

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КАЛУЖСКОЙ
ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ
«ОБНИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИЙ И УСЛУГ»**

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
на тему:**

**«Спрос и методы его изучения в коммерческих структурах на
предприятии ИП Гонин А.И. (магазин «КейСтудио»)»**

Выполнил:

фио

Научный руководитель:

фио

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РАБОТЫ

Цель – анализ методов изучения покупательского спроса.

Задачи:

- 1.рассмотреть сущность понятия спрос и его виды,
- 2.рассмотреть факторы формирования покупательского спроса,
- 3.осуществить анализ существующих методов оценки покупательского спроса,
- 4.провести анализ методов изучения покупательского спроса.

Экономические блага в контексте использования онлайн-ресурсов

Тип классификации	Элементы классификации	Примеры в интернете
Временная	Долговременные	автомобиль, книга, электроприборы, видеофильмы
	Недолговременные	хлеб, мясо, напитки, спички
Заменяемость	Взаимозаменяемые (субституты)	Поезд-самолет-автомобиль Кино-театр-цирк
	Взаимодополняемые (комплементарные)	Стол-стул, автомобиль-бензин Тетрадка-ручка
Темпоральная	Настоящие	Деньги
	Будущие	Проценты от депозита
Прямое воздействие	Прямые (потребительские)	Еда, одежда
	Косвенные (производственные)	Станки для производства, сырье

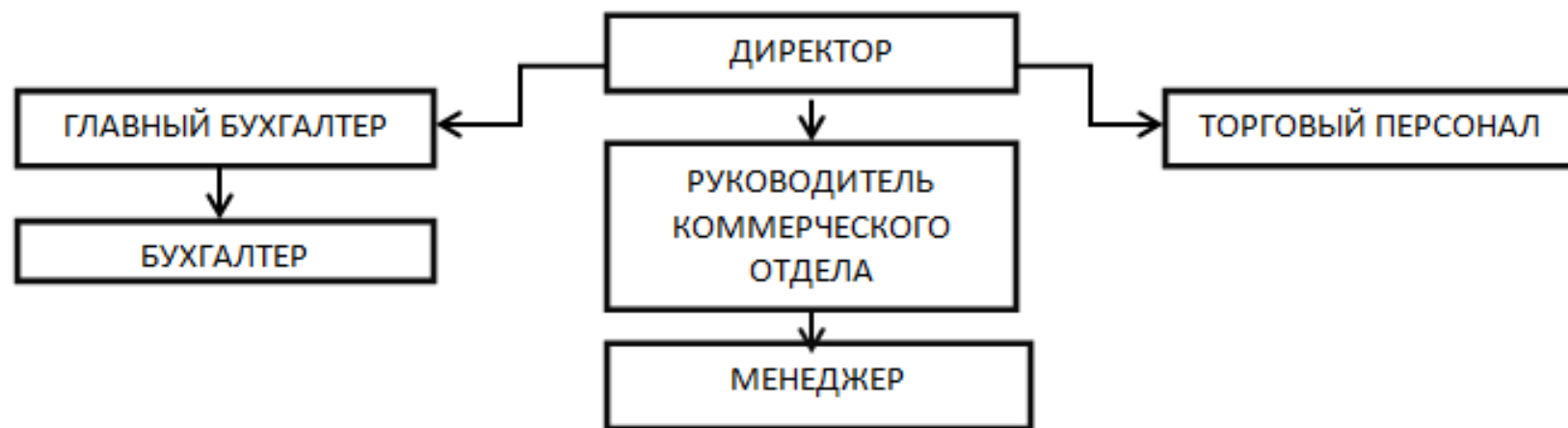
Величина спроса, его структура и динамика формируются под влиянием огромного числа факторов, которые принято объединять в следующие группы:

- 1) предпочтения потребителей;
- 2) численность и состав потребителей на рынке;
- 3) уровень денежных доходов населения и их дифференциация;
- 4) уровень цен на товары, особенно на товары-заменители и товары-дополнители;
- 5) потребительские ожидания относительно возможных изменений доходов и цен на товары;
- 6) прочие факторы: национальные, географические, климатические и др.

