

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - «....».

Актуальность темы обусловлена тем, что на сегодняшний день, разработка и внедрение обоснованной ассортиментной политики является неотъемлемым фактором в реализации планов маркетинга. Поэтому изучение элементов, оснований и задач этой политики является важной задачей современных ученых.

Слайд 2

Целью работы является формирование рационального и оптимального ассортимента в магазине «Уют» ИП Богданова Н. И.

Для реализации цели был поставлен и решен ряд **задач**.

Объектом исследования является магазин розничной продажи.

Предметом исследования являются ассортиментная политика магазина.

Слайд 3

В ходе работы были рассмотрены теоретические аспекты совершенствования ассортиментной политики предприятия.

Для достижения цели, во второй главе работы производится анализ и характеристика предприятия.

Наименование организации: ИП Богданова Нина Ивановна. Магазин «Уют».

Предприятие относится к индивидуальному предпринимательству, то есть владельцем предприятия является одно лицо, которое осуществляют свою деятельность согласно договору.

Миссия «Уют» - способствует удовлетворению потребностей клиентов, путем продажи качественной бытовой техники, мебели и текстиля в широком ассортименте, учитывая модные тенденции, с целью максимизации прибыли предприятия и обеспечения справедливого отношения к сотрудникам.

В продаже имеется бытовая техника, мебель и текстиль надежных поставщиков г. Москвы и г. Санкт-Петербург, которые подбираются с учетом модных веяний, высоких требований к качеству. Весь ассортимент «Уют» сертифицирован и соответствует требованиям нормативных документов.

Основной ассортимент магазина составляет бытовая техника, данные представлены на слайде.

Слайд 4

В ходе работы была проанализирована удовлетворенность покупателей ассортиментом магазина «Уют». Проведен опрос 100 потребителей, выбранных случайным образом.

В результате проведенного исследования выявлено, что в большинстве случаев совершают покупки женщины (67%) и 33% - мужчины.

На слайде представлен возраст покупателей. В основном магазин пользуется спросом у людей возрастной категории от 41 до 60 лет.

Слайд 5

На рисунке на слайде представлено социальное положение покупателей магазина.

И предпочтения покупателей по видам изделий мебели.

На рисунке видно, что магазин посещают рабочие и пенсионеры.

Мебель для кабинета, не пользуется спросом, больше покупателей интересует мебель для кухни, прихожей и спальни, ведь в нашем поселке также много тех, кто приезжает на дачи и покупает мебель в местных магазинах, чтобы не делать затраты на доставку мебели из города.

Слайд 6

На рисунке показано, какой критерий при выборе мебели является решающим.

Покупатели, при покупке мебели, больше внимания обращают на цену, потом уже на все остальные критерии.

А также на слайде представлены предпочтения покупателей при приобретении бытовой техники.

Больше всего пользуется спросом мелкая бытовая техника, которой пользуются ежедневно, чайники и утюги, так же посетители отметили, что хотят приобрести вентилятор.

Слайд 7

На рисунке видно, какой определяющий фактор является решающим при выборе магазина.

Основной критерий при выборе магазина у покупателей – это удобное расположение, магазин находится в самом центре поселка.

Почти все покупатели пользовались бы доставкой магазина «Уют».

В ходе исследования было выявлено, что ассортимент магазина «Уют», по мнению покупателей оптимальный, всех покупателей устраивают цены магазина, работу продавцов-консультантов оценили, как хорошо (51%) и отлично 49%, также все респонденты ответили, что посоветуют магазин «Уют» своим знакомым.

Слайд 8

Анализ технико-экономических показателей магазина «Уют» представлен в таблице представлен на слайде.

Из таблицы следует, что «Уют» улучшил свои экономические показатели в 2016 году по сравнению с 2015 годом, эффективно используя при этом основные производственные фонды.

Слайд 9

Совмещенный ABC-XYZ-анализ по непродуктивным товарам представлен на слайде.

Результаты анализа показали, что ассортиментная линейка достаточная большая, а стабильность продаж большинства групп товаров - высокая. С целью оптимизации ассортимента необходимо провести ряд мероприятий:

- прекращение поставок и снятие с продажи товаров, не пользующихся спросом (сушильные машины);

Обеспечить бесперебойное поступление в продажу и постоянное наличие пользующихся спросом товаров, таких как стиральные машины и прочие непродуктивные товары, что позволит удовлетворить платежеспособный спрос и увеличить объемы продаж.

Следует отслеживать товары, качество которых не соответствует требованиям покупателей, чтобы затем или снять их с продажи, или заменить, на лучшего качества. Для этого можно проводить опросы покупателей или использовать анкеты.

Проводить рекламные мероприятия по товарным группам таким как сушильные машины, которые пока не пользуются высоким спросом из-за полной информации об их свойствах и особенностях.

Таким образом, формирование оптимальной ассортиментной структуры - это один из наиболее важных инструментов повышения конкурентоспособности «Уют», а также эффективного управления товарными запасами. Это приведет к ускорению оборачиваемости и увеличению финансовых результатов.

Слайд 10

В ходе работы была проанализирована организация маркетинга в магазине «Уют».

Денежные средства, которые выделяются на осуществление рекламы из объема ежегодной прибыли и распределяются непосредственно на покупку печатного рекламного материала. Маркетингового плана в магазине нет.

Слайд 11

Надзор и контроль за выполнением правил пожарной безопасности состоит из следующих мероприятий, представленных на слайде.

Обеспечение пожарной безопасности в организации может быть достигнуто выполнением всех вышеперечисленных мероприятий. Этими мероприятиями должны быть охвачены все функциональные подразделения.

Непосредственное выполнение мероприятий по установлению и поддержанию противопожарного режима, по определению и поддержанию соответствующего противопожарного состояния на конкретных участках возлагается на руководителя функционального подразделения.

Слайд 12

В результате проведенных ABC-анализов (общего по всем товарам магазина и отдельно малкой бытовой техники), можно выделить, что стиральные машинки, утюги и чайники приносят магазину основную прибыль.

По результатам совмещенного анализа ABC – XYZ, можно сделать вывод, что нужно постоянно контролировать такие товары как пледы, подушки и постельное белье, и необходимо следить за тем, чтобы мелкая бытовая техника и стиральные машины всегда были в наличии.

Таким образом, Цель работы - формирование рационального и оптимального ассортимента в магазине «Уют» ИП Богданова Н. И. – **достигнута.**

Спасибо за внимание! Доклад окончен.