

НОУ СПО Уральский
экономический
колледж

Факультет
Коммерческой
деятельности и
управления

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«Особенности формирования
ассортимента радиоэлектронной
аппаратуры в магазине «М. Видео»»

Выполнил: Власов С.В
Научный руководитель:
Козырева И.Б.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что:

рыночные отношения предъявляют
повышенные требования к формированию
и рациональному управлению
ассортиментом потребительских товаров.

Основной целью дипломной работы является :

выявление факторов, влияющих на
ассортимент радиоэлектронной аппаратуры,
совершенствование ассортимента в «М.
Видео».

Задачи дипломной работы:

- ❖ Изучить современную литературу, выявить тенденции формирования ассортимента в современных условиях;
- ❖ Выявить факторы, влияющие на формирование ассортимента в «М. Видео»;
- ❖ Провести анализ ассортимента радиоэлектронной аппаратуры в «М. Видео» ;
- ❖ Выявить ошибки и дать рекомендацию по совершенствованию и построению ассортимента в «М. Видео».

Предметом моего исследования является:

выявление особенностей
формирования ассортимента
радиоэлектронной
аппаратуры .

Объектом изучения является:

Магазин «М. Видео».



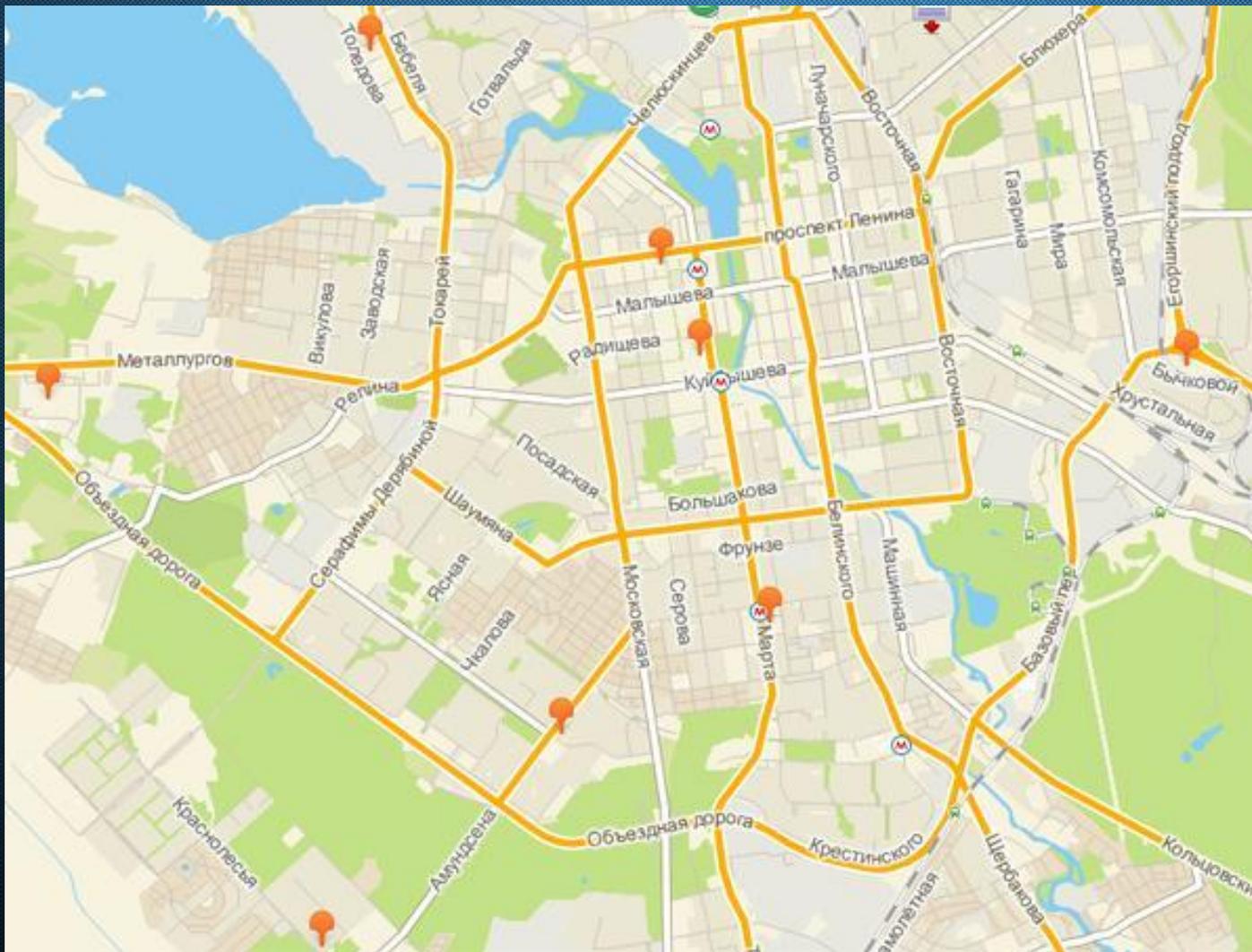
Характеристика магазина «М. Видео»

