ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА НА ТОВАРЫ ДЛЯ РЕМОНТА ЖИЛЬЯ

АВТОР:
СТУДЕНТ ГРУППЫ. MKL 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)

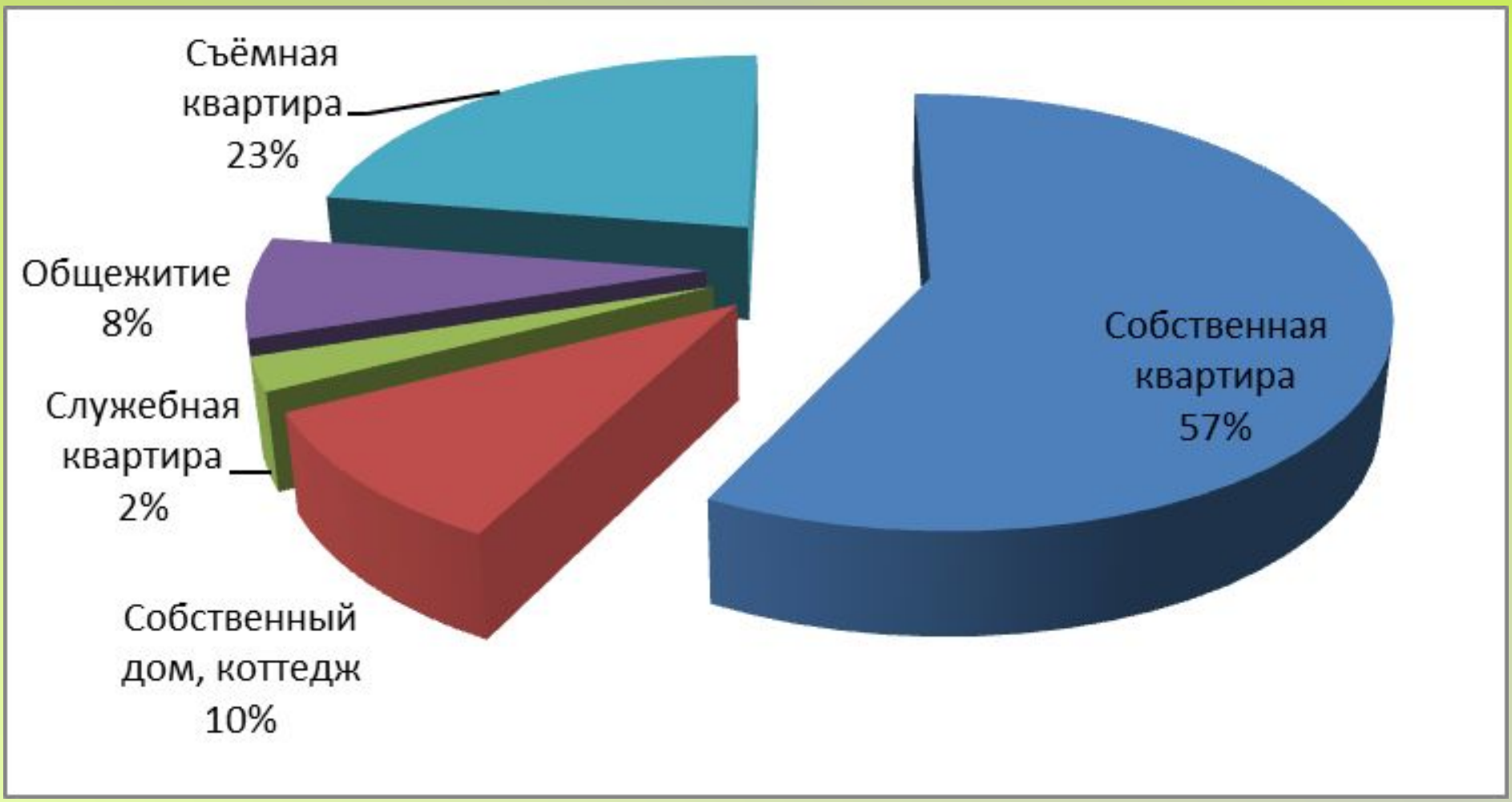
	2012	2013	2014	2015
Всего	502,5	515,0	497,3	498,2
в том числе: публичная	43,6	5,2	3,2	…
частная	418,8	456,9	457,0	…
другие формы	40,1	52,9	37,1	…

