

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОУ ВПО
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Факультет переподготовки специалистов

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
по дисциплине: Маркетинг

На тему Программа маркетингового исследования
фабрики Евromeбель

Екатеринбург 2009 г.

1. Фабрика Еврорембель

В 1994 году под руководством польского менеджера Всеслава Слапека была установлена и запущена линия по производству офисной корпусной мебели. Производственная база располагалась в пригороде Екатеринбурга – Березовском, внутри ангара. Образцом для первой серии офисной мебели стала продукция одного польского мебельного завода. Мебель, производимая на четырех станках 12 рабочими, по качеству не уступала серии «Моно» - самой массовой из поставляемых в Россию из Польши. Во многом это было достигнуто благодаря применению высококачественной импортной древесностружечной плиты с меламинированным покрытием, а также мебельной фурнитуры. Станочный парк состоял из польского и немецкого специализированного оборудования, аналогов которого в России на тот момент не было. «Фабрика Еврорембель» и сегодня использует в производстве надежное немецкое оборудование и экологичные материалы, заботясь, прежде всего о качестве своего продукта.

В конце 90-х годов польских менеджеров сменили российские управленцы, сумевшие перенять зарубежный опыт. Цех переехал на производственную базу г. Екатеринбурга. Серия мебели насчитывает около сотни наименований, а сама мебель становится все более сложной, эргономичной. Объемы производства росли – и их цех превратился в небольшую фабрику с торговым отделом, собственным транспортом, складами. Качеству Еврорембелли стали доверять. В это время компания выполняет крупные заказы для Управления судебного департамента Челябинской области и ХМАО; клиентами предприятия становятся крупные банки: Западно-Сибирский банк (г. Тюмень), Северная Казна, Уральский банк реконструкции и развития, МДМ банк. Администрация области отметила успехи «Фабрики Еврорембель» титулом «Лидер в бизнесе 1999».

В 2001 году фабрику оснастили новым, высокотехнологичным оборудованием, которое открыло дополнительные возможности в

производстве. В 2004 году было значительно расширен ассортимент предлагаемой продукции. Ориентируясь на клиентов стали предлагать не просто свою мебель, а комплексную поставку товаров для обустройства офисов.

Сегодня «Фабрика Евromeбель» - один из крупнейших производителей офисной мебели в Уральском регионе и Западной Сибири. Главные хиты «Фабрика Евromeбель» шесть серий оперативной офисной мебели. Изменилась цветовая гамма, в частности добавились два новых цвета: кремовый и голубой. Довольно приятные и благородные оттенки.

Поставка фурнитуры и аксессуаров для мебели от мировых брендов. Предприятие выпускает серийную мебель, мебель по индивидуальным проектам, мебель для руководителей, мебель для гостиниц, что значительно расширило возможности клиентов в плане оптимального обустройства офиса.

Клиенты не только в Екатеринбурге. Они в Башкирии и Удмуртии, в Иркутске и даже в Северном Казахстане.

Оптовая продажа осуществляется со складов в Москве, Екатеринбурге, Челябинске, Тюмени, Перми и Уфе. Для розничных покупателей и студий дизайна интерьера открыт Интернет-магазин Фиерашоп, где можно приобрести универсальные стойки, рейлинги, встраиваемые светильники, коллекции мебельных ручек...

«Фабрика Евromeбель», один из крупнейших игроков на уральском рынке офисной мебели, уже зарекомендовала себя как клиентоориентированное предприятие.

Учитывая потребности и интересы клиентов, специалисты фабрики считают необходимым из года в год совершенствовать модельный ряд мебели с учетом, что клиенты не должны ощущать неудобств из-за усложнения технологических процессов. Нужды и интересы клиентов превыше всего.

1.1 Проблема бизнеса

Расширение ассортимента выпускаемой продукции, а именно выпуск трансформируемой мебели для школьников.

1.2 Проблема исследования. Есть ли на рынке спрос на новые модели мебели?

Если да, то какую офисную мебель хотели бы увидеть потребители?

На какой потребительский сегмент должны быть ориентированы новые модели мебели?

1.3 Рабочие гипотезы

Факторы, влияющие на спрос новой продукции:

- Наличие потребности в данном виде мебели
- Наличие аналогичной продукции у конкурентов
- Мода на продукт

1.4 Цели заключительных исследований

- Выявление предпочтений различных потребителей.
- Какие модели мебели не представлены на рынке офисной мебели?
- Оценка конкурентоспособности данной мебели.

