

ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА НА ТОВАРЫ ДЛЯ РЕМОНТА ЖИЛЬЯ


**АВТОР:
СТУДЕНТ ГРУППЫ. МКЛ 135
ЦУГУЙ ГЛЕБ**

**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:
ДР, КОНФ.УНИВ. Л.С.МИТНИЦКАЯ**



Актуальность темы

Актуальность темы исследования связана с тем, что каждая компания, планируя объем и структуру производства и продажи, должна опираться на четкие фактические данные о потенциальном спросе на свой товар.



Целью данной дипломной работы является изучение покупательского спроса на товары для ремонта жилья.

Задачи исследования

- рассмотреть сущность потребительского спроса и его детерминанты;
- описать задачи и методы изучения спроса;
- охарактеризовать полезность товара и поведение потребителей;
- показать особенности покупательского спроса на товары для ремонта жилья;
- провести исследование спроса потребителей данных товаров;
- исследовать предпочтения и поведение покупателей при выборе магазина для покупки товаров для ремонта жилья.

Ввод в действие жилых домов по формам собственности

(тысяч м² общей площади)

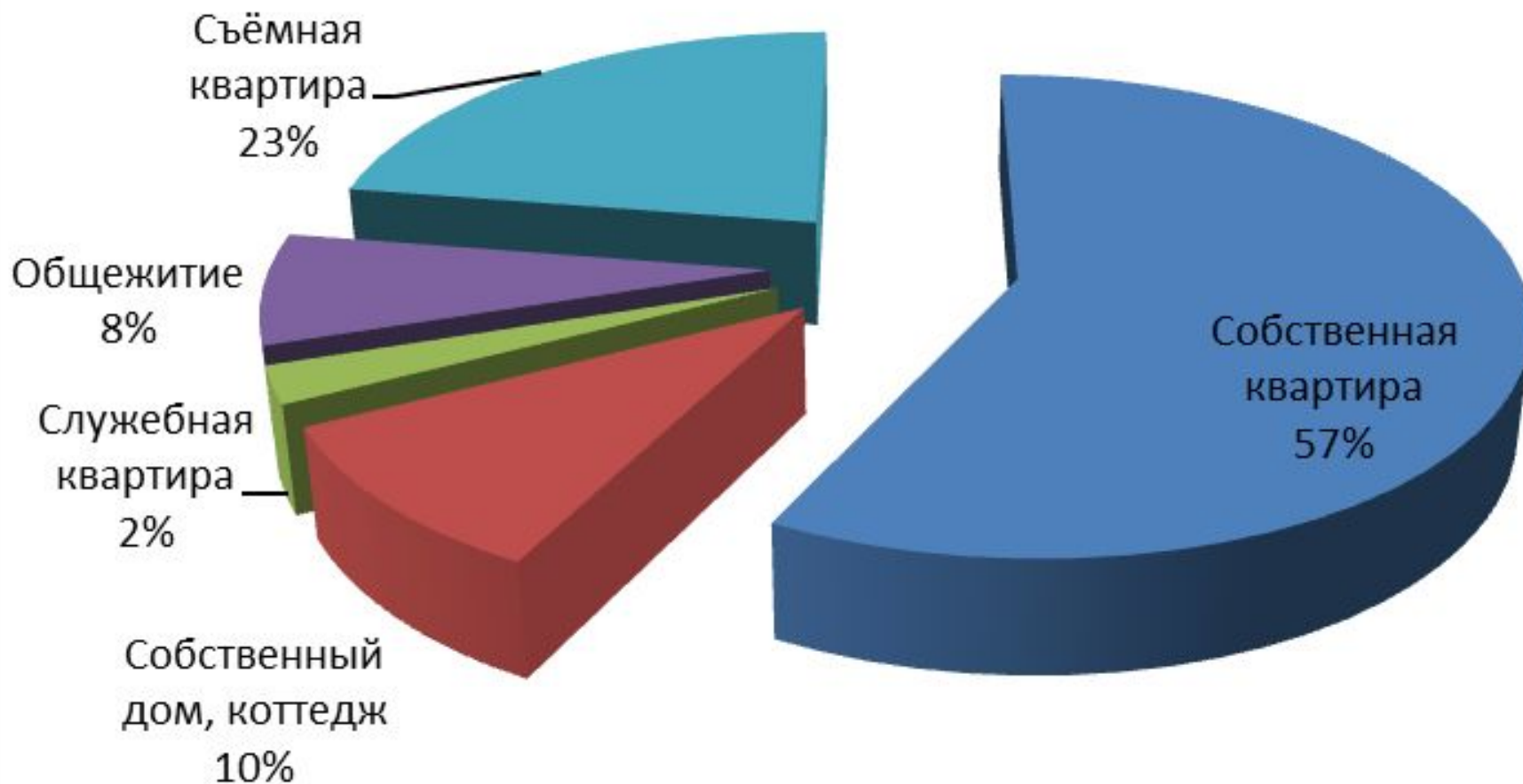
	2012	2013	2014	2015
Всего	502,5	515,0	497,3	498,2
в том числе:				
публична я	43,6	5,2	3,2	...
частная	418,8	456,9	457,0	...
другие формы	40,1	52,9	37,1	...

