

# **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 м<sup>2</sup> общей площади )

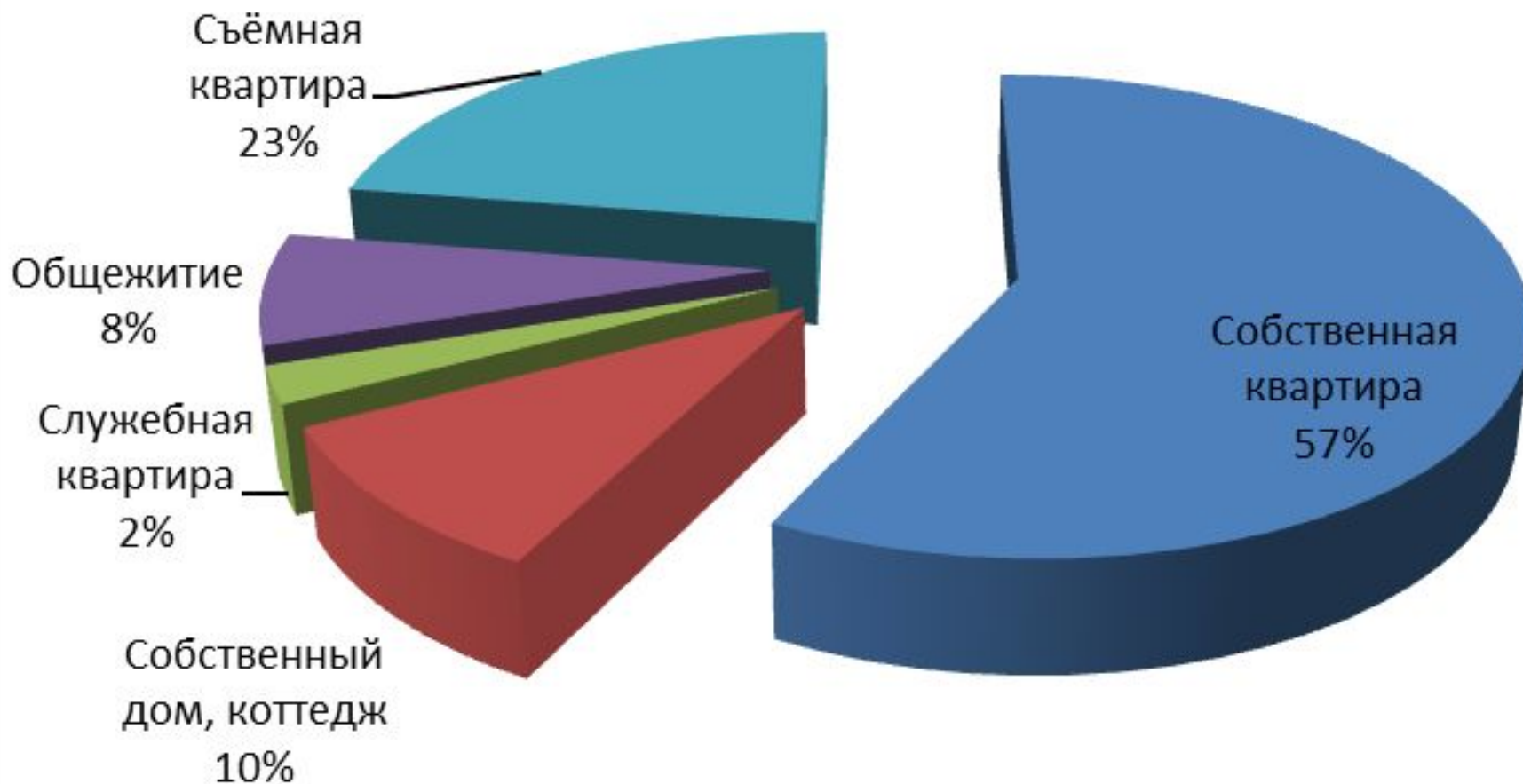
	2012	2013	2014	2015
<b>Всего</b>	502,5	515,0	497,3	498,2
<b>в том числе:</b>				
<b>публична я</b>	43,6	5,2	3,2	...
<b>частная</b>	418,8	456,9	457,0	...
<b>другие формы</b>	40,1	52,9	37,1	...

