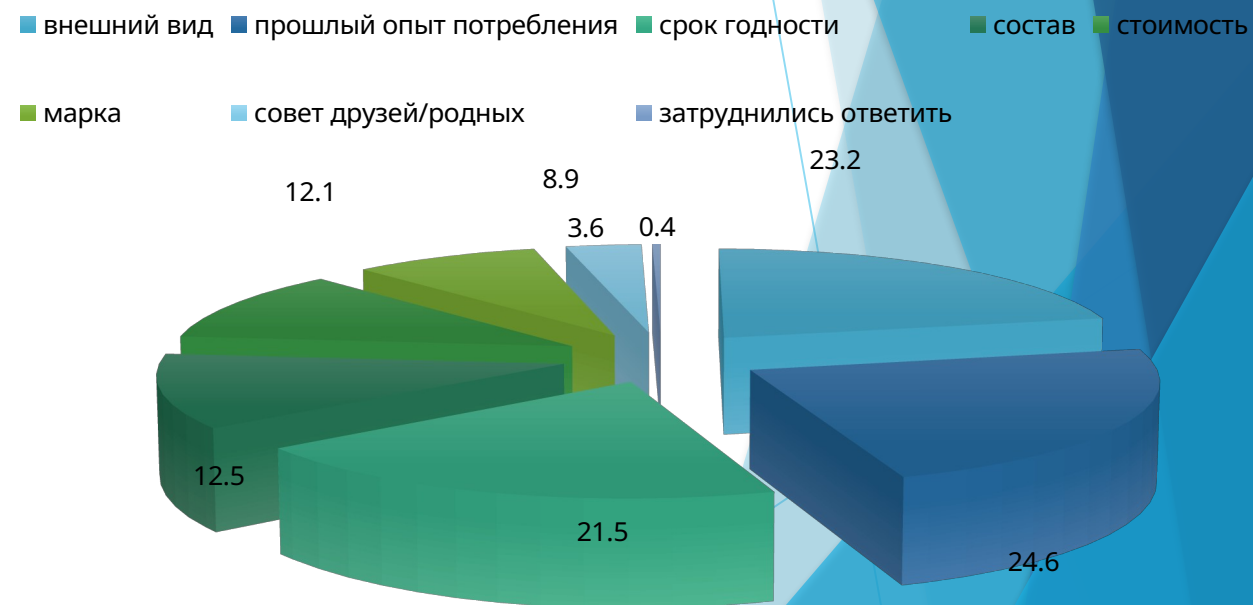
Результаты степени удовлетворенности покупателей

№ п/ п	Название критерия	Важность критерия для покупателя (чел)	Оценка степени удовлетворенности по пятибалльной шкале
1	Ассортимент мучных кондитерских изделий	36	4,7
2	Уровень цен на мучные кондитерские изделия	35	2,1
3	Санитарное состояние торгового зала	30	3,8
4	Квалификация персонала	26	4
5	Длина очередей	23	4,9

Исследования выбора клиентами различных кондитерских изделий

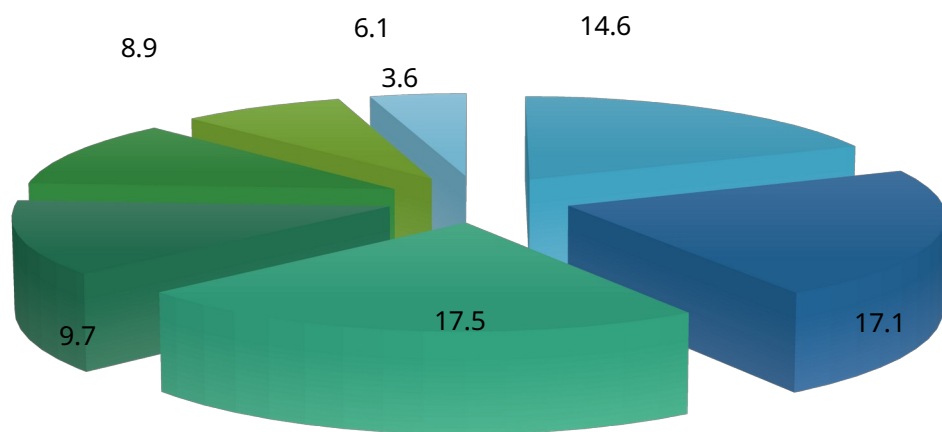
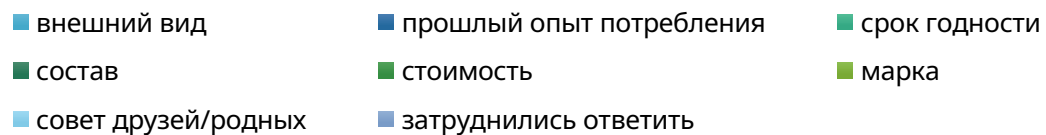