Ввод в действие жилых домов по типу местности

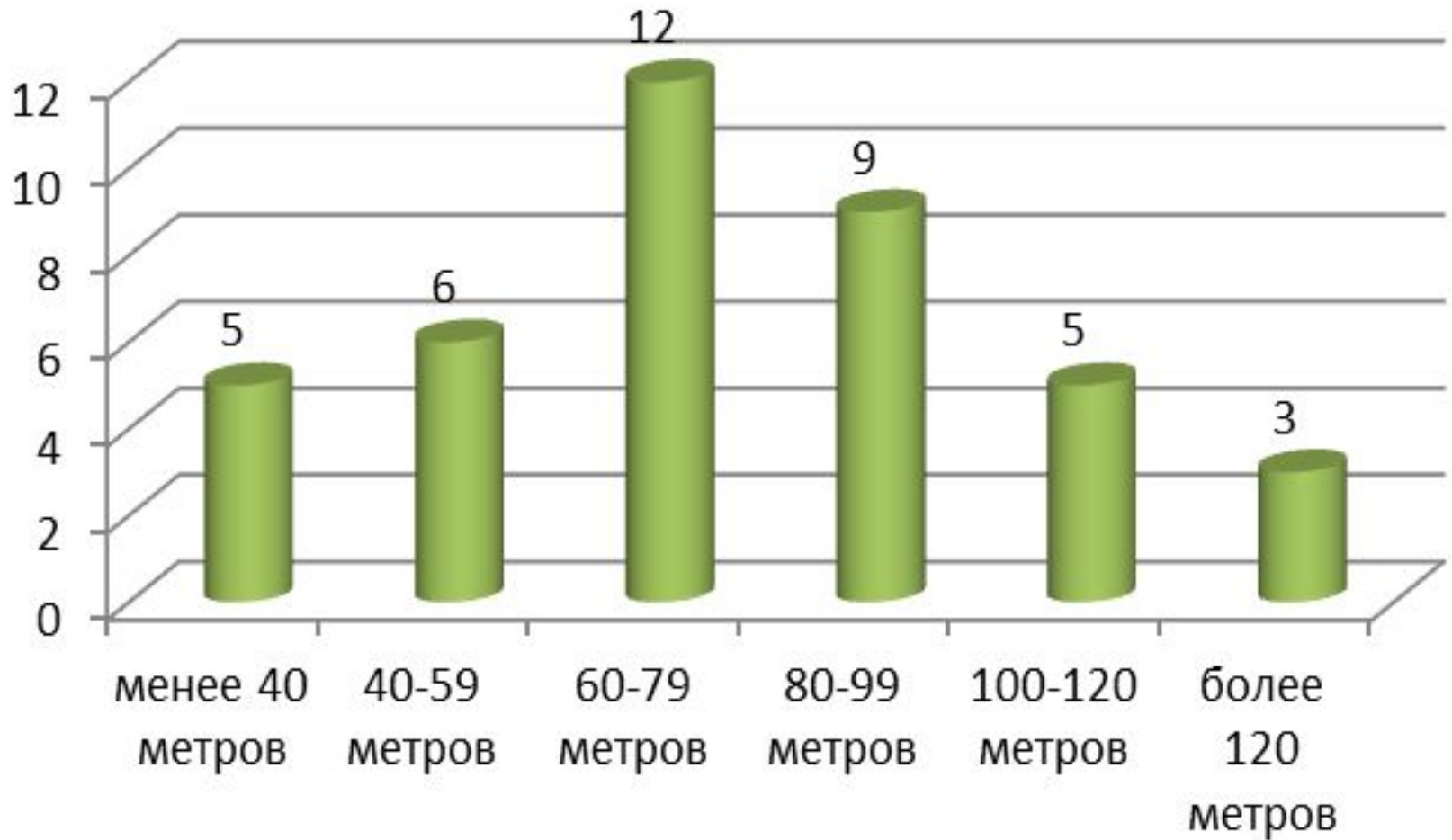
(тысяч м² общей площади)

	2012	2013	2014	2015
Всего	502,5	515,0	497,3	498,2
-В городско й местност и	352,1	418,4	411,9	...
-В сельской местност	150,4	96,6	85,4	...