# Ввод в действие жилых домов по типу местности

*(тысяч м<sup>2</sup> общей площади)*

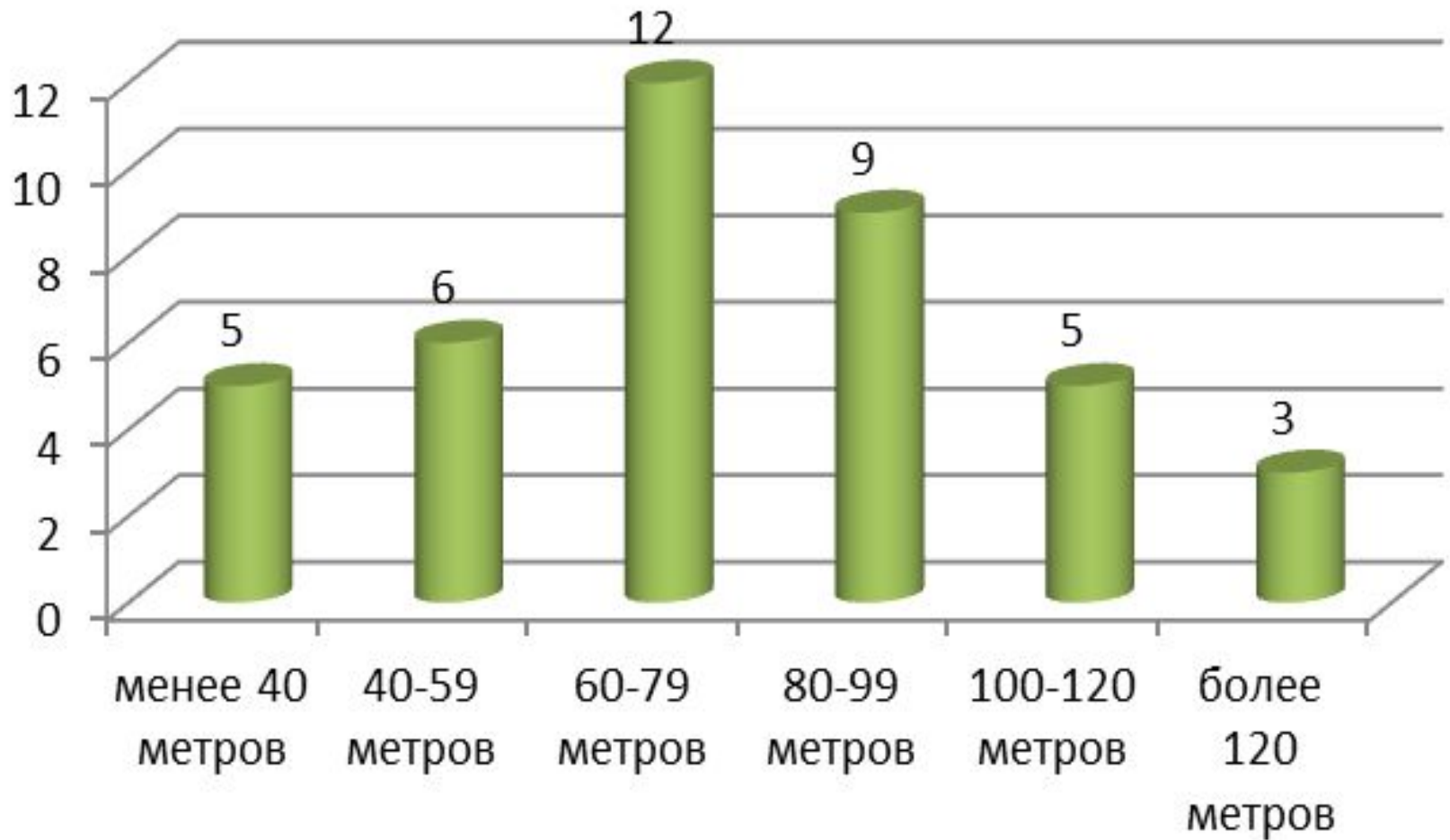
	2012	2013	2014	2015
<b>Всего</b>	<b>502,5</b>	<b>515,0</b>	<b>497,3</b>	<b>498,2</b>
<b>-В городско й местност и</b>	352,1	418,4	411,9	...
<b>-В сельской местност</b>	150,4	96,6	85,4	...