2. Концепция исследования:

Предмет исследования. Покупательский спрос, и факторы на него влияющие.

Объекты исследования. Покупатели мебели. Конкуренты.

Источники информации. Вторичная: тенденция развития рынка мебели для детей, ассортимент товара у фирм конкурентов, уровень качества данной продукции представленной на рынке, ценовая политики фирм-конкурентов в данном секторе продаж.

Первичная: информированность потребителей о данном виде мебели, выявление потребности и предпочтения покупателей.

Методы сбора информации.

1. Наблюдение: присутствие аналогичного товара у конкурентов, наличие рекламы.

2. Эксперимент: тестирование нового направления мебели, цветовой гаммы.

3. Опрос: экспертные оценки в области производства мебели для школьников, фокус-группы для выявления предпочтений и проблем потребителей, анкетирование потребителей в своих магазинах и на интернет-сайте для выявления необходимых дополнений к новой мебели,

Планирование выборки: 1. Подбор участников для фокус-групп целесообразно провести в рамках выделения потребительского сегмента. Ключевыми параметрами для отбора участников могут быть: доход семьи, количество детей, обеспеченность жильем.

2. Проведение анкетирования покупателей. Объем выборки зависит от предварительной сегментации рынка.

Инструменты исследования: План проведения фокус-группы. Анкета. Опросник для оптовиков. Карта наблюдений.

Организация исследования. 1. Сбор вторичных данных и сортировка;

2. Априорное сегментирование рынка по формальным признакам;

3. Проведение фокус-групп;

4. Анкетирование в местах продаж и на интернет-сайте.

Метод обработки информации. Простое и множественное сравнение данных, экспертные оценки в виде аналитической записки, графический анализ, Дельфи.

Результаты исследования. Сетка сегментирования; матрица и график конкурентоспособности товара; текстовые отчеты о фокус-группах, анкетировании; рекомендации; прогноз продаж с учетом разработанных рекомендаций.

Состав исследовательской группы. Специалисты отдела маркетинга, привлеченные специалисты – социологи, студенты вузов для анкетирования.

Сроки проведения исследования. С 01.11.2009 по 31.12.2009

Бюджет исследования. Смета затрат.

3. План проведения фокус-группы

Ключевые параметры для отбора участников: доход семьи, количество детей, обеспеченность жильем

Количество участников – 5-8 чел.

Время проведения: 1,5 часа

Во время проведения фокус-группы ведется аудио и видео наблюдение

Цели фокус-группы:

Услышать реального потребителя, изучить поведение потребителя.

Получить качественную информацию

Узнать мнение покупателей о новых товарах.

Вводная часть

Здравствуйте. Меня зовут Спасибо, что Вы пришли.

Сегодня мы обсудим ряд тем, которые касаются мебели для школьников.

Нас интересует мнение каждого из Вас. Здесь не может быть правильных и неправильных ответов. Поэтому внимательно слушайте друг друга.

При беседе говорите все, что Вы думаете по обсуждаемому вопросу.

Для того чтобы мы могли впоследствии проанализировать ход нашей беседы, она будет записываться на пленку. При этом все Ваши высказывания будут использоваться анонимно и в обобщенном виде.

Теперь давайте познакомимся. Представьтесь, пожалуйста (краткий рассказ о себе, своей семье, возрасте, профессии, хобби и увлечениях).

Изучение потребительского поведения

С чем у вас ассоциируется словосочетание «мебель для школьников»?

Приобретали ли вы когда-нибудь мебель для своих детей. Расскажите, как это было. Почему вы купили именно такую мебель, а не другую?

Где вы обычно покупаете продукцию мебель (магазины мебели, интернет магазины и т.д.)? Почему именно там?

Когда Вы идете выбирать мебель Вы уже знаете, какую будете покупать мебель?

Какого производителя мебели вы совершали покупки?

Почему именно этого производителя? Поясните.

Отличается ли продукция у разных производителей? Если «Да», то чем?

Вспомните, когда Вы были ребенком, то какую мебель Вы хотели?

Каким цветом должна быть мебель для школьников?

Новые виды мебели, информационная поддержка

Какую мебель для школьников вы знаете? Есть ли у Вас такая мебель?

Откуда вы узнаете о новинках мебели?

Где вы приобретаете товары для детей, и где можно преобразить мебель для школьников?

В каком виде вам было бы удобнее получать такую информацию? Объясните.

4. Анкета

Уважаемый покупатель!