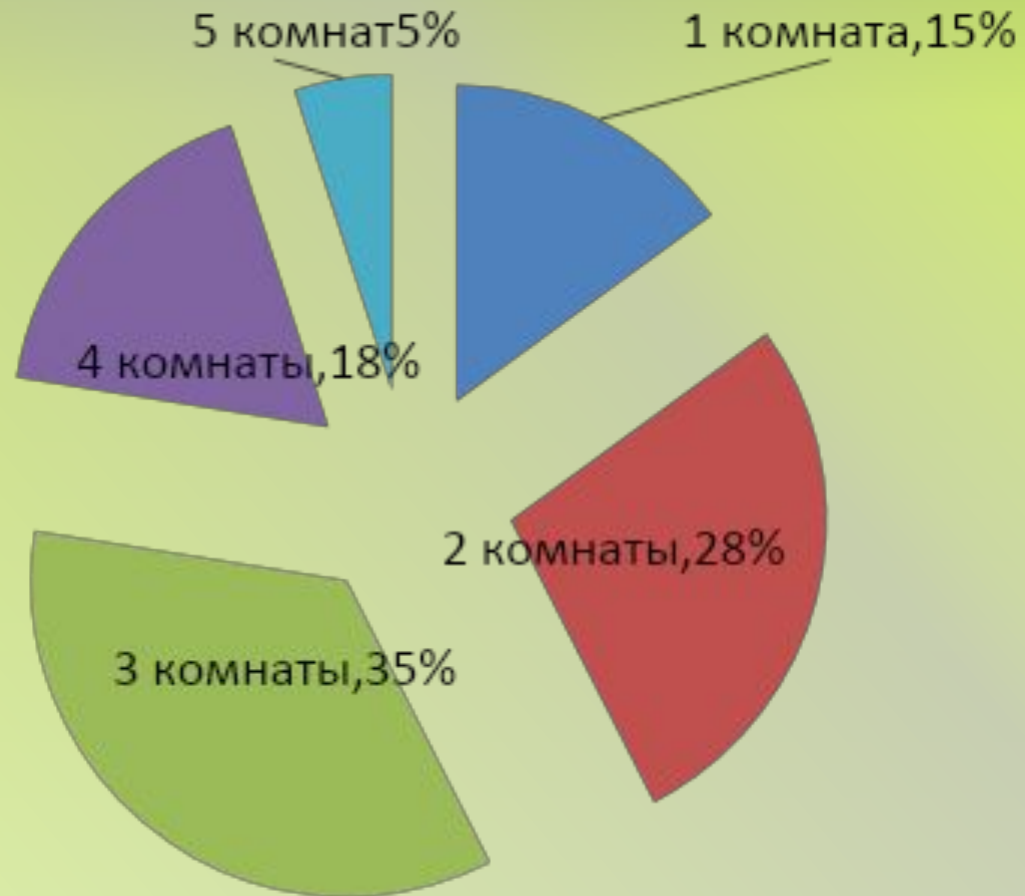
Место проживания респондентов



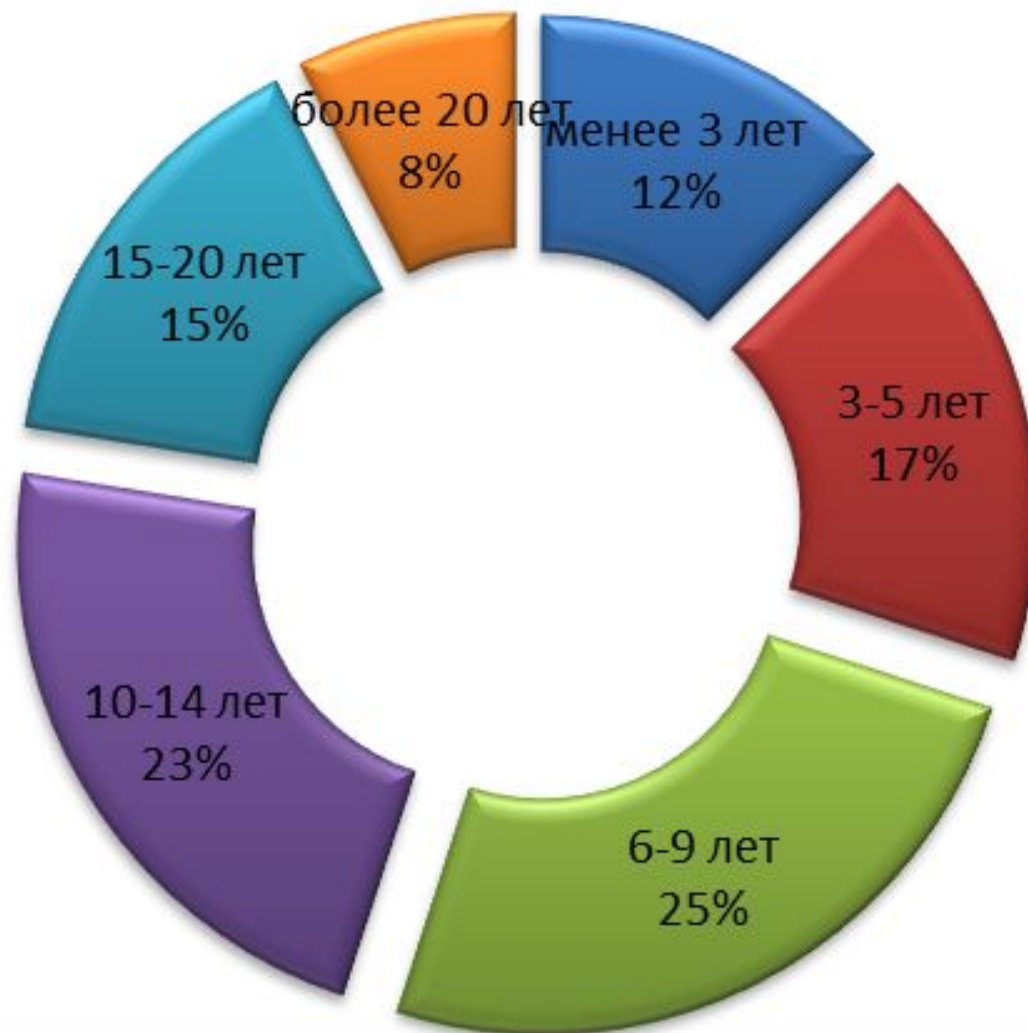
Площадь жилья