# Место проживания респондентов



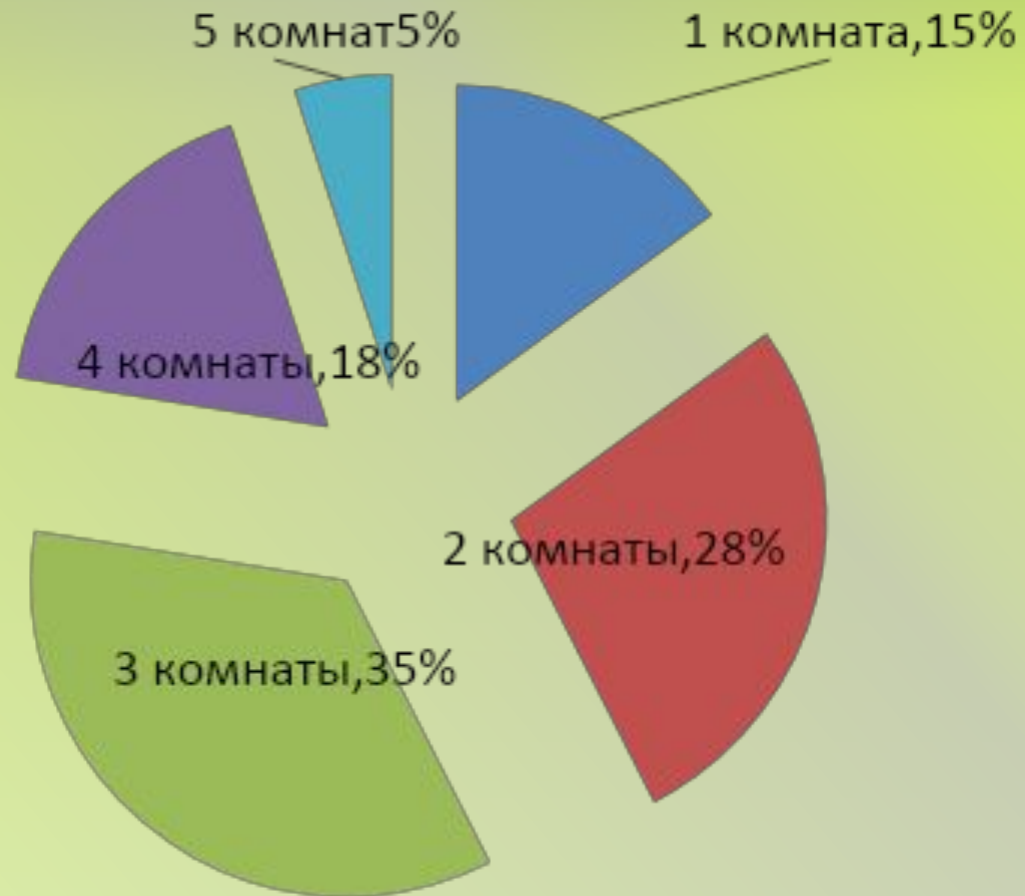


# Площадь жилья

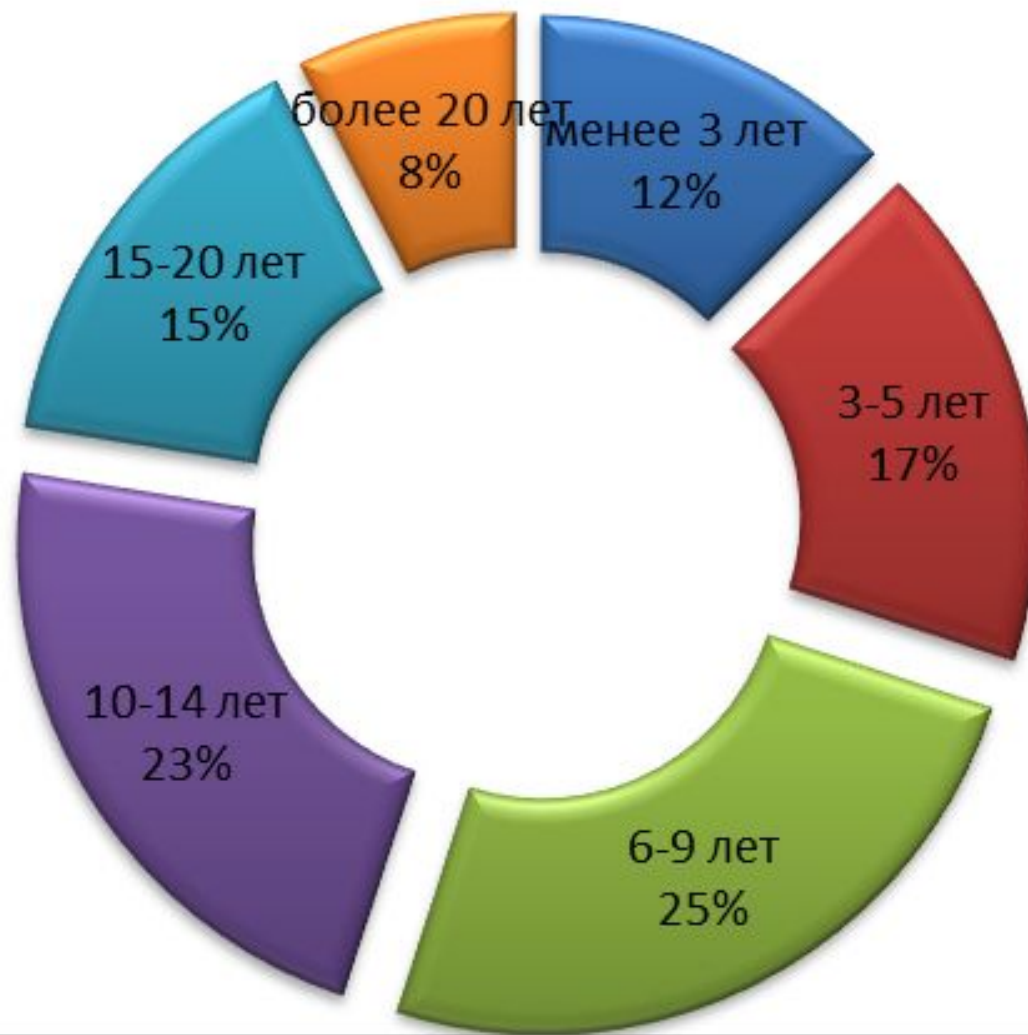