Ввод в действие жилых домов по типу местности

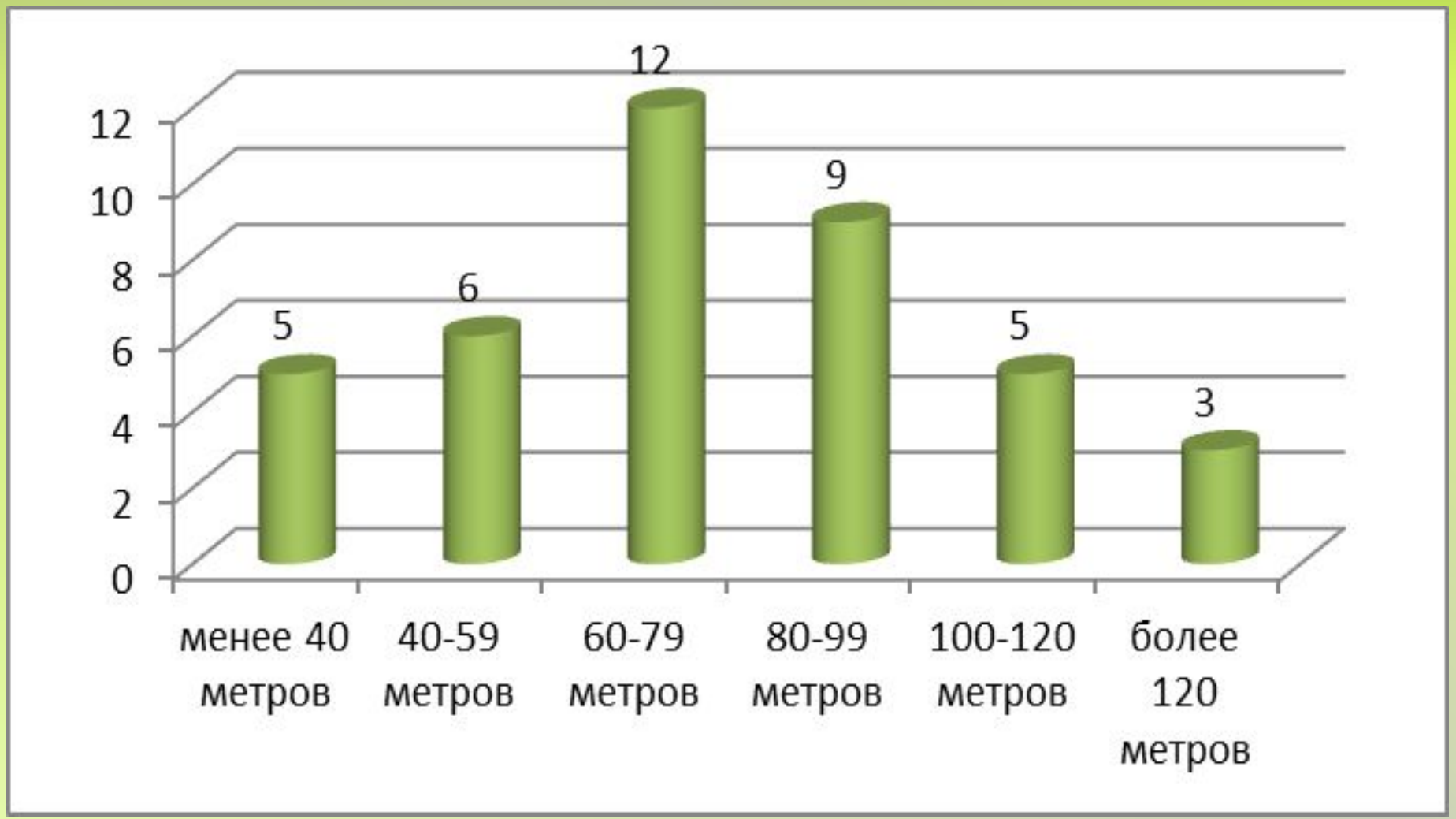
(тысяч м^2 общей площади)

	2012	2013	2014	2015
Всего	**502,5**	**515,0**	**497,3**	**498,2**
-в городской местности	352,1	418,4	411,9	…
-в сельской местност	150,4	96,6	85,4	…