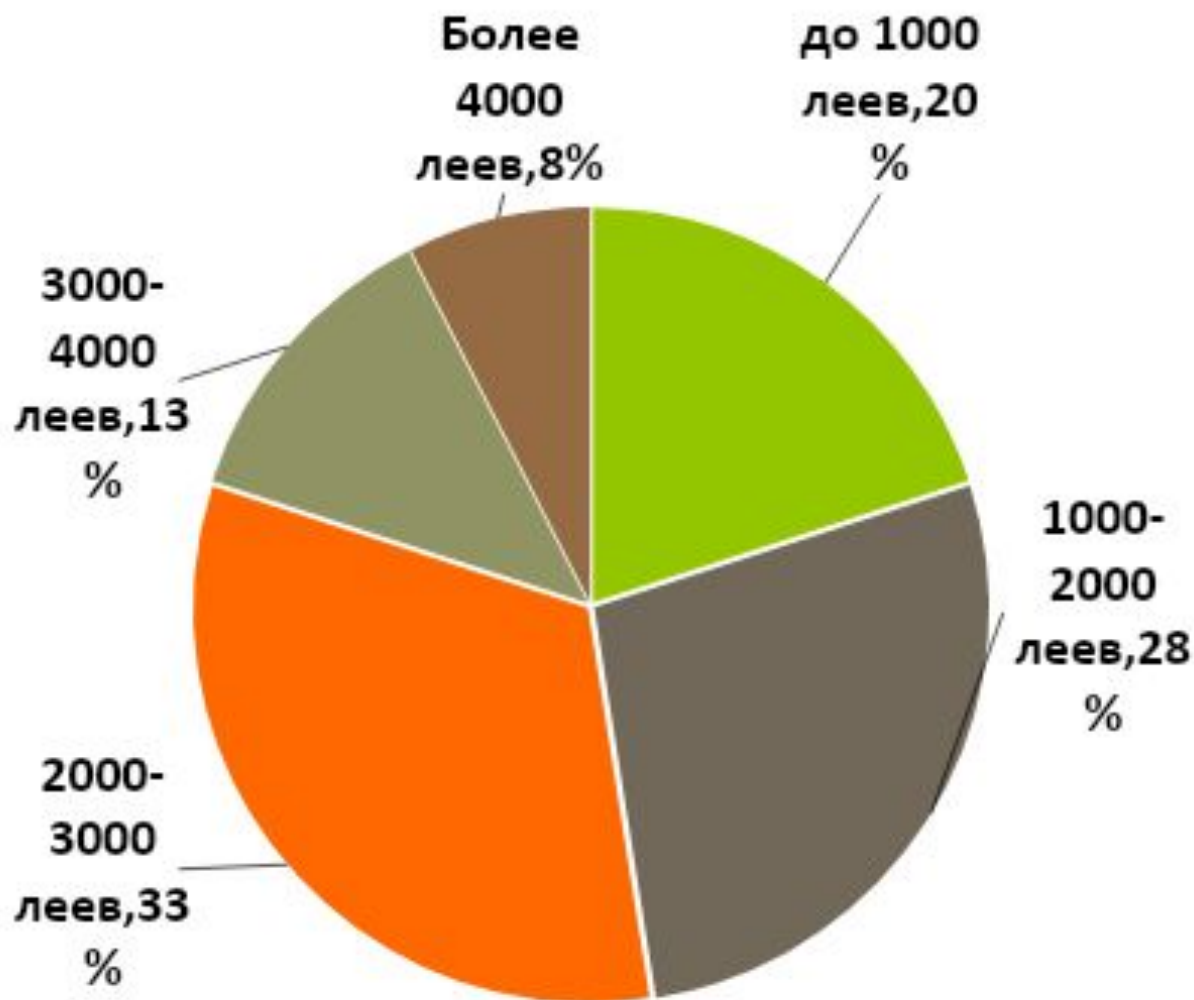
Количество комнат в жилье



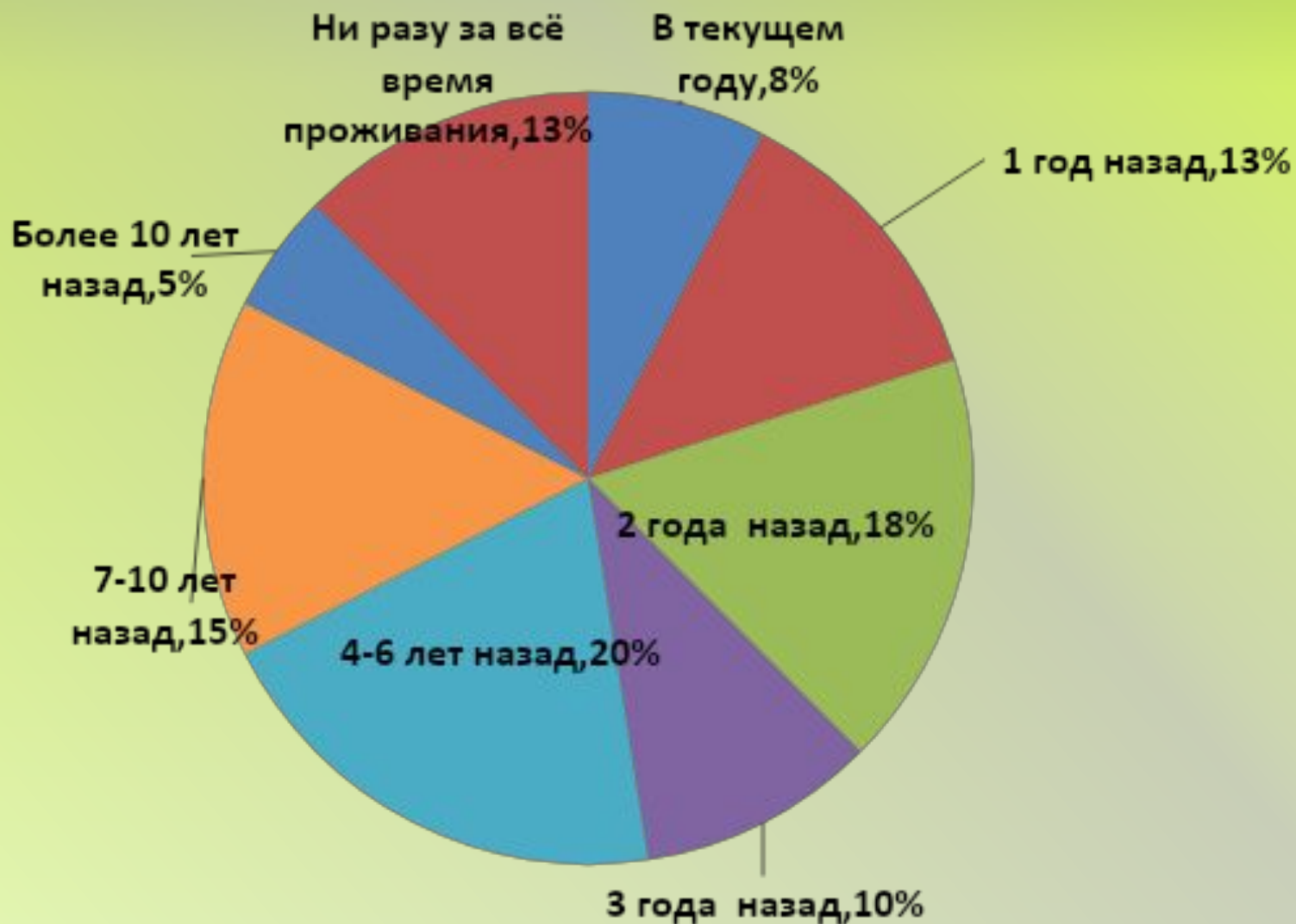
Длительность проживания в нынешнем жилье



