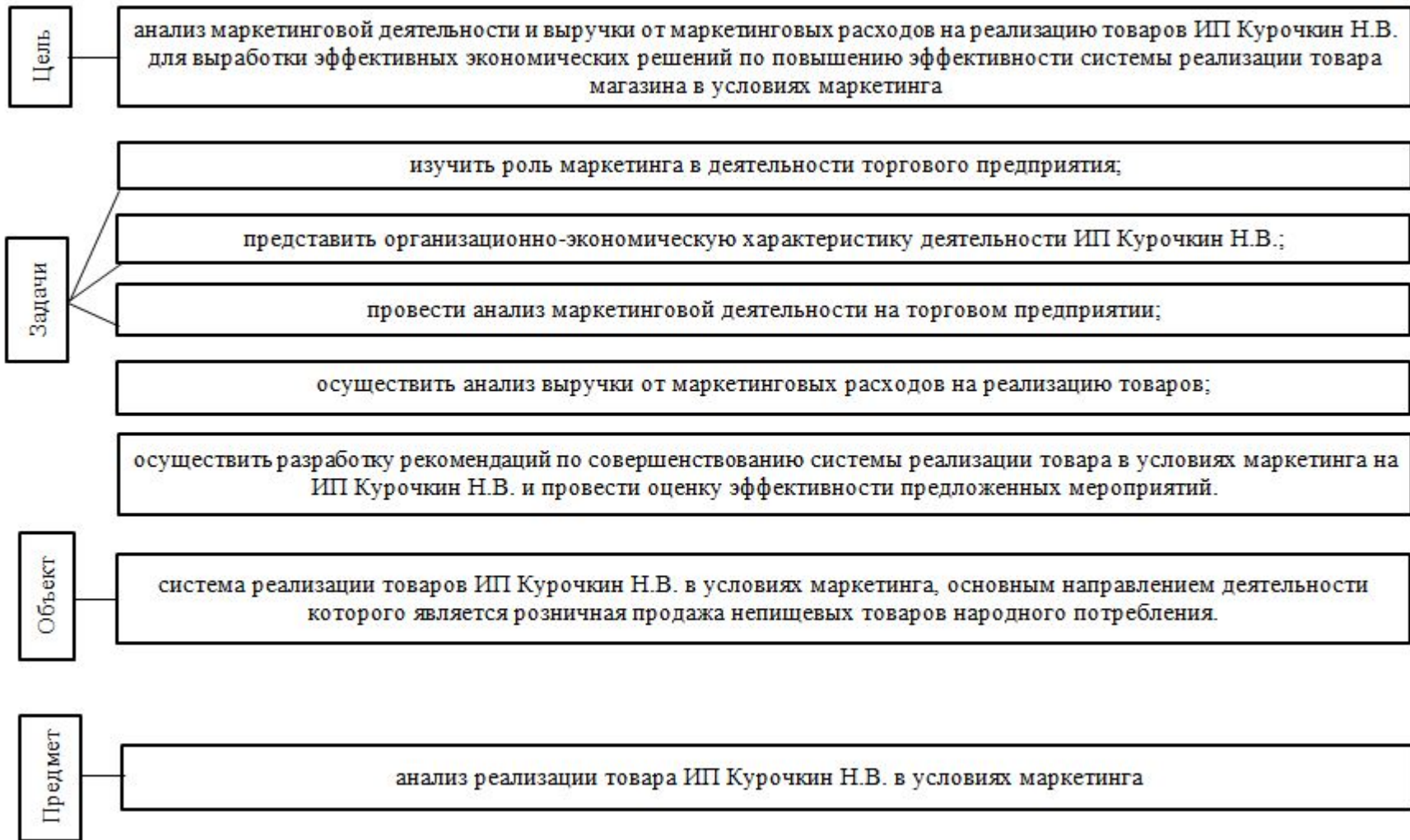


Тема работы:  
**«Реализация товара в условиях маркетинга (на примере  
ИП Курочкин Н.В.)»**

Выполнила: Голубева Юлия Александровна  
Научный руководитель:

Тула 2016



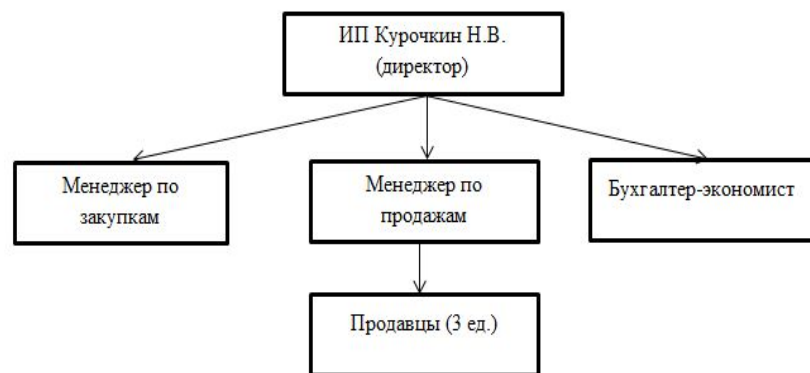
# Характеристика организационно-экономической деятельности ИП

## Куручкин Н.В.

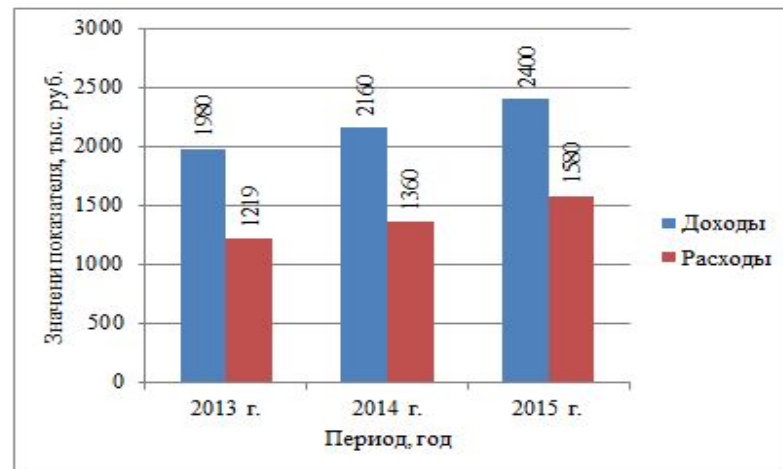
Динамика основных показателей хозяйственной деятельности магазина «Промтовары» ИП Куручкина Н.В. за 2013-2015 гг.

| Наименование показателей                 | Значение показателей, тыс. руб. |         |         | Абс. динамика (+/-), тыс. руб. |                   |
|--|---------------------------------|---------|---------|--------------------------------|-------------------|
|  | 2013 г.                         | 2014 г. | 2015 г. | 2014 г. к 2013 г.              | 2015 г. к 2014 г. |
| 1. Выручка, тыс. руб.                    | 1980                            | 2160    | 2400    | +180                           | +240              |
| 2. Себестоимость продаж, тыс. руб.       | 1023                            | 1147    | 1344    | +124                           | +197              |
| 3. Валовая прибыль, тыс. руб.            | 957                             | 1013    | 1056    | +56                            | +43               |
| 4. Коммерческие расходы, тыс. руб.       | 46                              | 52      | 64      | +6                             | +12               |
| 5. Прибыль от продаж, тыс. руб.          | 911                             | 961     | 992     | +50                            | +31               |
| 6. Прочие расходы, тыс. руб.             | 13                              | 20      | 27      | +7                             | +7                |
| 7. Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 898                             | 941     | 965     | +43                            | +24               |
| 8. Текущий налог на прибыль, тыс. руб.   | 137                             | 141     | 145     | +4                             | +4                |
| 9. Чистая прибыль, тыс. руб.             | 761                             | 800     | 820     | +39                            | +20               |

Организационно-управленческая структура ИП Куручкин Н.В.