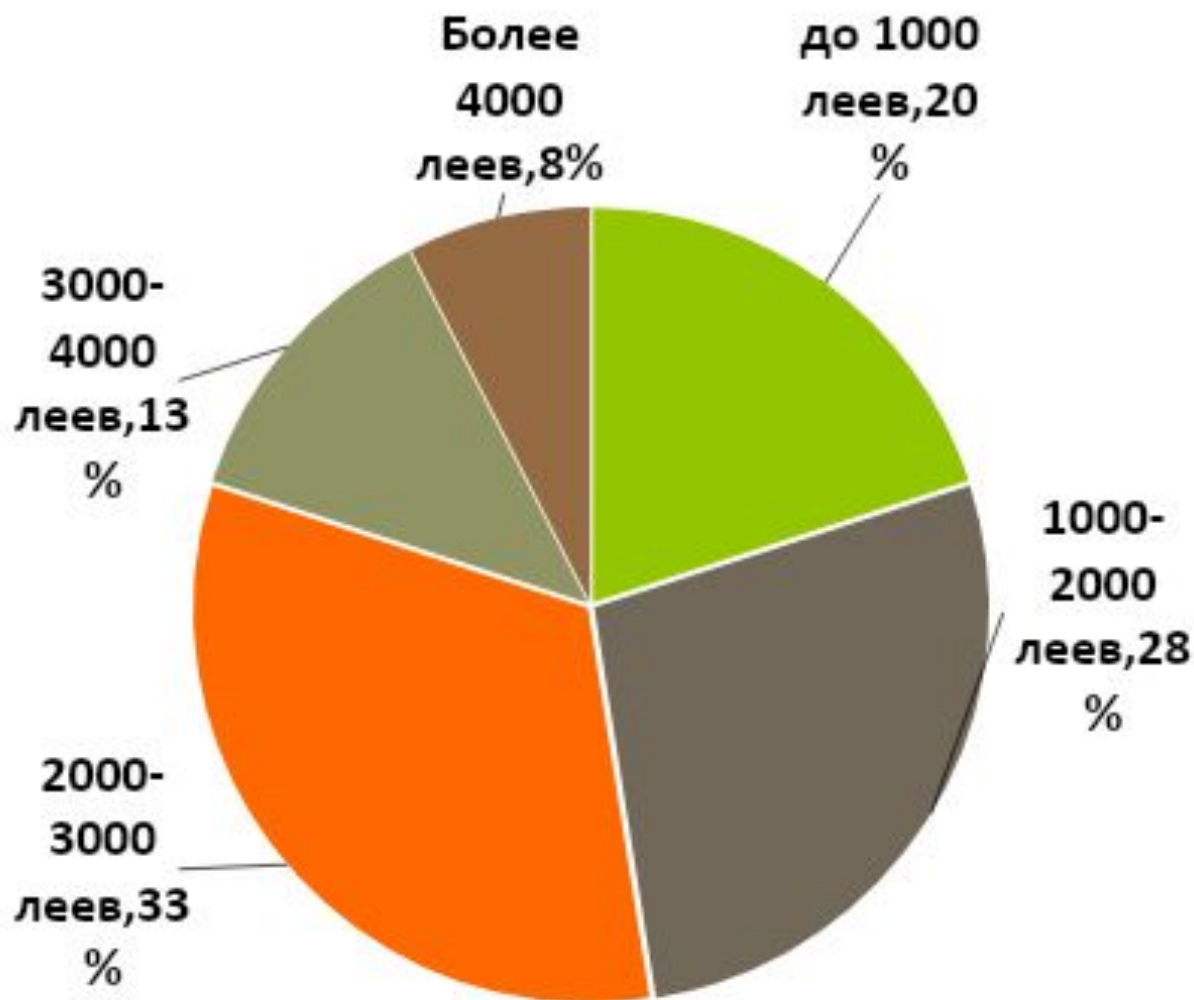
# Количество комнат в жилье



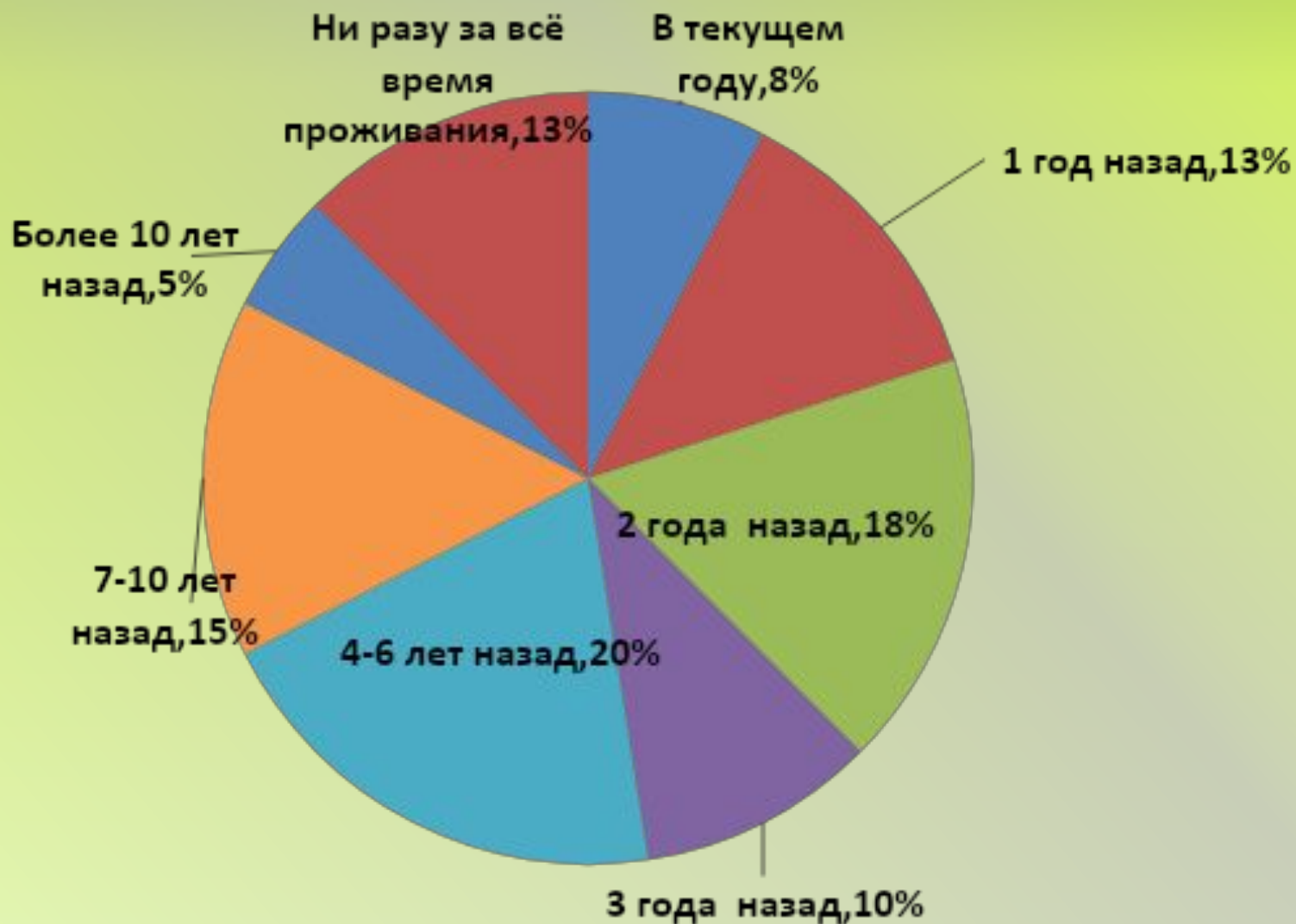
# Длительность проживания в нынешнем жилье