Расходы на текущее содержание жилья



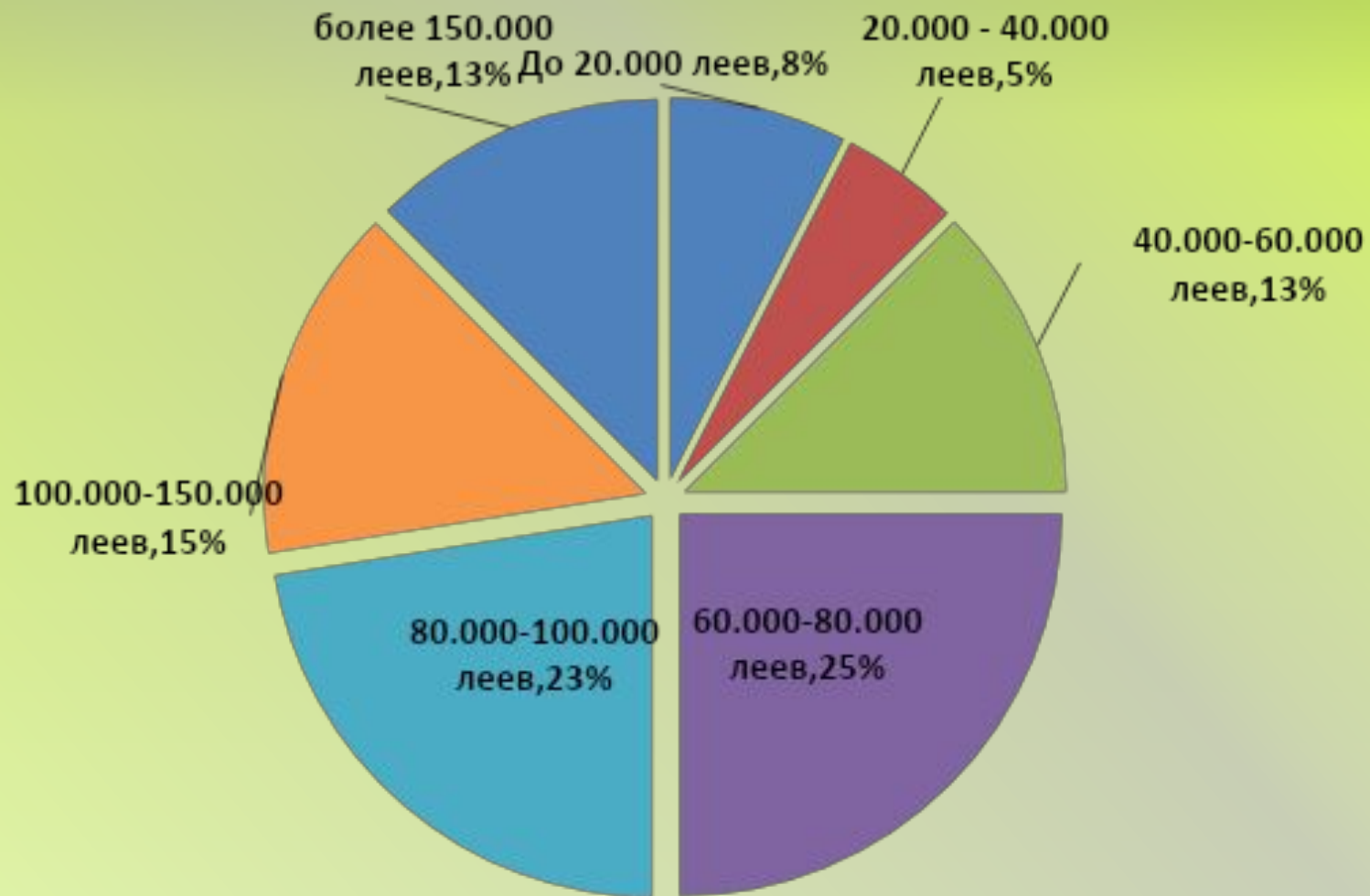
Давность последнего ремонта



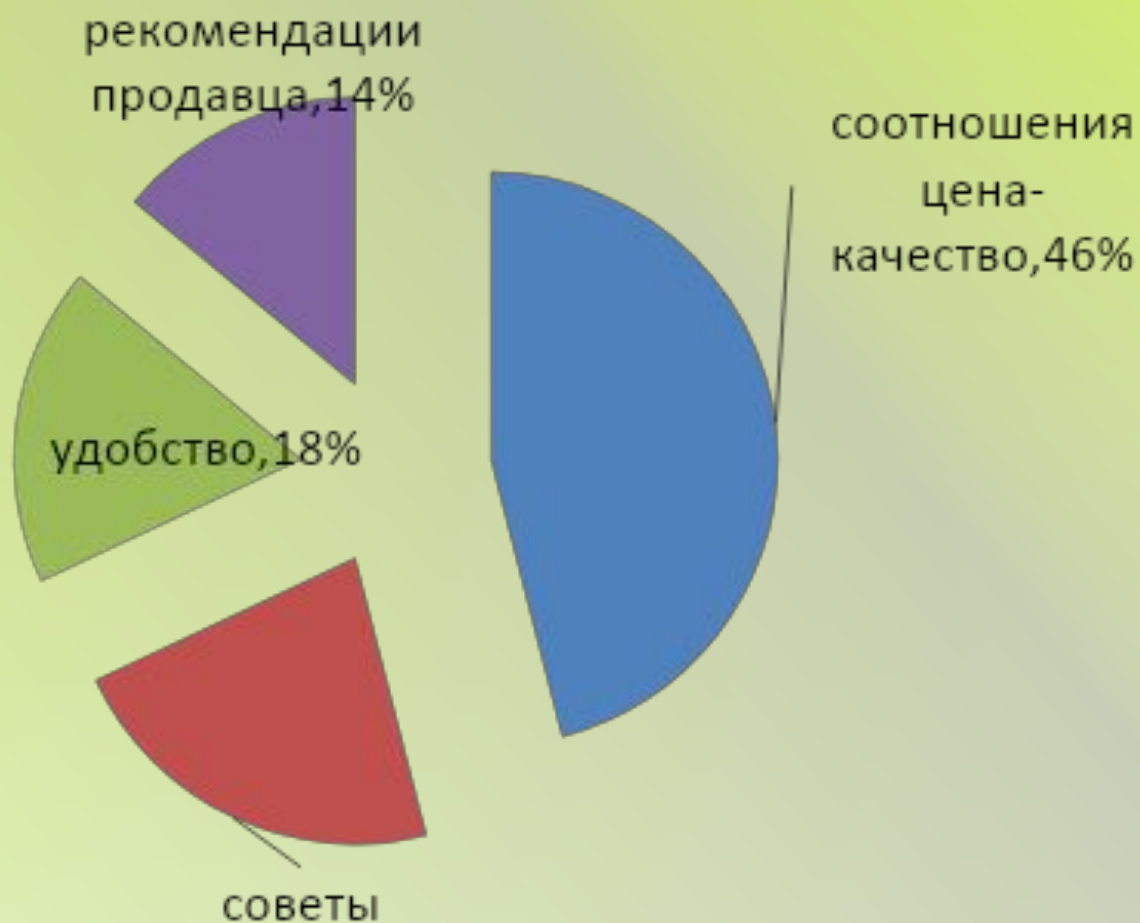
Намерение отремонтировать нынешнее жильё