Мы проводим исследование общественного мнения. Наш опрос посвящён продукции мебели для школьников. В результате исследования наша компания получает знания о Ваших предпочтениях!

Чтобы ответить на вопрос поставьте отметку напротив знака, ☺
либо собственный вариант в поле «Иное _____».

Мы гарантируем, что предоставленная Вами информация не будет разглашена.

Заранее благодарим Вас за правдивые ответы на вопросы.

1. Как вы считаете, мебель для школьника –это:

- ☺ Письменный стол и стул
- ☺ Трансформируемый для нужд ребенка комплекс мебели с рабочим

местом

2. Покупали вы когда-нибудь раньше мебель для школьника?

- ☺ Да
- ☺ Нет

3. Где Вы будете покупаете мебель для школьников?

- ☺ В специализированном мебельном магазине
- ☺ На рынке
- ☺ В интернет - магазине
- ☺ На выставке
- ☺ В магазине с детскими товарами
- ☺ Иное _____

4. Что определяет выбор места покупки мебели для школьников?

- ☺ Ассортимент представленного товара
- ☺ Качество товара
- ☺ Уровень цен
- ☺ Уровень обслуживания

Удобное месторасположение (рядом с домом)

Иное _____

5. Каких производителей мебели для школьников вы знаете:

аааааааааааааа

бббббббббббббб

вввввввввввввв

Иное _____

6. Представьте, что Вы выбираете мебель для школьника

Что будет определять Ваш окончательный выбор?

Цена

Качество

Производитель

Функциональность

Цветовое решение

Иное _____

7. Укажите, пожалуйста, Ваш пол

Мужской

Женский

8. Ваш возраст

20 – 24

25 – 29

30 – 34

35 – 39

40 – 44

45 – 49

50 – 54

Старше 54

9. Укажите, пожалуйста, свою сферу занятости

Общественные организации

Промышленное производство

- Торговля, общественное питание
- Услуги
- Силовые структуры
- Культура, искусство, СМИ
- Образование и наука
- Медицина
- Финансы
- Юриспруденция
- Частная предпринимательская деятельность
- Пенсионер
- Иное _____

10. Средний доход на одного члена семьи

- 4500 – 9500
- 9500 – 14000
- 14000 – 18500
- 18500 – 23000
- 23000

11. Есть ли у Вас дети?

- Детей нет
- Один ребенок
- Два ребенка
- Три ребенка
- Четыре и более

12. Есть ли у Вашего ребенка (детей) своя комната?

- Да
- Нет
- Иное _____

13. Как вы думаете, какими качествами должна обладать мебель для школьников?

- Функциональность.

- ☺ Травмобезопасной.
- ☺ Надежность.
- ☺ Интересным дизайнерским решением
- ☺ удобностью
- ☺ Иное _____

Уважаемый потребитель мы благодарим Вас за помощь!

Большое спасибо за ответы. Желаем Вам всего самого доброго!

5. Опросник для клиентов-оптовиков

Фабрика Евromeбель- будет очень признательно, если Вы ответите на наши вопросы.

Пожалуйста, прочитайте вопрос и поставьте любой знак в скобках, рядом с тем ответом, который совпадает с Вашим мнением. Если ни один ответ Вам не подходит, напишите свое мнение на свободном месте.

1. Вы приобретаете мебель нашей фирмы:

впервые ()

вторично ()

являюсь постоянным клиентом ()

2. Ваше мнение о мебели нашей фирмы:

качество: отвратительное терпимое хорошее отличное

() () () ()

цена: низкая приемлемая высокая очень высокая

() () () ()

3. Какой товар вы приобретаете у нас?

☉ Только рабочие места

☉ Полные комплекты офисной мебели

☉ Универсальные стойки, рейлинги, встраиваемые светильники,

коллекции мебельных ручек

4. Будете ли вы приобретать на реализацию новую линейку мебели, а именно мебель для школьников?

☉ Да

☉ Нет

5. Почему, по-вашему, мнению мебель для школьников будет или не будет пользоваться спросом?

6. На какую сумму Вы готовы брать мебель для школьников?

- ☺ До 50 тыс.руб.
- ☺ От 50 до 100 тыс.руб.
- ☺ От 100 до 500 тыс.руб.
- ☺ От 500 тыс.руб. до 1000 тыс.руб.
- ☺ Более 1000 тыс.руб.
- ☺ Не буду брать, потому что _____

Большое спасибо за ответы и благодарим Вас за покупку.

Желаем Вам всего самого доброго!