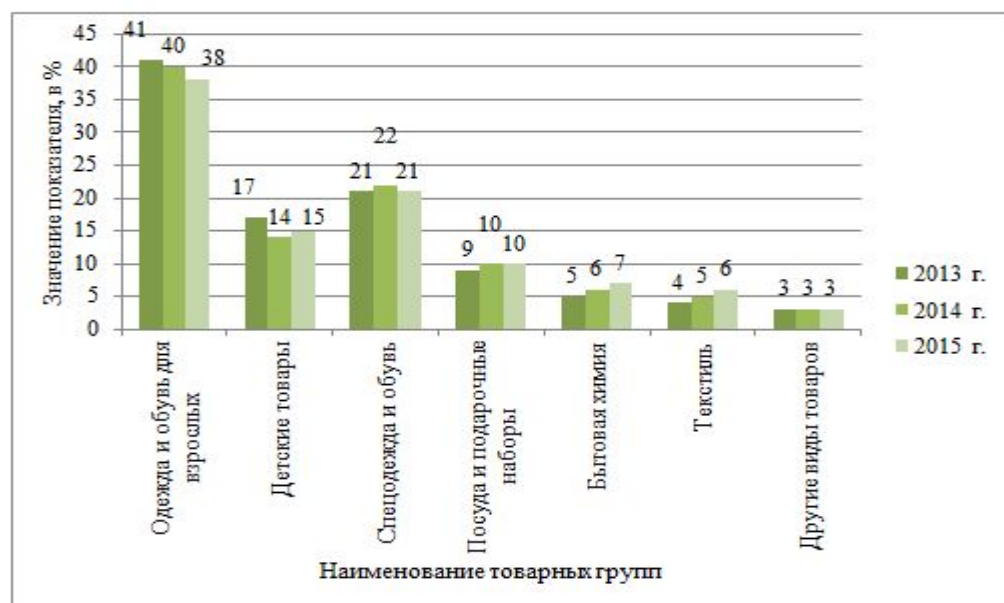
Динамика доходов и расходов ИП Куручкин Н. В. за 2013-2015 гг., тыс. руб.



## Структура товарооборота ИП Курочкин Н.В. за 2013-2015 г., в %

| № п/п | Наименование товаров        | Объем выручки, тыс. руб. |         |         | Доля в общем объеме выручки, в % |         |         |
|-------|-----------------------------|--------------------------|---------|---------|----------------------------------|---------|---------|
|       |                             | 2013 г.                  | 2014 г. | 2015 г. | 2013 г.                          | 2014 г. | 2015 г. |
| 1     | Одежда и обувь для взрослых | 821                      | 857     | 912     | 41                               | 40      | 38      |
| 2     | Детские товары              | 327                      | 311     | 360     | 17                               | 14      | 15      |
| 3     | Спецодежда и обувь          | 417                      | 463     | 504     | 21                               | 22      | 21      |
| 4     | Посуда и подарочные наборы  | 178                      | 224     | 240     | 9                                | 10      | 10      |
| 5     | Бытовая химия               | 104                      | 125     | 168     | 5                                | 6       | 7       |
| 6     | Текстиль                    | 79                       | 112     | 144     | 4                                | 5       | 6       |
| 7     | Другие виды товаров         | 54                       | 68      | 72      | 3                                | 3       | 3       |
| Итого |                             | 1980                     | 2160    | 2400    | 100                              | 100     | 100     |

Динамика удельного веса товарных групп ИП Курочкин Н. В. в структуре товарооборота за 2013-2015 г., в %