Критерии выбора покупателями печенья (%)

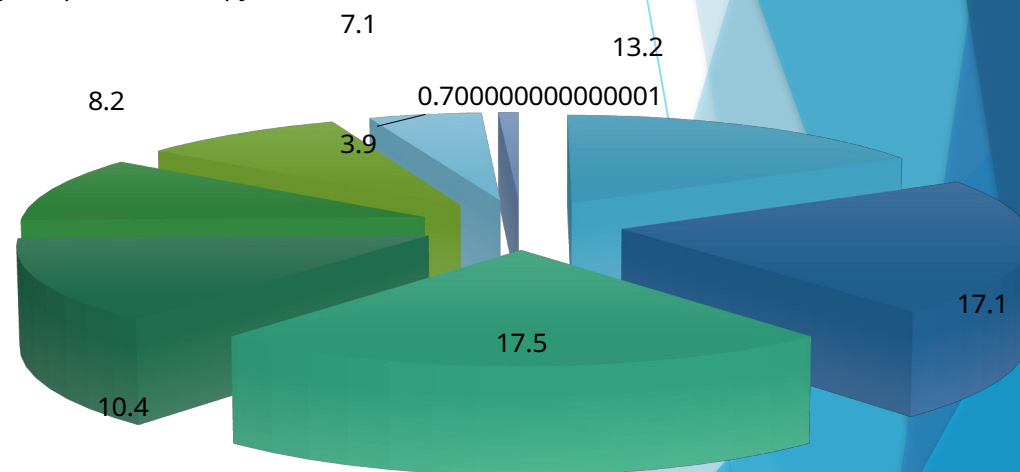
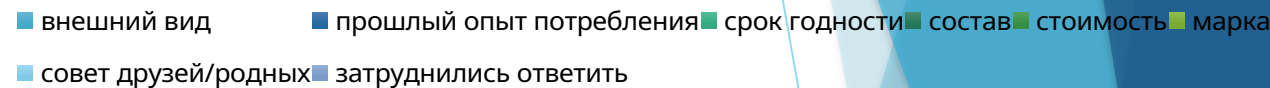


Критерии выбора покупателями пряников (%)

Исследования выбора клиентами кексов и рулетов



**Критерии выбора покупателями
кексов (%)**



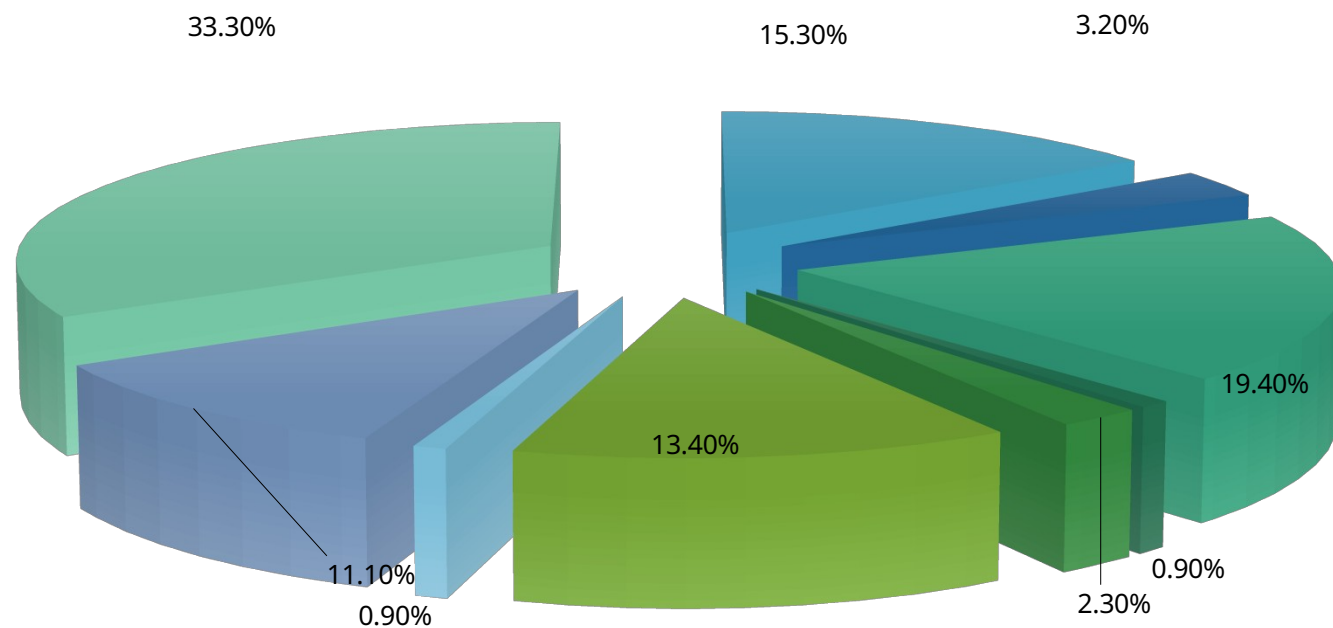
**Критерии выбора покупателями ру-
летов (%)**