Информация о динамике ассортимента и структуры товарооборота

№	Наименование товарных групп	2015г. Предыдущий год		2016г. Отчетный год		Темп роста, %	Отклонения(+,-)	
		тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %		Абсолютное (тыс. руб.)	Относительное %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Кошельки	163,5	3,80	172,4	4,00	105,4	8,9	0,20
2	Портмоне	202,3	4,70	207	4,80	102,3	5,2	0,10
3	Сумки	180,7	4,20	198,3	4,60	109,7	17,6	0,40
4	Рюкзаки	585,43	13,60	590,72	13,70	100,90	52,91	0,10
5	Платки	404,63	9,40	422,55	9,80	104,43	17,92	0,40
6	Ремни	576,82	13,40	586,4	13,60	101,66	9,58	0,20
7	Аксессуары	142,05	3,30	150,91	3,50	106,24	8,86	0,20
8	Перчатки	219,53	5,10	224,21	5,20	102,13	4,68	0,10
9	Папки	262,6	6,10	275,95	6,40	105,09	13,37	0,30
10	Портфели	305,62	7,10	319,07	7,40	104,40	13,45	0,30
11	Чемоданы	232,4	5,40	112,1	2,60	48,23	-120,3	-2,80
12	Несессеры	589,7	13,70	599,3	13,90	101,63	9,6	0,20
13	Косметички	439	10,20	452	10,50	103,11	13,66	0,30
	Всего	4304,6	100,00	4311,8	100,00	100,17	72	0,00

Организационная структура ИП Гонин А.И.



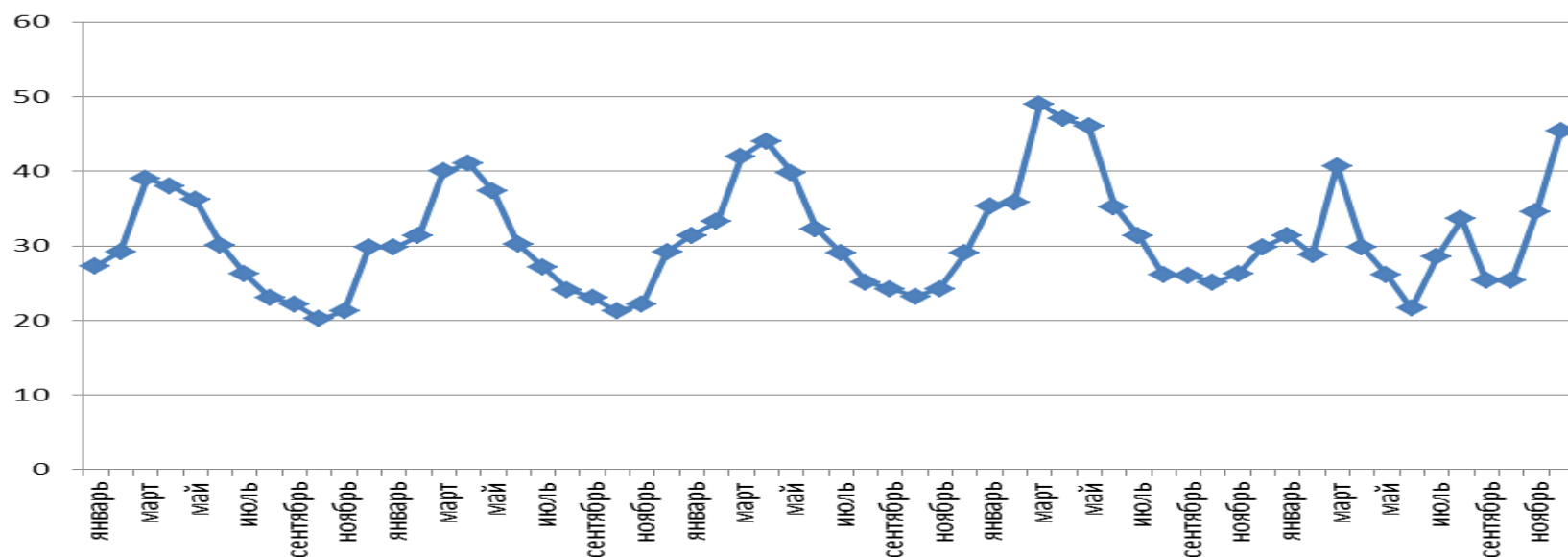
Показатели эффективности использования основных средств ИП Гонин А.И. (магазин «КейСтудио») за 2014- 2016 гг.

Показатели	Год			Изменение (+;-)		Темп изменения, %	
	2014	2015	2016	2015 г. К 2014 г.	2016 г. К 2015 г.	2015 г. К 2014 г.	2016 г. К 2015г.
Выручка от продажи товара, тыс. руб.	4054,4	4304,6	4311,8	250,2	7,2	106,17	100,17
Прибыль от продаж, тыс. руб.	288,9	339	374,8	50,1	35,8	117,34	110,56
Численность работающих, чел.	15	16	16	1	0	104,00	100,00
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	1381,5	1411,3	1470,05	29,8	58,75	102,16	104,16
Фондоотдача, руб.	2,93	3,05	2,93	0,12	-0,12	103,93	96,16
Фондоемкость, руб.	0,34	0,33	0,34	-0,01	0,01	96,22	103,99
Фондовооруженность, тыс. руб./чел.	552,6	542,81	565,40	-9,79	22,60	98,23	104,16
Фондорентабельность, %.	20,91	24,02	25,50	3,11	1,48	114,86	106,14

