

ФОРМИРОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПРОСА НА АССОРТИМЕНТ БУКИНИСТИЧЕСКОГО МАГАЗИНА «ПИКВИК»

В.Э. Елифанов

Формирование книготоргового ассортимента букинистического магазина «Пиквик» базируется на данных, полученных в ходе изучения библиотечных фондов и репертуара читательских потребностей. Его основными этапами являются разработка типологической модели оптимального книготоргового ассортимента, отбор из книгоиздательского репертуара и включение в книготорговый ассортимент изданий, соответствующих этой модели.

Исследование книжного ассортимента – сложный, иерархически структурированный процесс, последовательно развертывающийся во времени.

Исследования книжного рынка уменьшают вероятность краха и позволяют проверить местный рынок перед тем, как начинать новый бизнес. В некоторых случаях исследования книжного рынка могут обеспечить лидирующее положение по объему потенциальных продаж. Ведение бизнеса без соответствующей информации часто оказывается самой дорогостоящей формой исследований, если бизнес терпит неудачу.

Ассортимент книжного магазина «Пиквик» разбит на тематические разделы, произведена сортировка по автору, затем по названию. Товарная номенклатура представлена книгами по экономике, праву, бухучету, вычислительной технике, медицине, кулинарии, эзотерике, философии, психологии, истории, книги на иностранных языках, детективы, художественная и детская литература, поэзия, фантастика, классика, лучшие образцы любовного романа. На сайте компании постоянно устраиваются информационно-познавательные встречи с авторами книг, членами союза журналистов, заслуженными работниками культуры.

Анализ спроса следует проводить, используя следующую систему показателей:

- объем потребления,
- оценка видимого потребления, оценка покупательной способности,
- анализ потребительских требований и предпочтений,
- оценка воздействия научно-технического прогресса на состояние и динамику спроса.

Покупательная способность населения рассчитывается путем анализа ряда показателей: уровня цен, уровня заработной платы, уровня сбережений и др. Важно также знать спрос на все виды сопоставимой продукции, общую сумму доходов населения с разбивкой по регионам, фонд заработной платы, индекс стоимости жизни, уровень налогообложения, процентное отношение стоимости квартплаты и бытовых услуг к размеру реальной заработной платы.

В процессе анализа конъюнктуры рынка особое внимание отводится изучению покупательских требований и предпочтений. Система показателей, необходимых для этого, имеет следующий вид:

1) общие требования потребителя к изданию (новизна и техническая характеристика издания, качество изготовления, уровень послепродажного обслуживания и характер предоставляемых услуг, соотношение цены издания и полезного эффекта от его использования).

2) специфические требования потребителя к качеству издания, его внешнему виду, способу упаковки, товарному знаку (качество издания, оценка его вида, способа упаковки и маркировки, использование товарного знака, действующие технические стандарты, привычки и вкусы потребителя, надежность и удобство издания при использовании);

3) изучение действий потребителей в отношении оценки и выбора издания с учетом его характера и назначения.