Место проживания респондентов

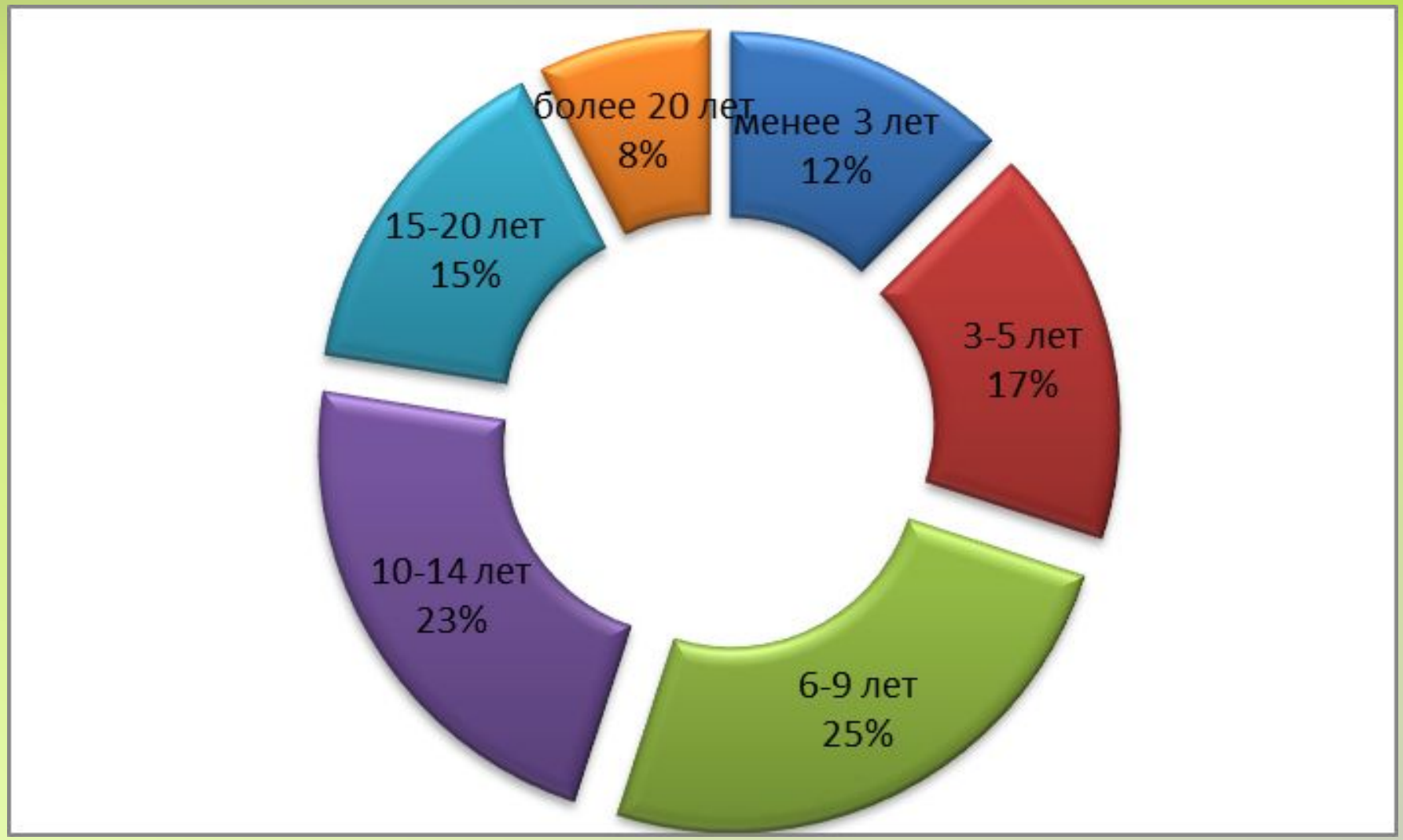


Площадь жилья

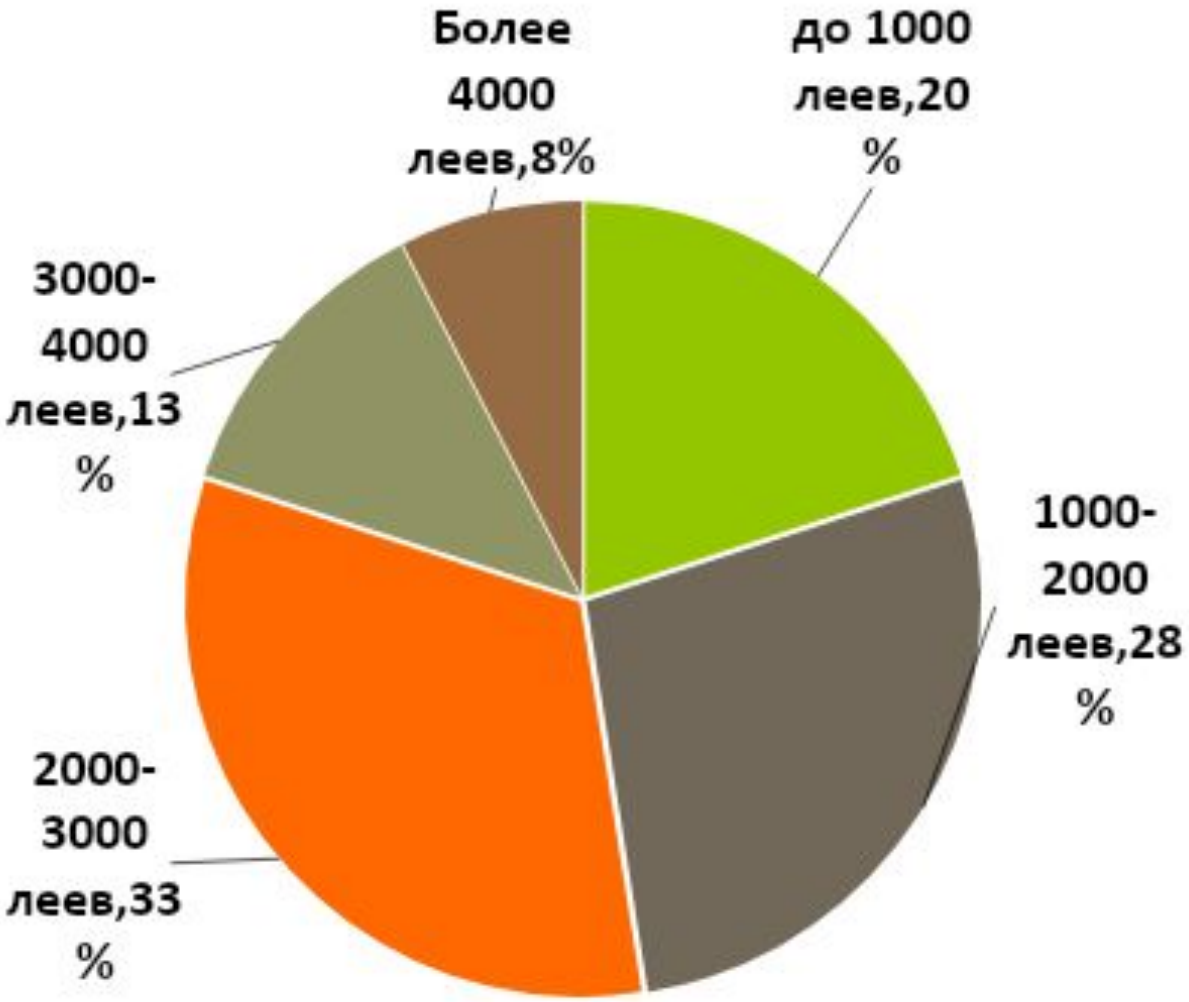


Количество комнат в жилье