Компания «М. Видео» создана в 1993 году и является лидером рынка розничной торговли бытовой электроники.

Ключевая задача «М.Видео» - предоставление стандартного набора услуг для покупателя в любом магазине «М.Видео»

Основной вид деятельности магазина «М.Видео» - розничная торговля бытовой техникой и электроникой.

Расположение магазинов «М. Видео» в Екатеринбурге



8 Марта, 149 – 2 этаж;
ТРЦ Мегаполис;

8 Марта, 46 – 2 этаж; ТРЦ
Гринвич;

Амундсена, 63 –
цокольный этаж;
экомолл Гранат;

Вайнера, 10 – 5 этаж; ТЦ
Успенский;

Краснолесья, 12а – 3
этаж

Металлургов, 87 – 1 этаж;
ТЦ МЕГА;

Сибирский тракт
дублёр, 2 – 3 этаж; ТРЦ
КомсоМолл;

Халтурина, 55 –
цокольный этаж; ТРЦ
Карнавал.

Основатели торговой сети «М. Видео»



Александр Тынкован

Действующий президент



Михаил Тынкован



Павел Бреев

Генеральный
директор

Тенденции формирования ассортимента в современных условиях

Как следует из данных исследования, проведенных аналитиками «Яндекс.Маркетом», резкий рост цен на бытовую технику и электронику начался в последнюю неделю ноября прошлого года из-за скачка курсов валют, что спровоцировало ажиотаж среди покупателей.

В 2015 году со стабилизацией курса рубля рост цен на технику остановился. До конца марта стоимость товаров оставалась примерно на одном уровне, после чего началось ее плавное снижение.

Единственной категорией, где рост продолжился, являются популярные модели мобильных