# Расходы на текущее содержание жилья



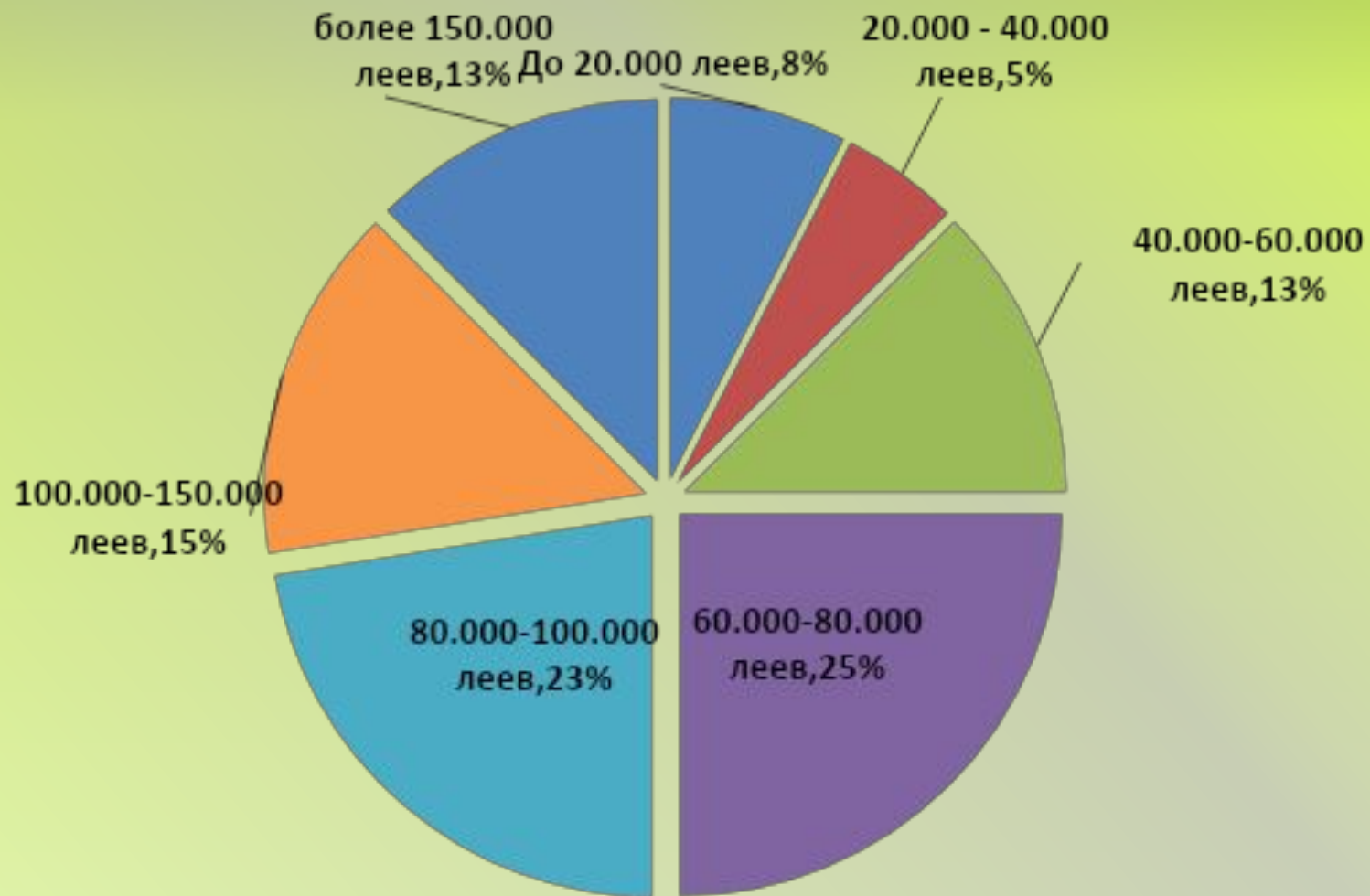
# Давность последнего ремонта



# Намерение отремонтировать нынешнее жильё

