

# КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Комерційна діяльність»

тема «Формування та стимулювання попиту споживачів у  
торговельному підприємстві»

Роботу виконано за матеріалами діяльності  
ТОВ «Еко-Маркет»

Студента МДКЕХТ  
Маньківського Вадима

# **Метою курсової роботи -є дослідження та аналіз формування та стимулювання попиту споживачів у торговельному підприємстві ТОВ «Еко-Маркет»**

**Об'єктом дослідження - є підприємство ТОВ «Еко-Маркет»**

**Предметом дослідження - процеси, які відбуваються на підприємстві, щодо вивчення, формування та стимулювання попиту споживачів.**

Для досягнення поставленої мети поставлені наступні задачі:

- розглянути теоретичні засади формування та стимулювання попиту покупців;
- охарактеризувати діяльність по вивченню та стимулюванню попиту покупців у торговельному підприємства ТОВ "Еко-Маркет";
- надати висновки та внести пропозиції щодо удосконалення роботи по формуванню та стимулюванню попиту споживачів в ТОВ "Еко-Маркет".

# Характеристика підприємства



Торгівельний знак підприємства





# Методи вивчення попиту на підприємстві

Одним із найефективніших методів вивчення реалізованого попиту на підприємстві є БАЛАНСОВИЙ метод. Це один із найпростіших методів, оскільки, маючи дані про запаси і надходження товарів, фахівці підприємства мають можливість точно встановити фактичну реалізацію товарів на основі такої формули:

$$P = Z_{п} + Н - Дв - Зк,$$

де P – реалізація товарів;  $Z_{п}$  – запаси на початок певного періоду; Н – надходження; Дв – документовані витрати і природні втрати;  $Z_{к}$  – запаси на кінець періоду.

Приклад.

На підприємстві ТОВ «Еко-Маркет» запаси товарів народного споживання на початок періоду склали 6545 тис.грн., надходження - 5000 тис.грн., документовані витрати і природні втрати склали 900 тис.грн., запаси на кінець періоду 1000 тис.грн.. Необхідно розрахувати суму фактичного продажу товарів.

$$P=6545+5000 -900-1000=10545 \text{ тис.грн.}$$

Реалізований попит на товари з великим терміном зберігання визначають МЕТОДОМ АНАЛІЗУ ТОВАРНИХ ЗАПАСІВ. Його проводять на основі розрахунку середньомісячного запасу товарів за такою формулою:

$$Z_{\text{ср}} = Z_{\text{п}} + Z_{\text{к}} / 2,$$

де  $Z_{\text{ср}}$  – середній запас товарів;  $Z_{\text{п}}$  – запас товарів на підприємстві на початок певного періоду;  $Z_{\text{к}}$  - запас товарів на кінець періоду.

Приклад .

На підприємстві ТОВ «Еко-Маркет» запас сильногазованої води «Моршинська» на початок періоду склав 8565 товарних одиниць, а запас на кінець періоду склав 6000. Для визначення середнього запасу товарів необхідно:

$$Z_{\text{ср}} = 8565 + 6000 / 2 = 11565 \text{ товарних одиниць}$$

# Аналіз продажу окремих товарних груп і товарів протягом визначеного періоду

Таблиця 1. Аналіз продажу окремих товарних груп ТОВ «Еко-Маркет»  
за січень 2008-2010 рр.

№ п/п	Назва	січень 2008	січень 2009	січень 2010
1	Бакалія, тис. грн.	46,0	54,0	78,0
2	Кондитерські вироби, тис. грн.	15,0	17,2	20,0
3	Спиртні напої, тис. грн.	17,0	19,8	25,2
	Разом, тис. грн.	78,0	91,0	123,2

Таблиця 2. Аналіз продажу окремих товарів протягом 2 тижнів  
на підприємстві ТОВ «Еко-Маркет»

№ п/п	Назва товару	1 тиждень	2 тиждень	Відхилення, %
1	Сир «Едем», кг	34,0	38,5	11,68
2	Ковбаса «Ковбаскофф», кг	42,0	47,0	10,63
3	Вино «Квітучий сад»	64,0	67,0	4,47
4	Сигарети «LM», шт	86,0	92,0	6,52



# Методи стимулювання попиту споживачів, що застосовуються на підприємстві ТОВ «Еко-Маркет»

- зразки товару;
- поєднаний продаж;
- купони;
- упаковки за пільговою ціною;
- конкурси;
- акції.