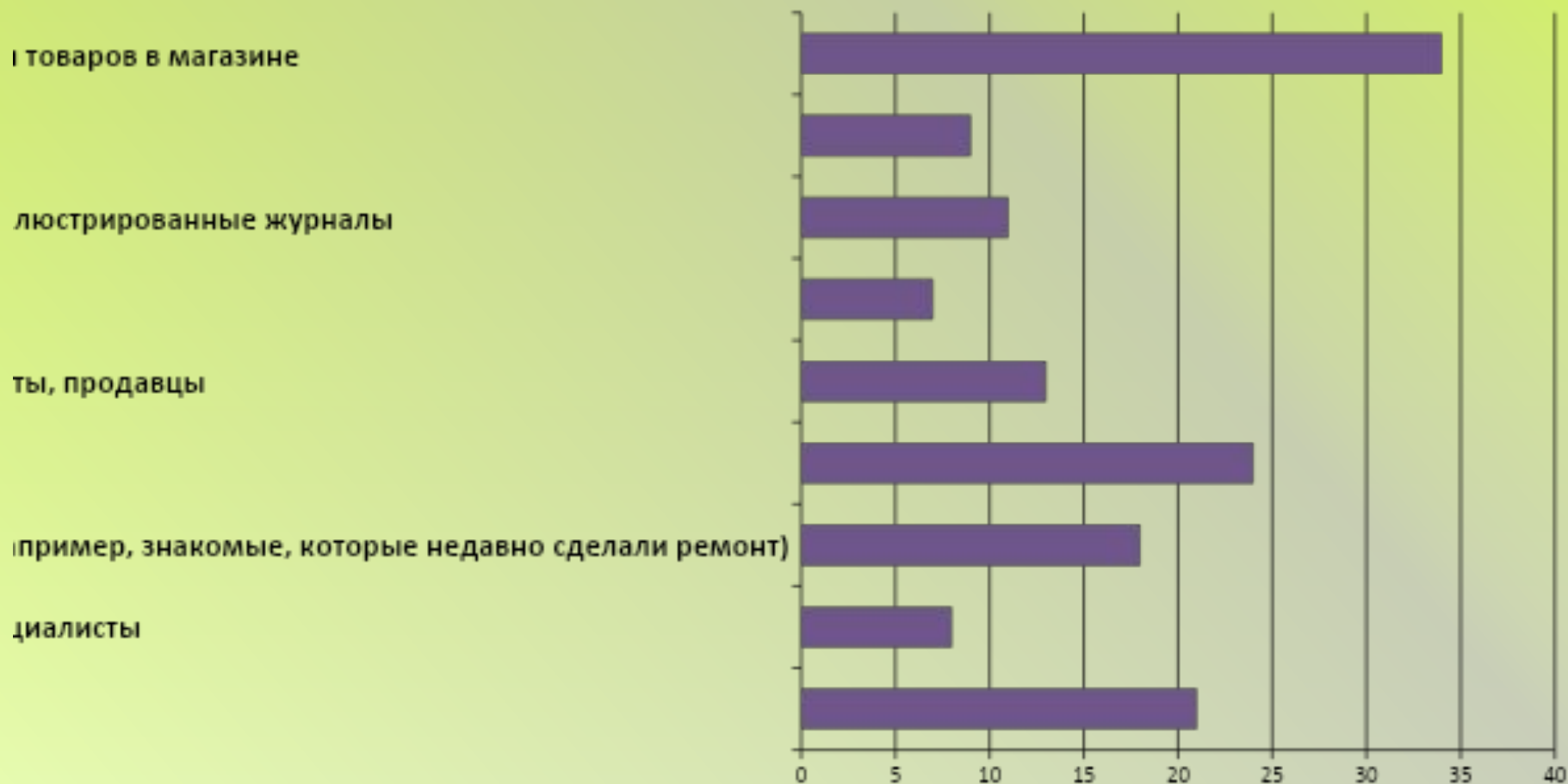
Расходы на ремонт



Факторы, влияющие на решение потенциальных покупателей совершить покупки в магазине отделочных материалов



