

**Применить один из методов
эмпирического исследования системы
управления к выбранному объекту.**

**Выполнила
Иванова Алёна
группа ЭМБ-031-3-01**

Объект: ООО «Инмарко-Трейд»

Выбранный метод – сравнение

Цель исследования: сравнить товарные линейки выбранного объекта с товарными линейками конкурентов, выявить преимущества и недостатки.



Ход исследования

1. Были выявлены основные конкуренты марки на областном рынке (СибХолод, Гроспирон).
2. Сформирован перечень основных позиций для сравнения.
3. Произведено сравнение по параметру по ассортименту.
4. Сделаны выводы.



Перечень основных позиций для сравнения:

Вид мороженого/ Марка	Инмарко	СибХолод	Гроспирон
эскимо	34	30	11
стаканчик	15	27	21
рожок	6	10	14
ведерки	9	5	9
сэндвич	3	6	0
контейнер	33	7	7
Итого:	100	85	62

Выводы

1. Наиболее полный ассортимент у исследуемого объекта присутствует по категориям «эскимо» и «контейнер», последняя позиция особенно выигрышна, т. к. у конкурентов представлен узкий выбор по данной категории.
2. Меньше всего позиций в категориях «рожок» и «сэндвич». Сделав сравнительный анализ, можно предположить, что добавление новых вкусов мороженого по позиции «рожок» могло бы улучшить конкурентные преимущества «Инмарко».
3. В целом, по таблице видно, что «Инмарко» лидирует по количеству позиций среди разных видов мороженого, однако, стоит обратить внимание на то, что «СибХолод» отстает всего на 15 наименований, и, кроме того, имеет более широкий выбор по позиции «стаканчик».