з 1 по 28 квітня  
2010 р.

**КУПУЙ**

та гарантовано  
**ОТРИМАЙ**  
у подарунок

набір чаю  
Ліптон

романтичну  
комедію на DVD

**ЗБЕРИ**  
колекцію фільмів  
на DVD від LIPTON!

The image is a promotional poster for a Lipton promotion. It features a yellow and green background with a film strip motif. At the top left, it says 'з 1 по 28 квітня 2010 р.' (from April 1 to April 28, 2010). Below that is the word 'КУПУЙ' (BUY) in large white letters. To the right, it says 'та гарантовано ОТРИМАЙ у подарунок' (and guaranteed RECEIVE as a gift). In the center, there is a pack of Lipton Yellow Label Tea and a DVD case for a romantic comedy. Below the tea pack is the text 'набір чаю Ліптон' (Lipton tea set) and below the DVD case is 'романтичну комедію на DVD' (romantic comedy on DVD). At the bottom left, it says 'ЗБЕРИ колекцію фільмів на DVD від LIPTON!' (COLLECT the DVD film collection from LIPTON!). At the bottom right, there is a small image of a DVD collection box set.

## Умови акції:

Купуй набір чаю Lipton та гарантовано отримай у подарунок романтичну комедію на DVD.

Збери колекцію фільмів на DVD від Lipton!

## Акція діє:

з 1 по 28 квітня

# ОТРИМАЙТЕ СВІЙ БУДИНОЧОК ВІД HUGGIES



## Умови акції:

Придбайте 2 будь-які продукти Huggies з 1 квітня до 30 червня 2010 р. і отримайте маленький будиночок або зберіть 10 штрих-кодів і отримайте великий будиночок для ігор.

**Деталі акції** - за телефоном гарячої лінії: 0 800 302 322.

## Акція діє:

з 1 квітня по 30 червня 2010 року

При використанні даних методів стимулювання попиту, попит на підприємстві ТОВ «Еко-Маркет» є високий і стабільний.

# Визначення еластичності попиту на підприємстві ТОВ «Еко маркет»

$$E_{\pi} = \frac{P \times \Delta C (\text{відсоткова зміна ціни товару})}{C \times \Delta P (\text{відсоткова зміна обсягу попиту})}$$

$E_{\pi}$  - коефіцієнт еластичності попиту;

$P$  - кількість одиниць товару, потрібного покупцям;

$\Delta P$  - приріст кількості одиниць потрібного товару, викликаний зміною ринкової ціни;

$C$  - ринкова ціна за одиницю певного товару;

$\Delta C$  - величина відсоткової зміни ринкової ціни одиниці певного товару.