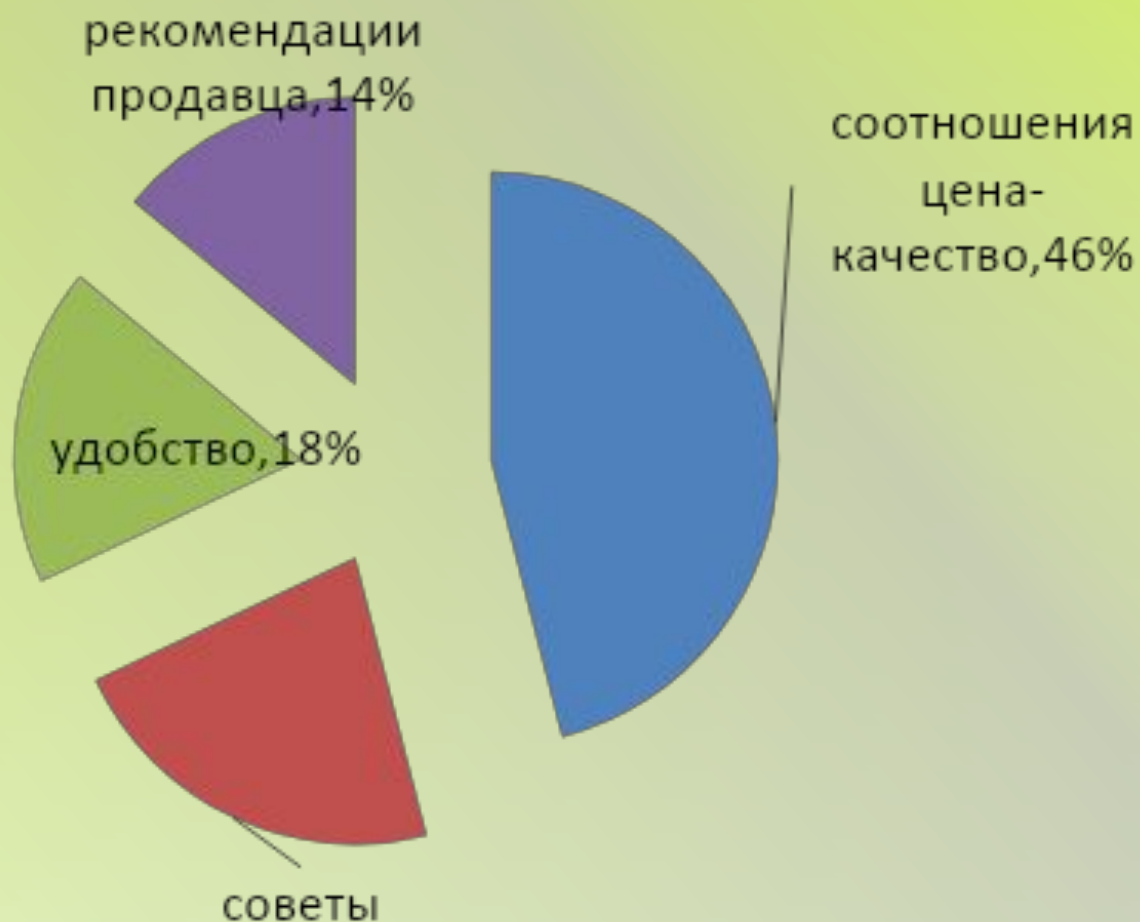


# Расходы на ремонт



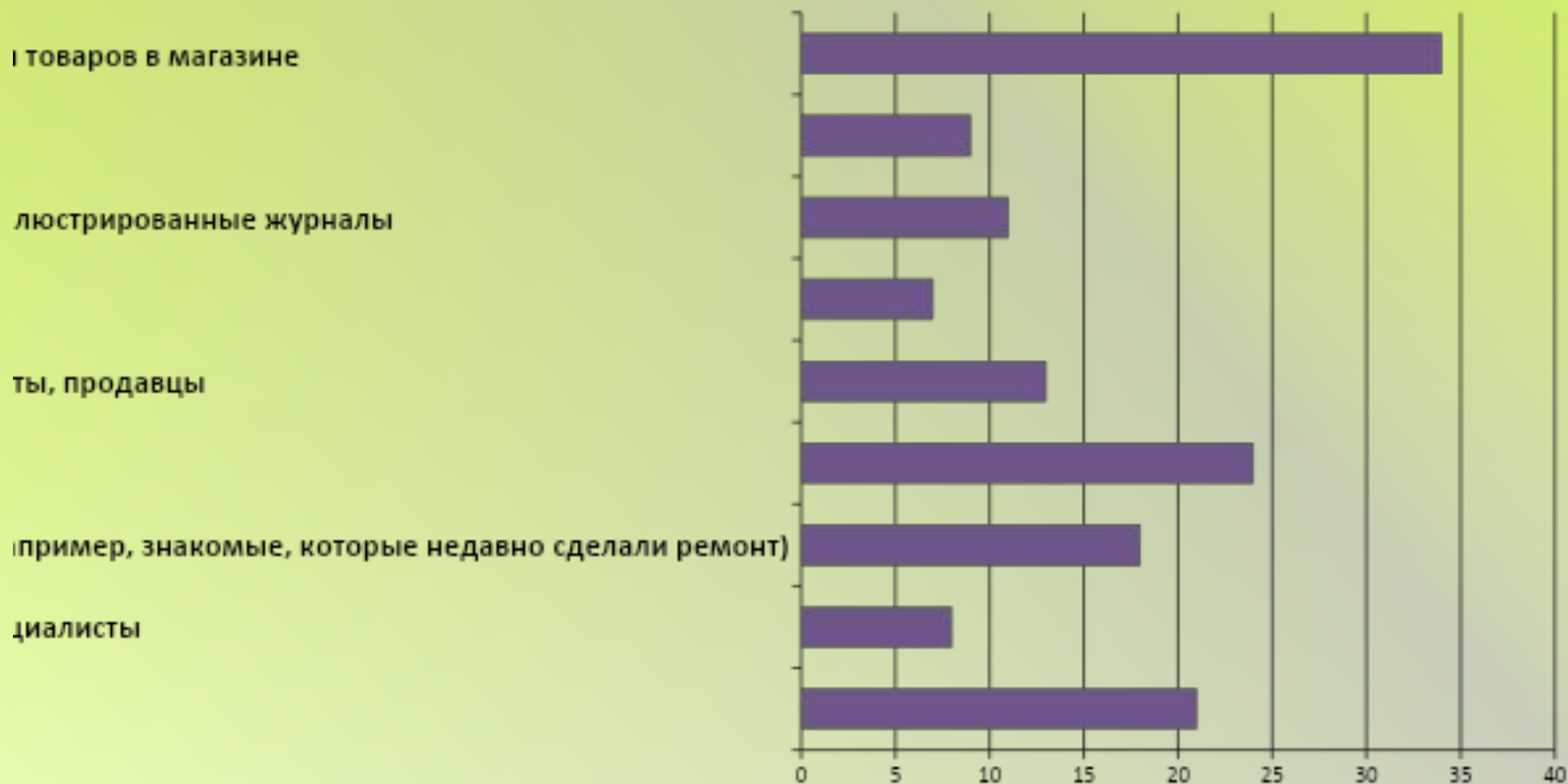


# Факторы, влияющие на решение потенциальных покупателей совершить покупки в