Ассортиментный перечень товаров, реализуемых в магазине ИП Гонин А.И. (магазин «КейСтудио»)

п/п	Наименование	Количество (шт)
1	Сумка « Braccialini », натуральна кожа	3
2	Сумка «DKNY», натуральная кожа	4
3	Сумка « Curanni », натуральная кожа	5
4	Сумка «Fabretti», натуральная кожа	7
5	Сумка «Coccinelle», натуральная кожа	4
6	Зонт-трость Fiora	5
7	Зонт складной Eleganza	3
8	Комплект косметичек 3 шт. ELECTRA Furla	6
9	Перчатки «Liu Jo», натуральная кожа	5
10	Перчатки «Eleganza», натуральная кожа	5
11	Ремень «Guess»,	5
12	Ремень Armani Exchange	6
13	Ремень Sisley	4
14	Кошелек RIVINGTON STUD Michael Michael Kors	9
15	Кошелек Sonia by Sonia Rykiel	4
16	Рюкзак McQ Alexander McQueen	3
17	Очки солнцезащитные Fendi	5
18	Очки солнцезащитные Gucci	4
19	Портмоне Prada	10
20	Портмоне Lacoste	15

Динамика спроса на сумки в ИП Гонин А.И. (магазин «КейСтудио») в 2012-2016 гг., млн. руб.



Мероприятия по изучению спроса.

Мероприятие	Удельный вес
А	1
Выставка-продажа	13%
Опрос покупателей	13%
День учёта неудовлетворённого спроса	14%
Учёт отзывов покупателей	12%
Расчёт прогнозов спроса	9%
Составление конъюнктурных обзоров	16%
Показ, демонстрация изделий с учётом мнений покупателей	12%
Учёт предпочитаемых моделей, образцов	11%
Всего	100%

Причины, снижающие качество работ по изучению спроса в магазине.

Причина	Удельный вес, %
Отсутствие нужных методик	31
Низкое качество, неэффективность действующих методик	7
Сложность, громоздкость действующих методик	6
Проведение работы по изучению спроса малыми силами	9
Недостаточная подготовка специалистов по изучению спроса	9
Отвлечение специалистов по изучению спроса на	4

**Для увеличения проса на товары,
предлагаемые ИП Гонин А.И. (магазин
«КейСтудио») предлагается:**

1. Увеличить объемы продаж кожаной галантереи.
2. Провести тренинги по продажам сопутствующих товаров и формирования комплексного предложения.
3. Переезд в более просторное помещение с возможностью объединения выставочных залов кожаной галантереи и инвентаря с выставочным залом оборудования.

Выполнение этой задачи позволит сократить затраты¹²

Предлагается внедрение методов мерчандайзинга:

1. Продуманная до мелочей выкладка товара на экспозиционном оборудовании
2. Рекламные и информационные материалы, размещаемые на местах продаж, являющиеся дополнением к выставленному товару, выполненные на высоком уровне и соответствующие общему имиджу торговой точки (фирмы).
3. Представление максимально возможного ассортимента товара
4. Привлекательная и солидная упаковка товара
5. Ценники на товаре, надлежащим образом заполненные в соответствии со всеми нормативными правилами торговли и содержащие понятную и полезную для покупателя информацию
6. Продуманное конкретное местоположение товара в торговом зале (уровень просматриваемости, возможность контакта с ним, освещенность и т.п.)
7. Контроль за действиями конкурентов по продвижению аналогичного товара

Расчет показателей привлекательности мероприятий в тыс. руб.

Показатель	2014	2015	2016	2017
Выручка от реализации продукции	131418	151131	173800	199870
Затраты	111868	123055	135360	148896
Балансовая прибыль	19550	28075,9	38440	50974
Налоги	3910	5615,18	7688	10194,8
Кэш-фло операционной деятельности	15640	22460,7	30752	40779,2
Расходы по проекту	1171,9	828,9	895,2	966,9
Кэш-фло инвестиционной деятельности	-1171,9	-828,9	-895,2	-966,9
Чистая прибыль	14468,1	21631,8	29856,8	39812,3
Поток	14468,1	21631,8	29856,8	39812,3
Дисконтированный поток	14468,	21431,	29306,	38716,

**«Спрос и методы его изучения в
коммерческих структурах на
предприятии ИП Гонин А.И. (магазин
«КейСтудио»)»**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!