Насколько подорожала бытовая техника

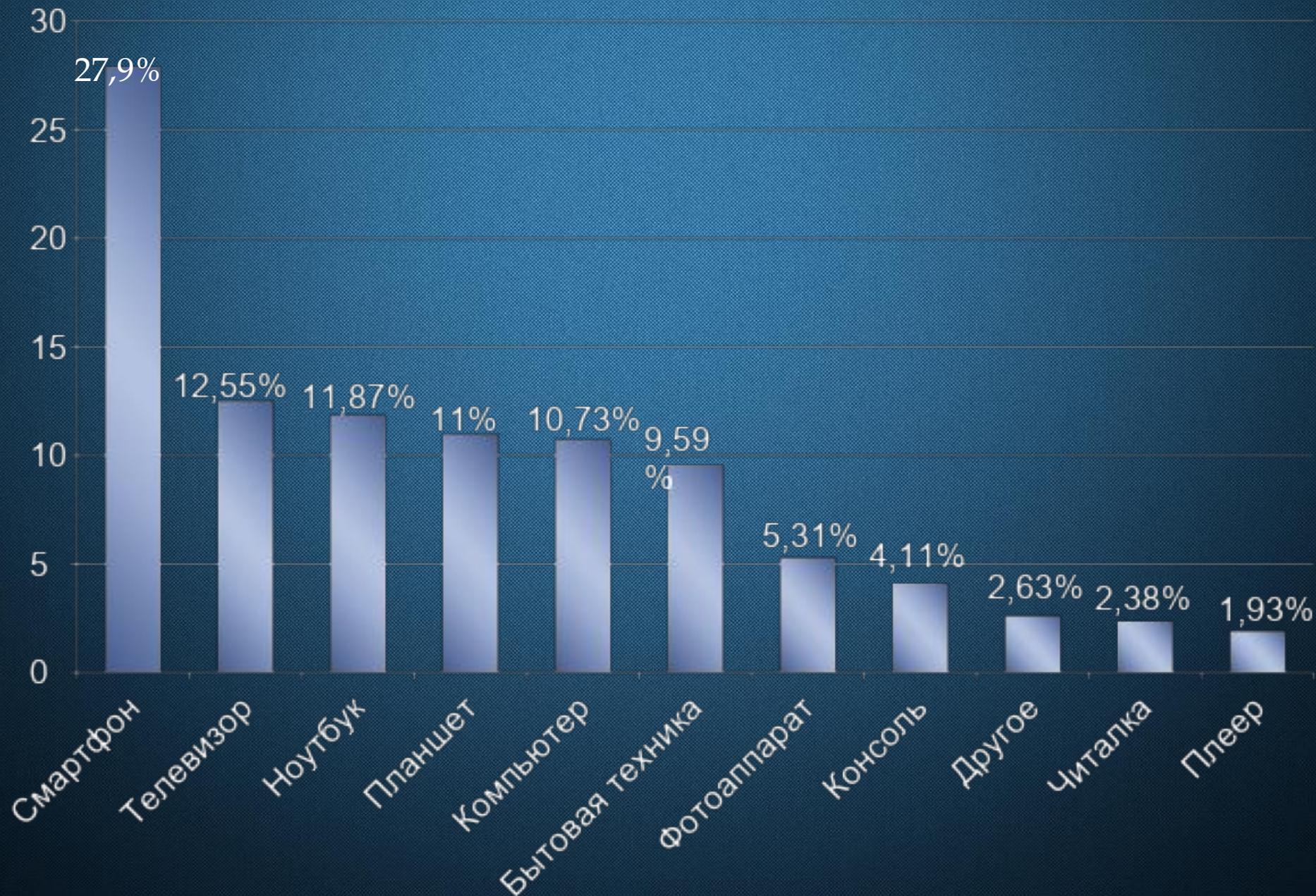
Исследование Hi-Tech.Mail.Ru показало, что более трети россиян не планируют обновлять электронику в 2015 году, в том числе 20,4% передумали из-за роста цен. Данные основаны на опросе 25 тысяч пользователей Рунета.