магазине отделочных материалов





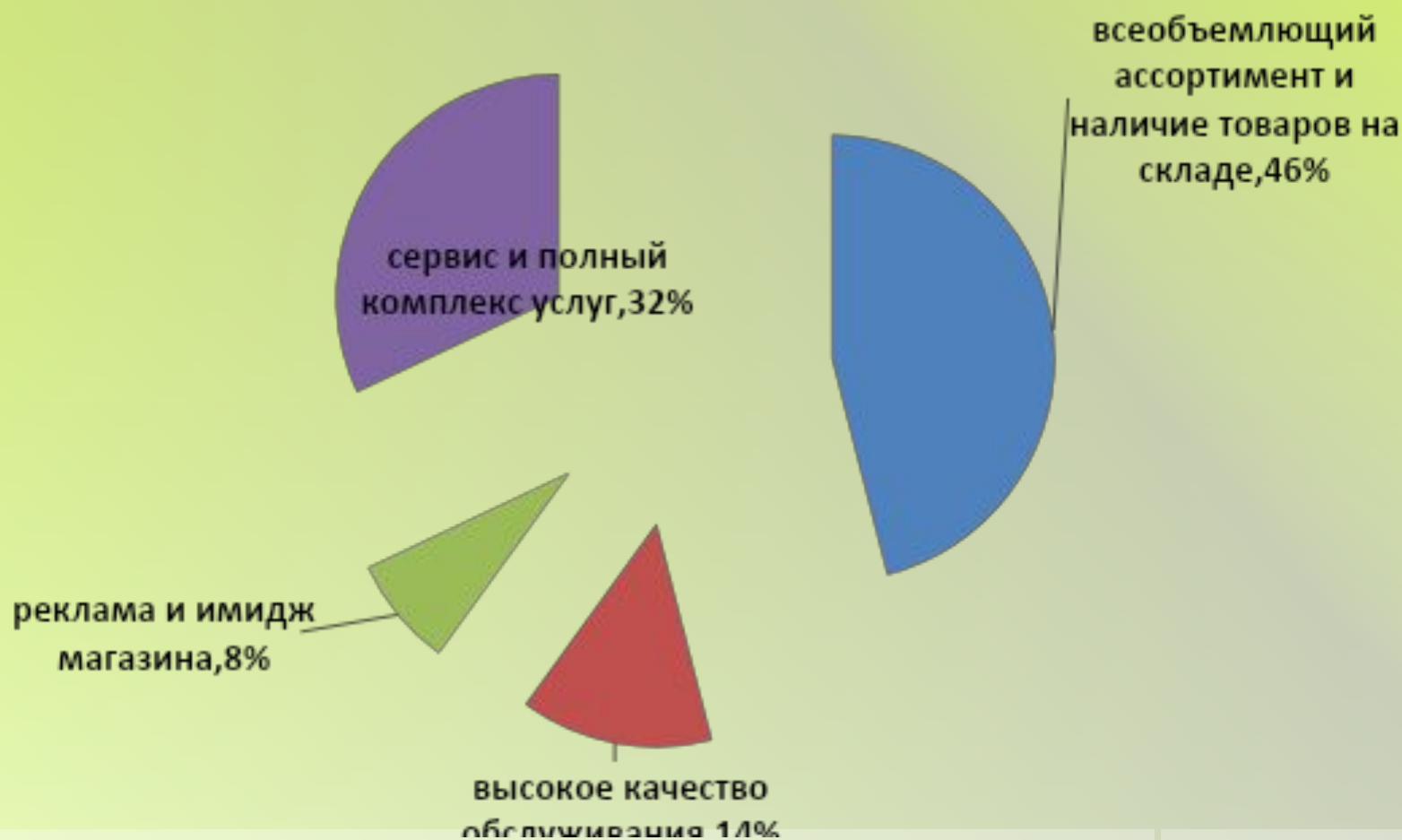
# Источники информации, которые влияют на выбор отделочных материалов и магазинов для их покупки