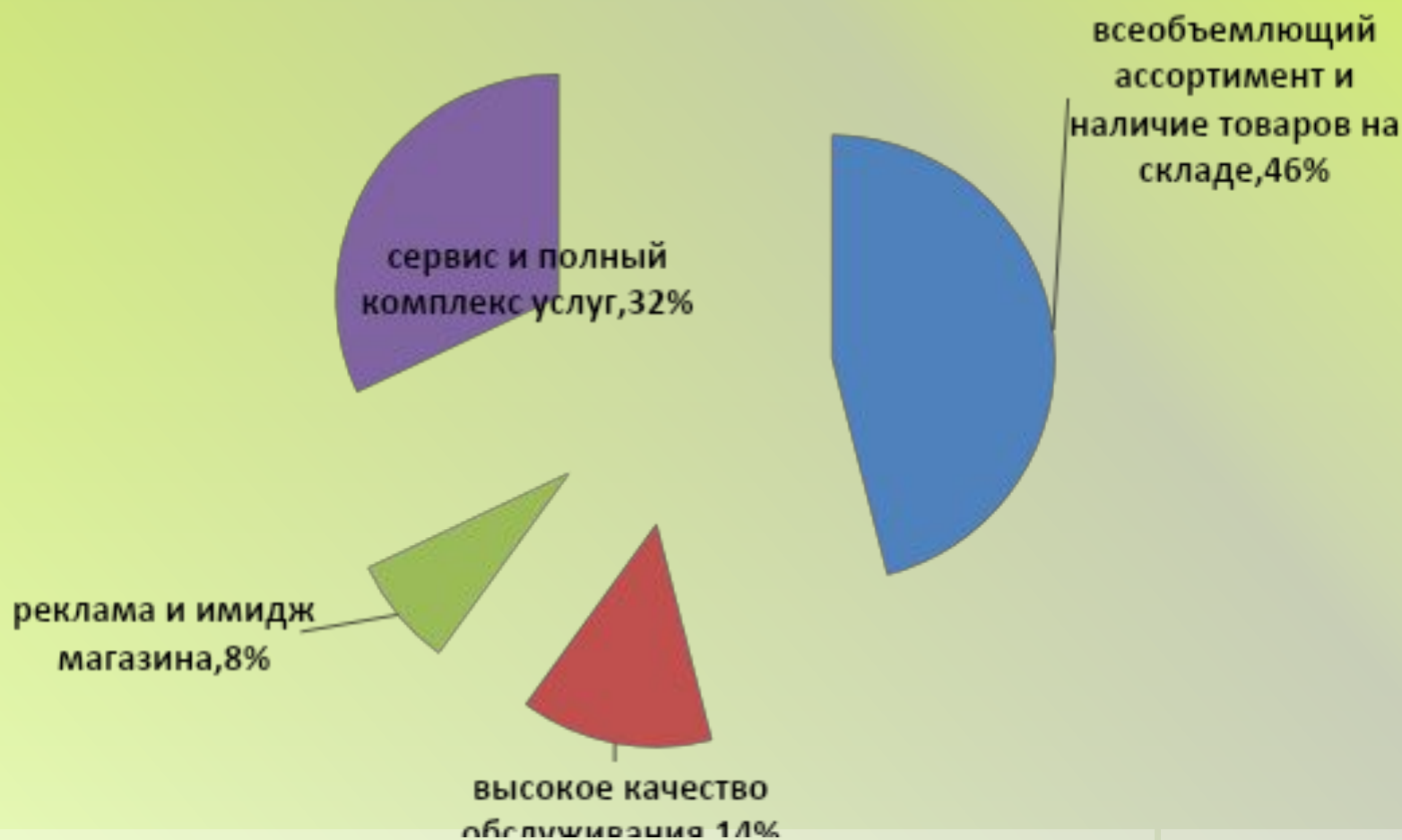
Источники информации, которые влияют на выбор отделочных материалов и магазинов для их покупки



Основные критерии при оценке качества отделочных материалов



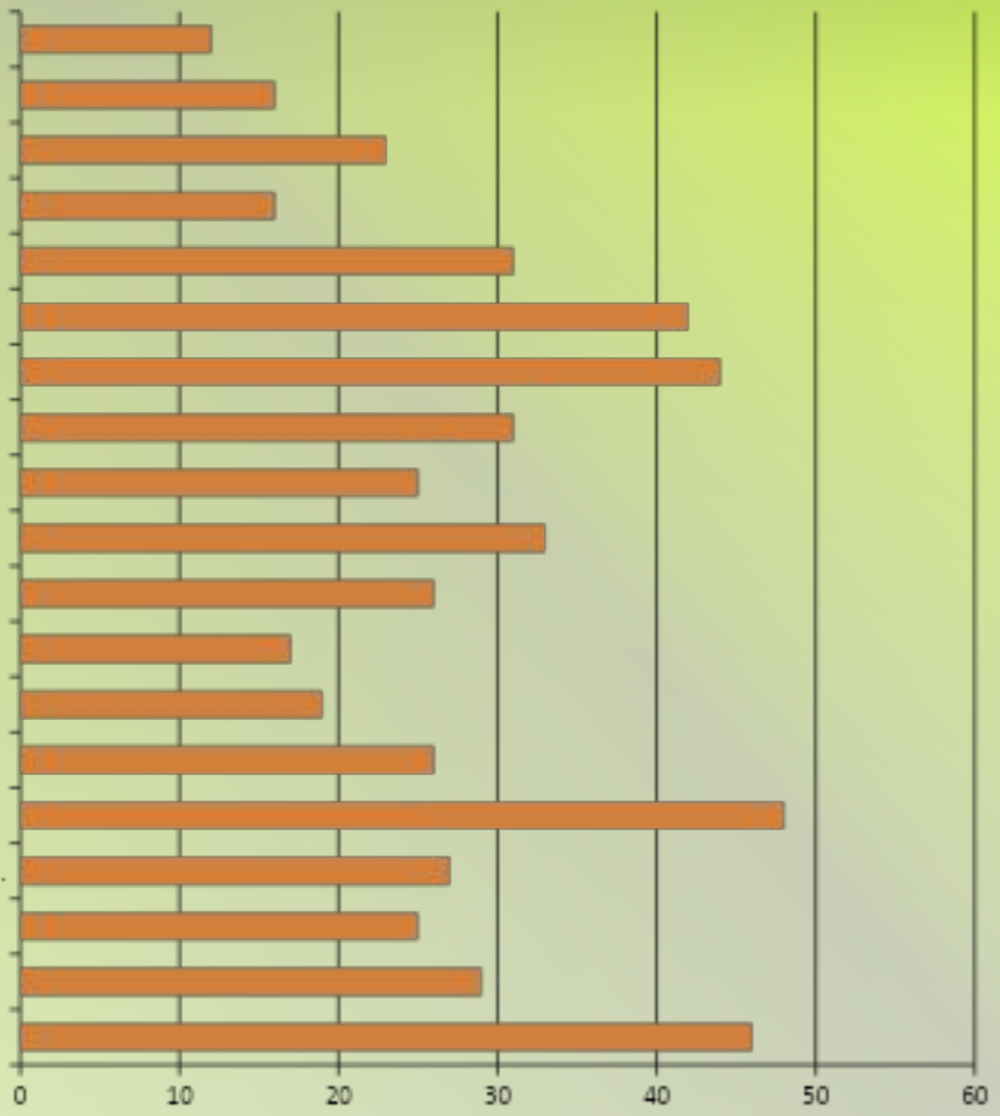
Наиболее значимые характеристики магазина отделочных материалов