Длительность проживания в нынешнем жилье

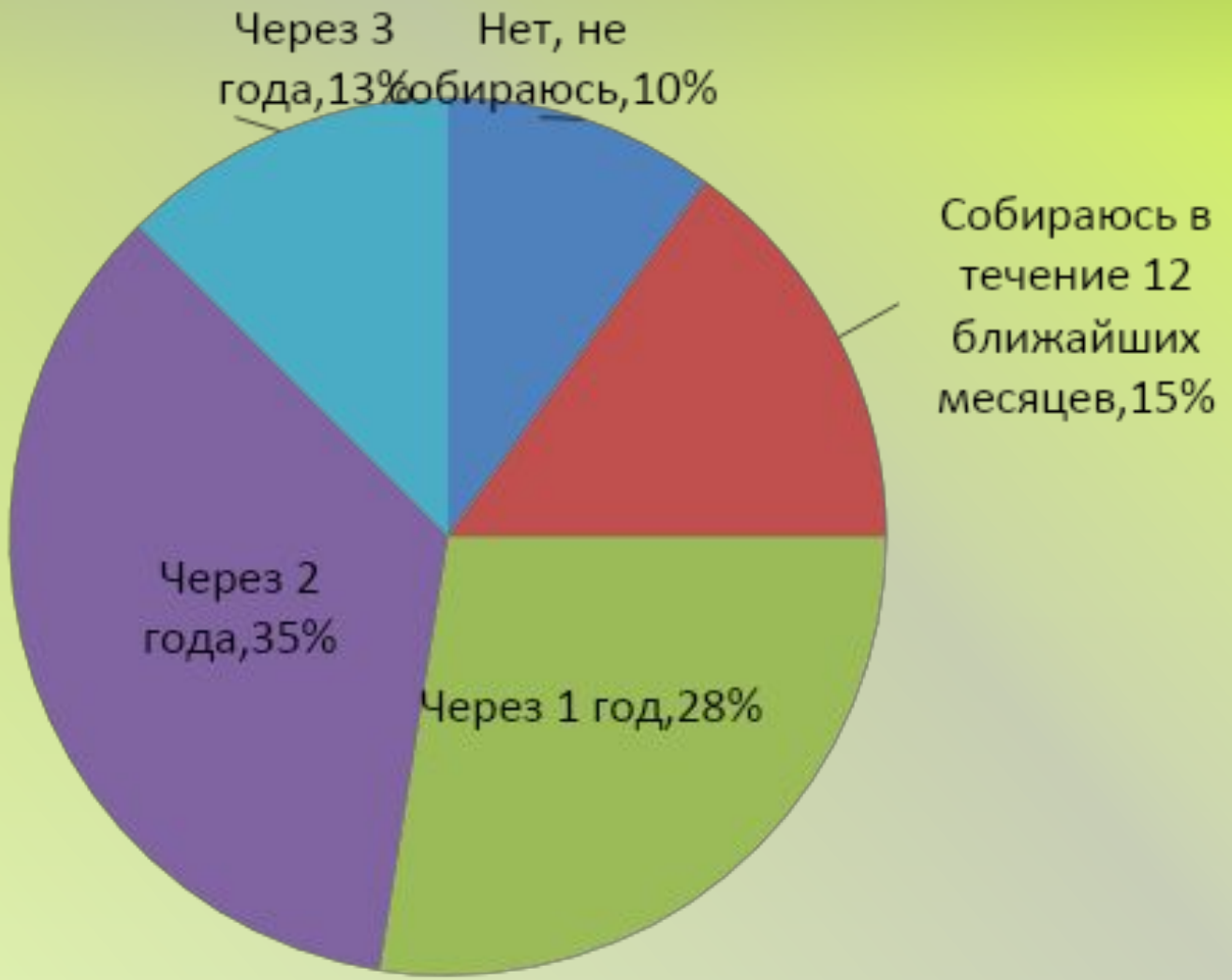


Расходы на текущее содержание жилья