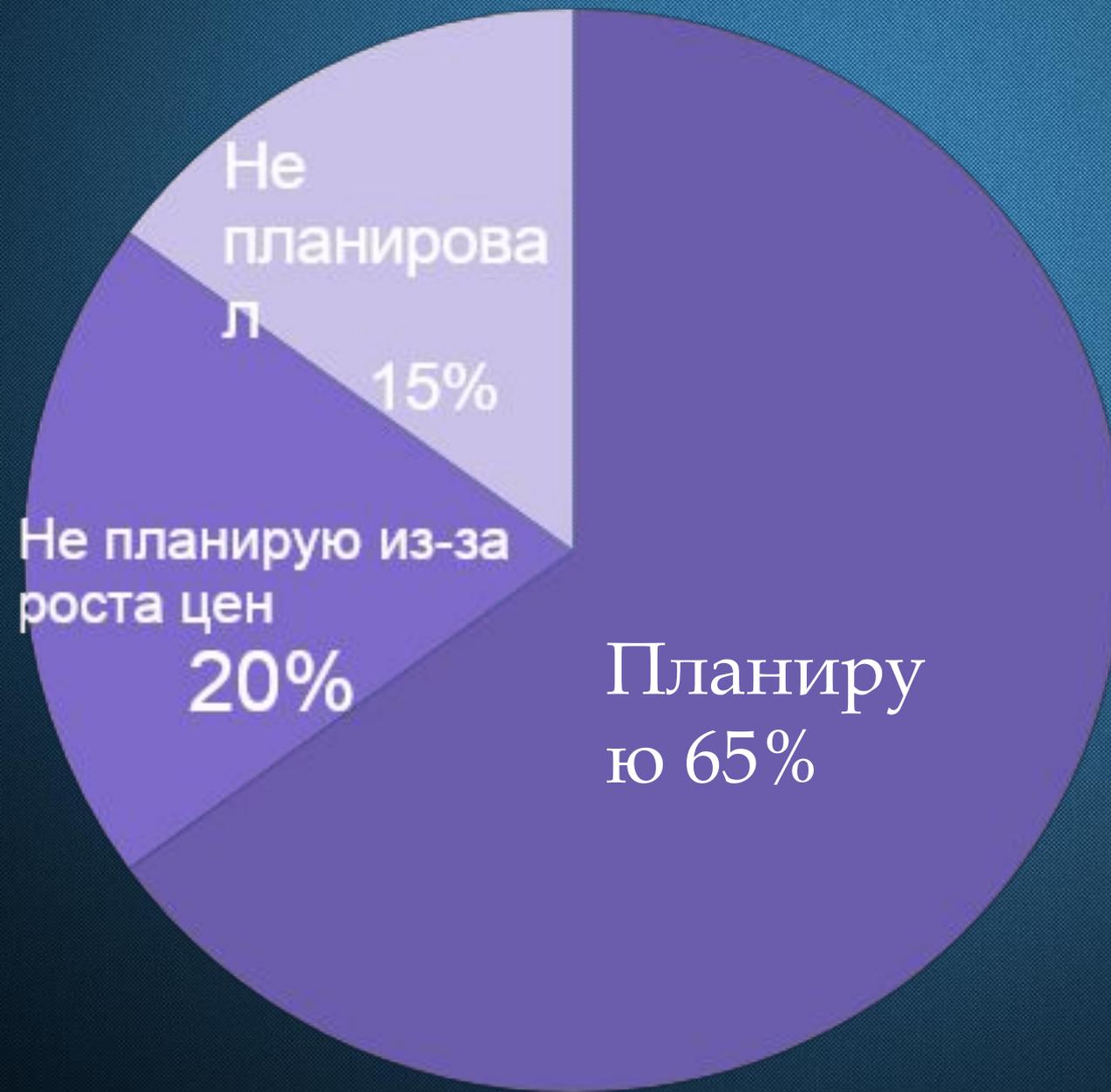
Планы россиян на приобретение электроники и бытовой техники в 2015

Снижение покупательной способности населения вкупе с возросшей ценой может привести, с одной стороны, к снижению емкости рынка БТиЭ, а с другой - к смещению продаж в сторону недорогой техники.



Планы россиян на приобретение электроники и бытовой техники на 2015 год





- Планирую
- Не планирую из-за роста цен
- Не планировал

Основные факторы, влияющие на формирование ассортимента

- Расположение магазина (район, интенсивность покупательских потоков, транспортная доступность);
- Спрос (сезонный (кондиционеры, обогреватели), постоянный (на тв, телефоны));
- Достижения научно-технического прогресса (выход новинок, товаров повышенного качества, товаров с дополненным функционалом)
- Материально-техническая база (площадь магазина, наличие склада)

Анализ ассортимента радиоэлектронной аппаратуры в «М. Видео»



Ассортимент товаров радиоэлектронной аппаратуры представлен достаточно широко, но имеется явное преобладание товаров из группы “аудиотехника”

Выявление недочетов и рекомендации по совершенствованию ассортимента

- Предоставить доступ к полному перечню ассортимента за счет установки в торговом зале терминалов с доступом к онлайн-магазину;
- Оперативней осуществлять контроль за своевременностью пополнения ассортимента популярных товаров (особенно в сезонные спросы);
- Повысить среднюю сумму чека благодаря продажам сопутствующих аксессуаров (за счет грамотной работы консультантов и дополнительных скидок);
- Эксклюзивное (возможно временное) обладание правом на реализацию какой-нибудь из популярных товаров, марок
- Расширить ассортимент более популярных товаров в сегменте "Теле, Видео", и снизить количество непопулярных товаров из категории "Цифровые товары"

Спасибо за внимание!