Критерии выбора различных кондитерских изделий»

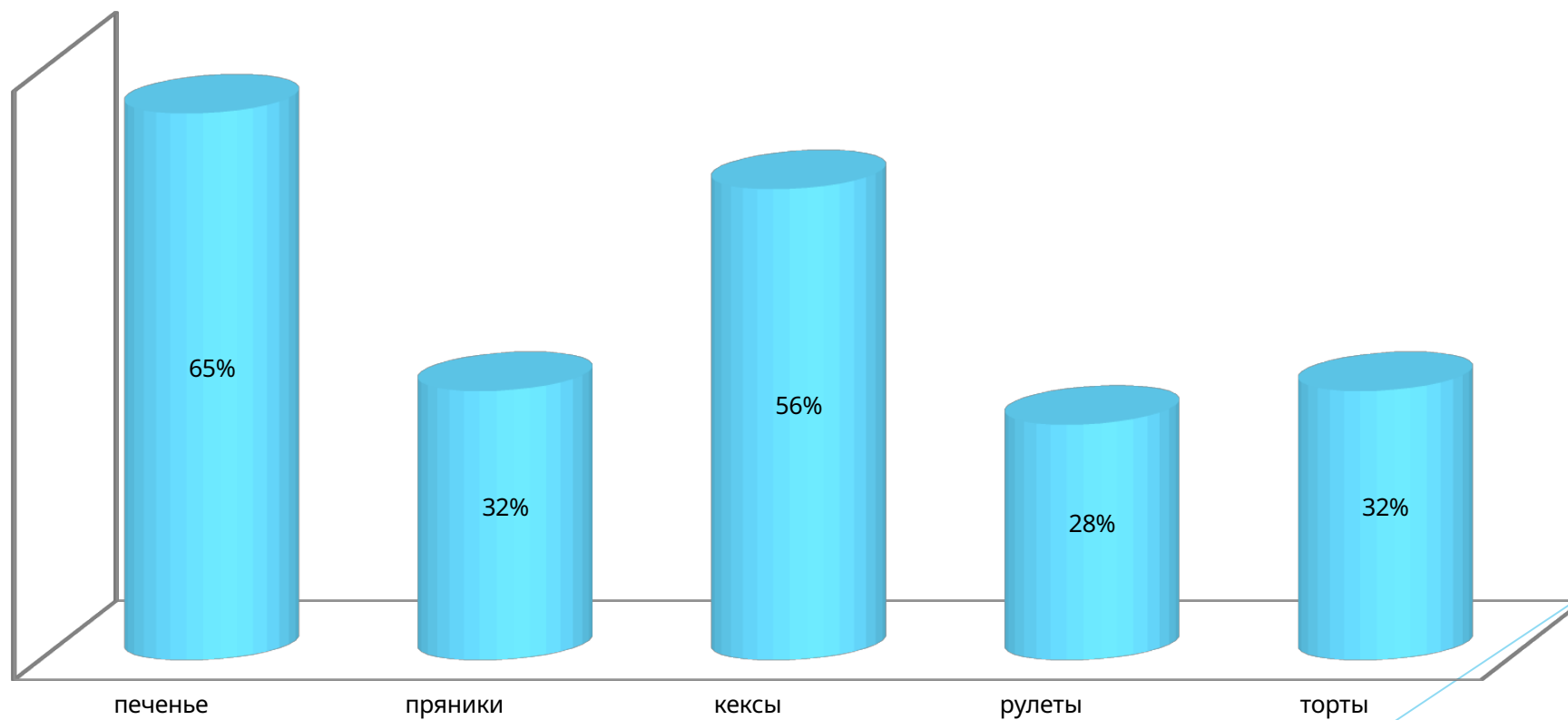
Критерии	Виды кондитерских изделий			
	Печенье (%)	Пряники (%)	Кексы (%)	Рулеты (%)
внешний вид	37,5	23,2	14,6	13,2
прошлый опыт потребления	33,6	24,6	17,1	17,1
срок годности	31,5	21,5	17,5	17,5
состав	22,5	12,5	9,7	10,4
стоимость	16,4	12,1	8,9	8,2
марка	10,8	8,9	6,1	7,1
совет друзей/родных	7,2	3,6	3,6	3,9
затруднились ответить	0,7	0,4	0,0	0,7

Предпочтения покупателей по типу торта

■ йогуртовые ■ безе ■ творожные ■ вафельные ■ песочные ■ медовые ■ другие ■ затруднились ответить ■ бисквитные



Степень удовлетворенности потребителями отдельными группами мучных кондитерских изделий



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!