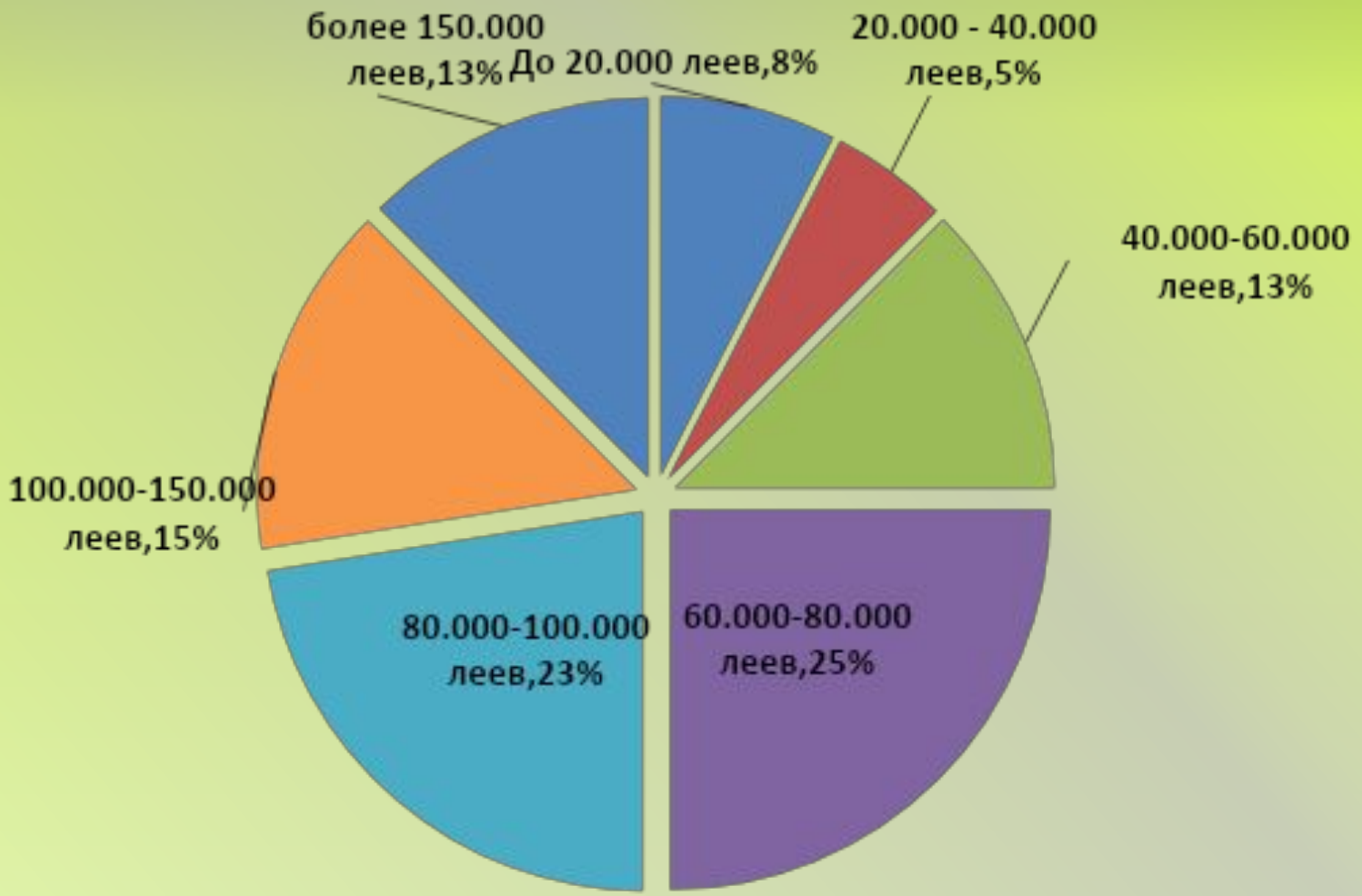


Давность последнего ремонта

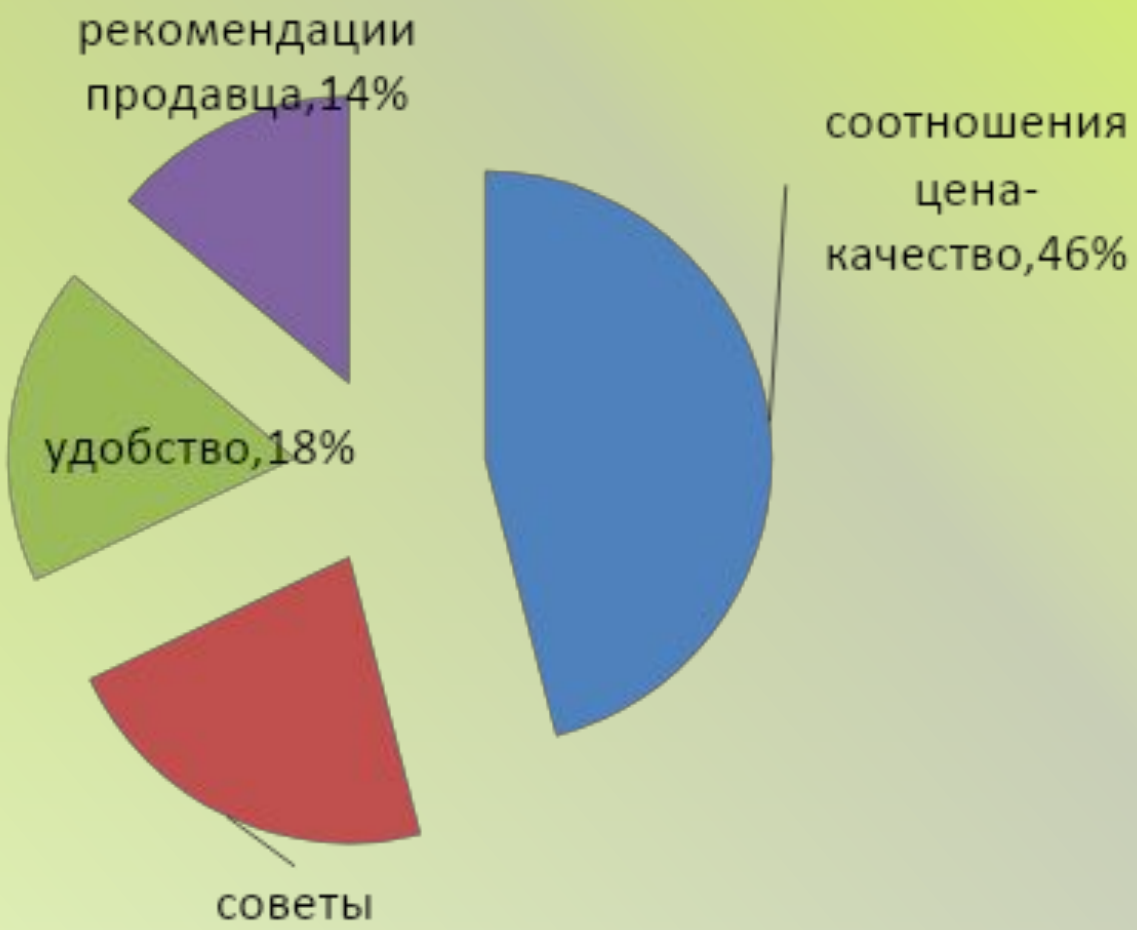
Намерение отремонтировать нынешнее жильё