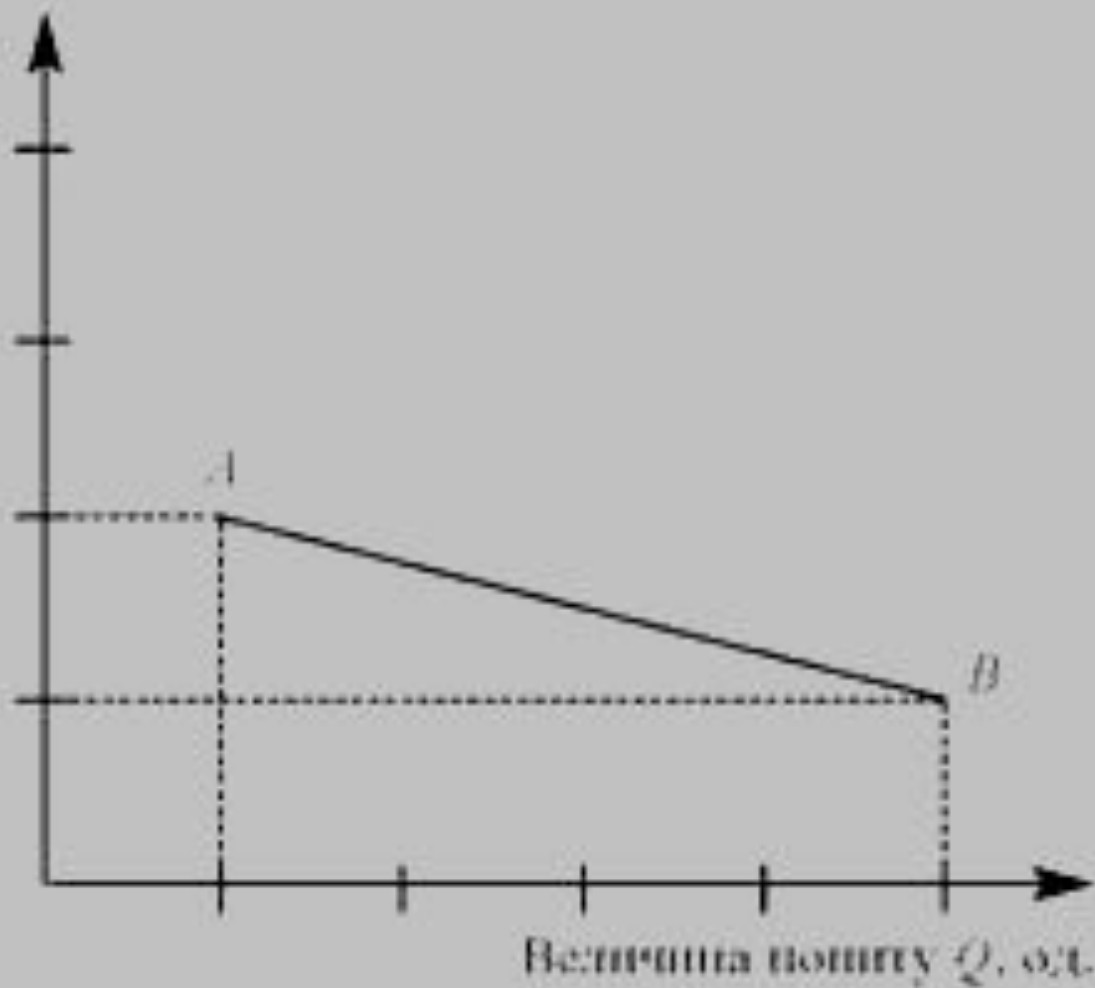
Під час дослідження еластичності попиту на підприємстві, було вирішено **наступне завдання**:  
ціна на кондитерські вироби збільшилась на 30 відсотків, а продаж їх знизився на 6 відсотків.

Коефіцієнт еластичності попиту визначається наступним чином:

Отже, з даної ситуації можна зробити висновок, що при підвищенні ціни на товар, споживачі реагують досить швидко і попит на товари зменшується. Результати аналізу можна зобразити графічно.

(рис 1.)

Ціна  $P$ , гр. од.



Величина попиту  $Q$ , од.

## Пропозиції щодо удосконалення роботи по формуванню і стимулюванню попиту споживачів на підприємстві ТОВ «Еко-Маркет»

- вивчення попиту населення проводити по розширеній програмі, яка охоплювала б всі відомі методи вивчення попиту по основних якісних показниках. Вивчати необхідно не тільки реалізований та незадоволений попит, а й попит що формується. Необхідно розширити практику проведення виставок-продаж, виставок-дегустацій;
- посилити роль реклами товарів, підвищити її цілеспрямованість, активізувати виховну функцію, використовувати комплекс рекламних акцій, особливу увагу приділяти рекламі товарів-новинок, що пропонує до продажу торговельне підприємство. Більш активно залучати до рекламної роботи товаровиробників;
- підвищити активність продавців, забезпечити їх матеріальну зацікавленість у результатах праці. Ввести практику оплати праці продавців в залежності від якості обслуговування, проведення аналізу ефективності вивчення попиту, проведення рекламних заходів, використання прогресивних форм і методів обслуговування.