# Основные критерии при оценке качества отделочных материалов

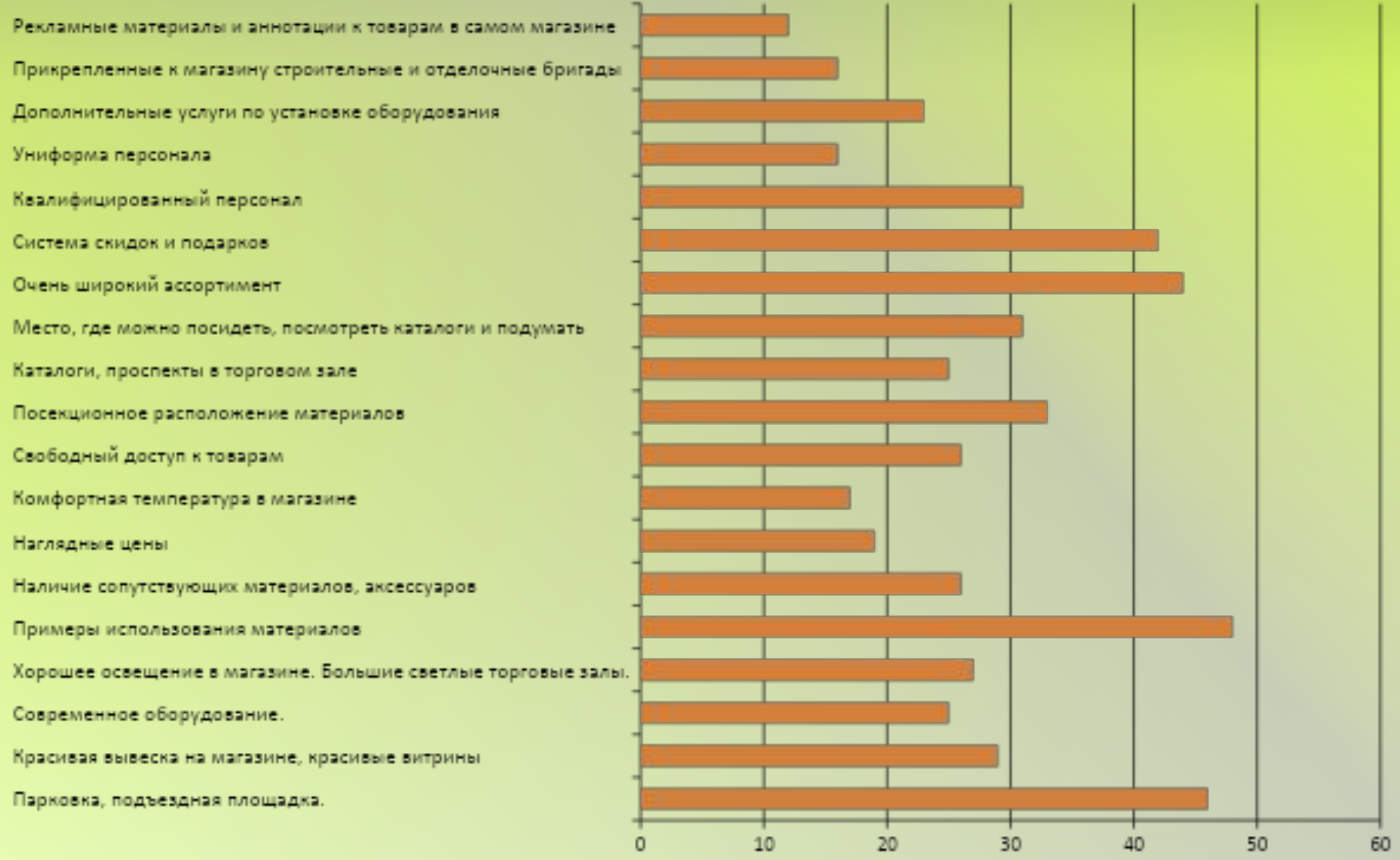


# Наиболее значимые характеристики магазина отделочных материалов

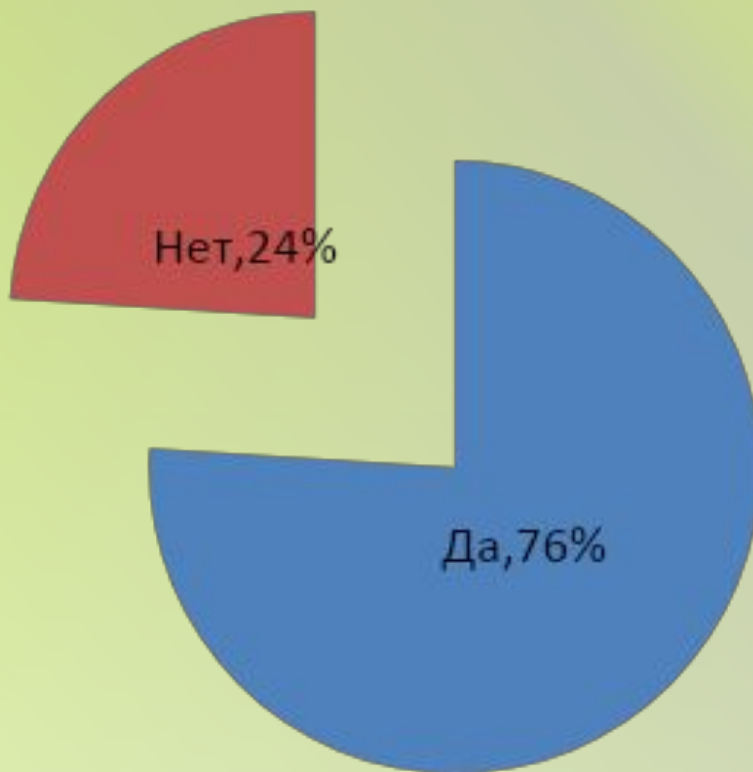




# Атрибуты идеального магазина товаров для ремонта



# 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!**