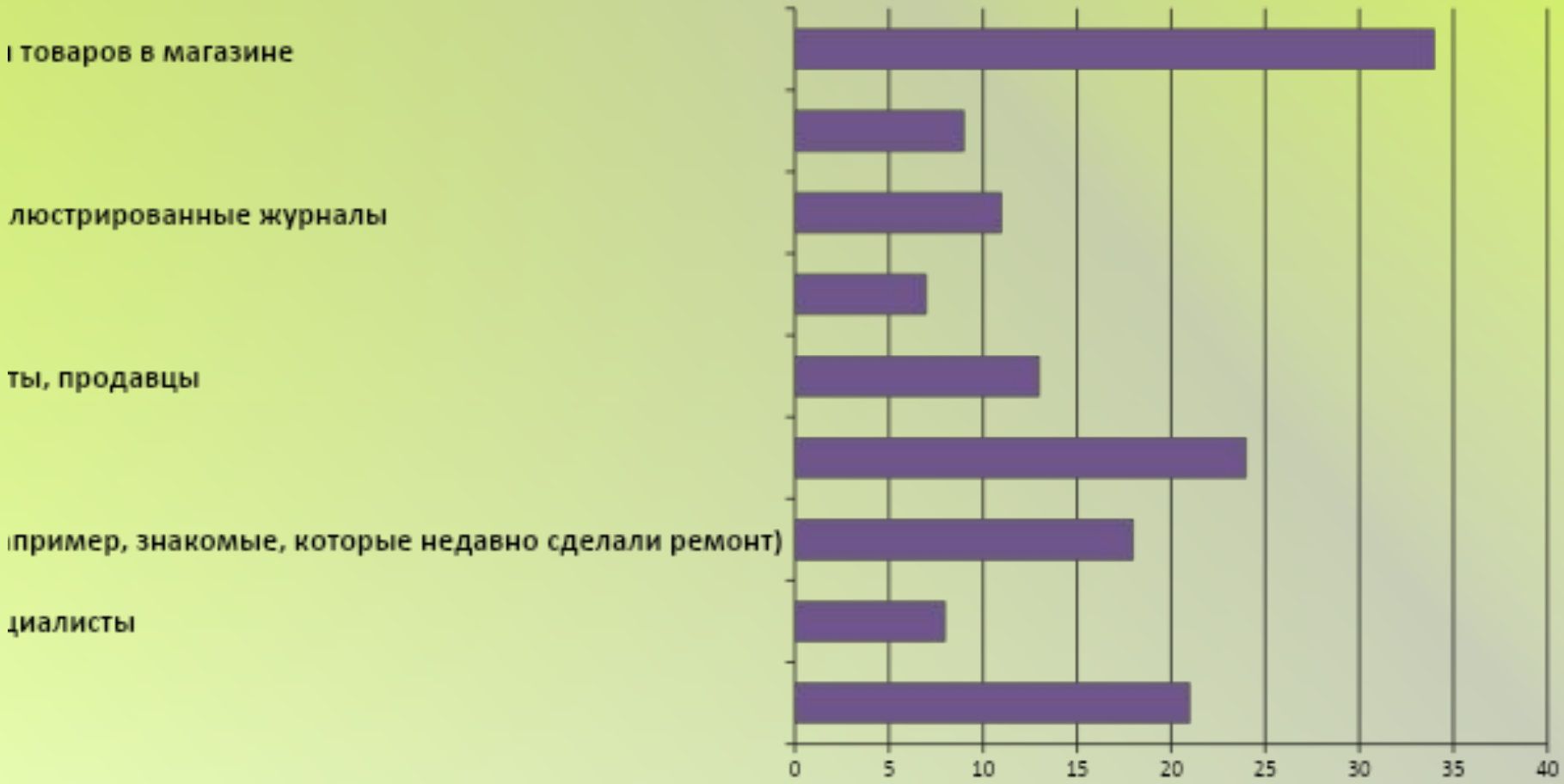
Расходы на ремонт



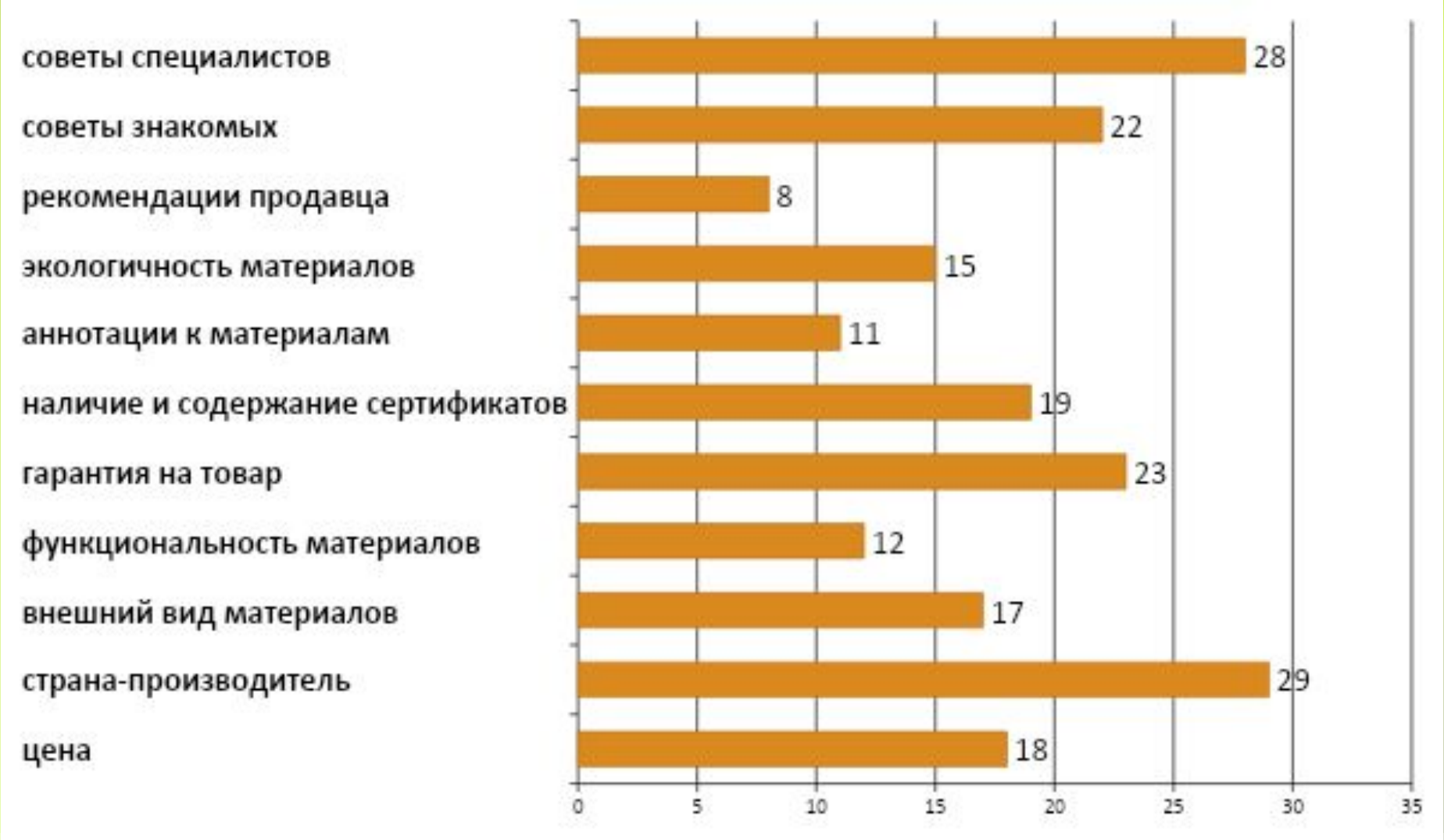
Факторы, влияющие на решение потенциальных покупателей совершить покупки в магазине отделочных материалов