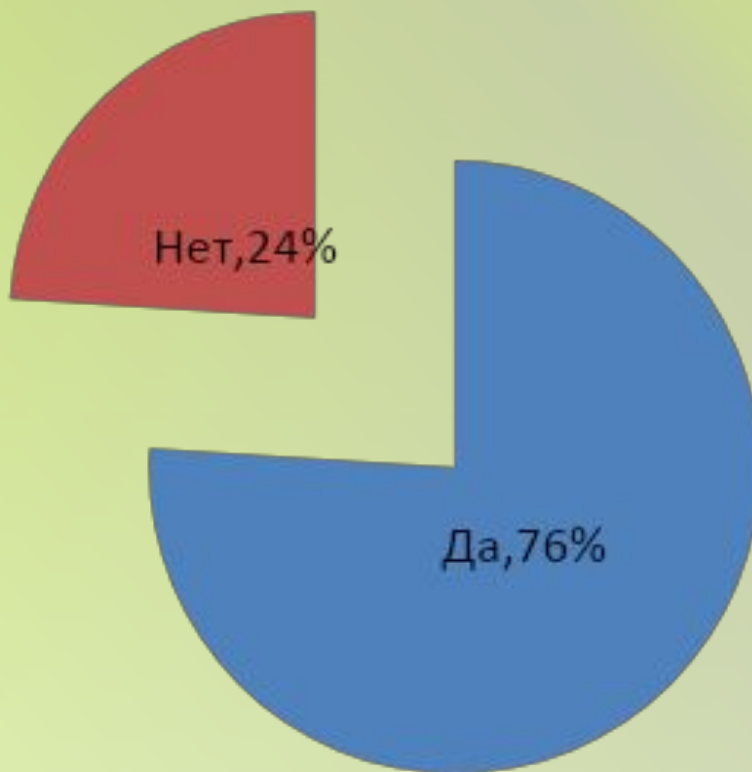


Атрибуты идеального магазина товаров для ремонта

- Рекламные материалы и аннотации к товарам в самом магазине
- Прикрепленные к магазину строительные и отделочные бригады
- Дополнительные услуги по установке оборудования
- Униформа персонала
- Квалифицированный персонал
- Система скидок и подарков
- Очень широкий ассортимент
- Место, где можно посидеть, посмотреть каталоги и подумать
- Каталоги, проспекты в торговом зале
- Посекционное расположение материалов
- Свободный доступ к товарам
- Комфортная температура в магазине
- Наглядные цены
- Наличие сопутствующих материалов, аксессуаров
- Примеры использования материалов
- Хорошее освещение в магазине. Большие светлые торговые залы.
- Современное оборудование.
- Красивая вывеска на магазине, красивые витрины
- Парковка, подъездная площадка.



Влияние рекламы на выбор магазина для покупки товаров для ремонта жилья



Соответствие действительности рекламы магазинов товаров для ремонта



Рекомендации

1. Магазин должен вызывать доверие, цены в нём должны соответствовать качеству реализуемых товаров.
2. Большое влияние на выбор материалов для ремонта жилья непосредственно в магазине оказывают продавцы. Необходимо учитывать, что для покупателей важны профессиональные рекомендации продавца и доверие к нему.
3. Для привлечения покупателей стоит организовать в магазинах демонстрационные площадки с применением продаваемых материалов.
4. Необходимо иметь в ассортименте современные модные товары или формировать моду на товары с помощью внутренних резервов магазина.

Рекомендации

5. Для нового потенциального покупателя любой магазин отделочных материалов может быть новым, т. к. он ранее не сталкивался с этими магазинами. Нужно избегать негативного первого опыта общения, который может оттолкнуть покупателя.

6. Крупные покупки могут начинаться с мелочи, поэтому надо стремиться иметь максимально полный ассортимент.

7. Реклама должна носить непрерывный напоминающий характер, в ней должен присутствовать мотив ремонта.

8. Для покупателей - специалистов нужна скорее информационная реклама, чтобы, рекомендуя тот или иной магазин потенциальным покупателям, знать его ассортимент и цены.



Благодарю за внимание!