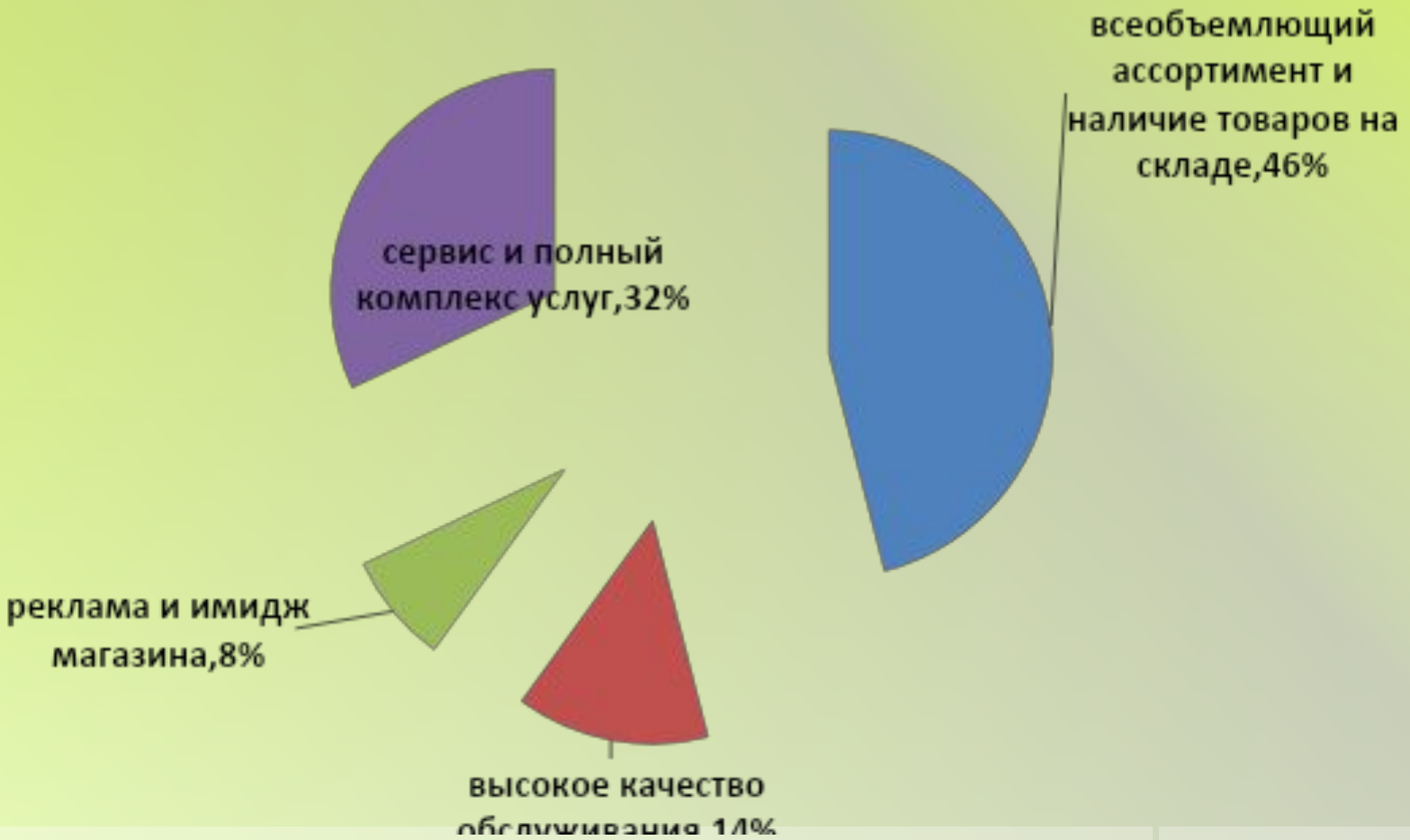
Источники информации, которые влияют на выбор отделочных материалов и магазинов для их покупки



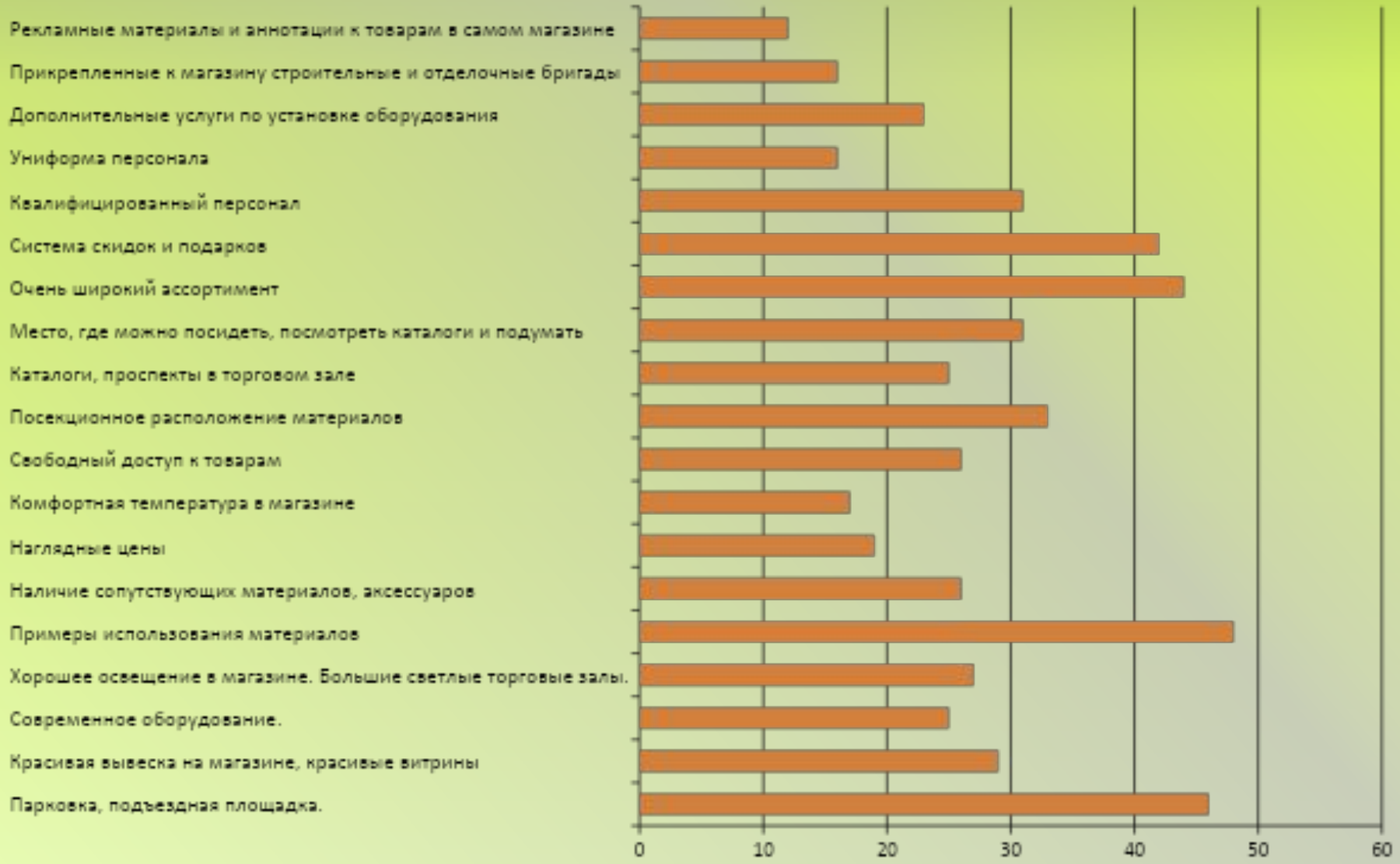
Основные критерии при оценке качества отделочных материалов



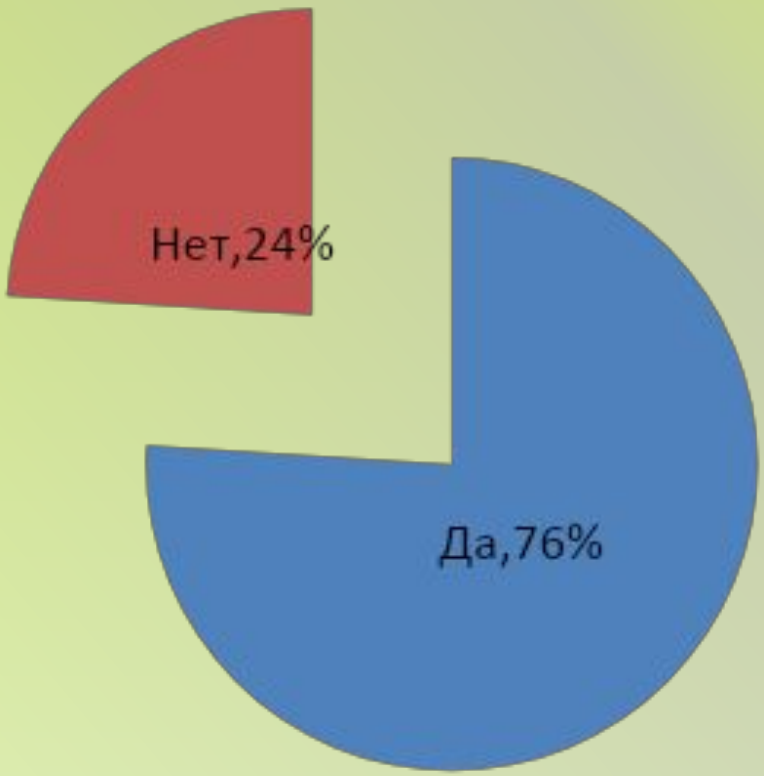
Наиболее значимые характеристики магазина отделочных материалов



Атрибуты идеального магазина товаров для ремонта



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!