# SWOT – анализ магазина ИП Курочкин Н.В.

| Сильные стороны -S                           | Вес      | Балл     | Итого             | Слабые стороны -W  | Вес      | Балл     | Итого             |
|--|----------|----------|-------------------|--|----------|----------|-------------------|
| 1. Опыт работы на Тульском рынке             | 0,5      | 8        | 4                 | 1. Недостаточное участие персонала в принятии управленческих решений   | 0,5      | 3        | 1,5               |
| 2. Широкий ассортимент реализуемой продукции | 0,2      | 9        | 1,8               | 2. Недостаточная мотивация сотрудников магазина (в основном организации используется нематериальные виды стимулирования сотрудников) | 0,2      | 5        | 1                 |
| 3. Гарантия качества реализуемой продукции   | 0,2      | 4        | 0,8               | 3. Слабая PR-компания.   | 0,2      | 6        | 1,2               |
| 4. Высокий уровень квалификации персонала    | 0,1      | 7        | 0,7               | 4. Неактивная маркетинговая политика.  | 0,1      | 4        | 0,4               |
| <b>ИТОГО:</b>                                | <b>1</b> | <b>-</b> | <b>7,3/4=1,83</b> | <b>ИТОГО:</b>  | <b>1</b> | <b>-</b> | <b>4,1/4=1,03</b> |
| Возможности - O                              | Вес      | Балл     | Итого             | Угрозы -T  | Вес      | Балл     | Итого             |
| 1. Разорение конкурентов                     | 0,3      | 7        | 2,1               | 1. Нестабильность национальной валюты.   | 0,1      | 6        | 0,6               |
| 2. Неудачное поведение конкурентов           | 0,4      | 8        | 3,2               | 2. Инфляционные процессы.  | 0,4      | 7        | 2,8               |
| 3. Изменение рекламных технологий            | 0,2      | 6        | 1,2               | 3. Несовершенство налогового законодательства.   | 0,4      | 8        | 3,2               |
| 4. Увеличение темпов роста рынка             | 0,1      | 4        | 0,4               | 4. Обострение конкуренции.   | 0,1      | 5        | 0,5               |
| <b>ИТОГО:</b>                                | <b>1</b> | <b>-</b> | <b>6,9/4=1,73</b> | <b>ИТОГО:</b>  | <b>1</b> | <b>-</b> | <b>7,1/4=1,78</b> |

## Перекрестная матрица SWOT-анализа ИП Курочкин Н.В.

| Соотношения признаков    | Возможности (O=1,73)   | Угрозы фирмы (T=1,78)  |
|--------------------------|--|--|
| Сильные стороны (S=1,83) | <p>СИВ: <math>1,83 * 1,73 = 3,166</math><br/> <b>ПОЛЕ «СИВ»</b><br/>                     Используя опыт работы на Тульском рынке, широкий ассортимент реализуемой продукции можно воспользоваться неудачным поведением конкурентов, разорением и уходом конкурентов для укрепления своих позиций на рынке и расширить свою долю. Используя высокий уровень квалификации персонала, гарантию качества реализуемой продукции, можно воспользоваться изменением рекламных технологий для увеличения доли рынка.</p> | <p>СИУ: <math>1,83 * 1,78 = 3,257</math><br/> <b>ПОЛЕ «СИУ»</b><br/>                     Используя свой опыт на Тульском рынке, широкий ассортимент реализуемой продукции можно противостоять обострению конкуренции. Используя опыт на Тульском рынке, гарантию качества реализуемой продукции можно противостоять нестабильности национальной валюты и инфляционным процессам.</p> |
| Слабые стороны (W=1,03)  | <p>СЛИВ: <math>1,03 * 1,73 = 1,782</math><br/> <b>ПОЛЕ «СЛИВ»</b><br/>                     Неактивная маркетинговая политика не позволяют максимально укрупниться в районах Тульской области. Слабая PR-компания не дает возможность увеличить долю рынка, когда речь идет о неудачном поведении конкурентов.</p>  | <p>СЛИУ: <math>1,03 * 1,78 = 1,833</math><br/> <b>ПОЛЕ «СЛИУ»</b><br/>                     Слабая PR-компания и мотивация сотрудников не позволяет бороться с обострением конкуренции.</p>   |

# ABC-XYZ-анализ товарных групп, реализуемых в магазине ИП Курочкин Н.В.

Обобщение информации по ABC-анализу товарных групп

| Группа товарных групп | Доля в выручке, в % | Доля в общем числе товарных групп, в % |
|-----------------------|---------------------|--|
| A                     | 84                  | 57,14                                  |
| B                     | 13                  | 28,57                                  |
| C                     | 3                   | 14,29                                  |

XYZ-анализ товарных групп магазина «Промтовары»

| Наименование товарных групп | Коэффициент вариации в порядке возрастания, в % | Группы |
|-----------------------------|---|--------|
| Одежда и обувь для взрослых | 6,67  | X      |
| Спецодежда и обувь          | 7,96  | X      |
| Бытовая химия               | 8,32  | X      |
| Детские товары              | 9,38  | X      |
| Посуда и подарочные наборы  | 13,43   | Y      |
| Другие виды товаров         | 16,34   | Y      |
| Текстиль                    | 23,41   | Y      |

## Динамика расходов ИП Курочкин Н.В. на рекламную деятельность за 2013-2015 гг.

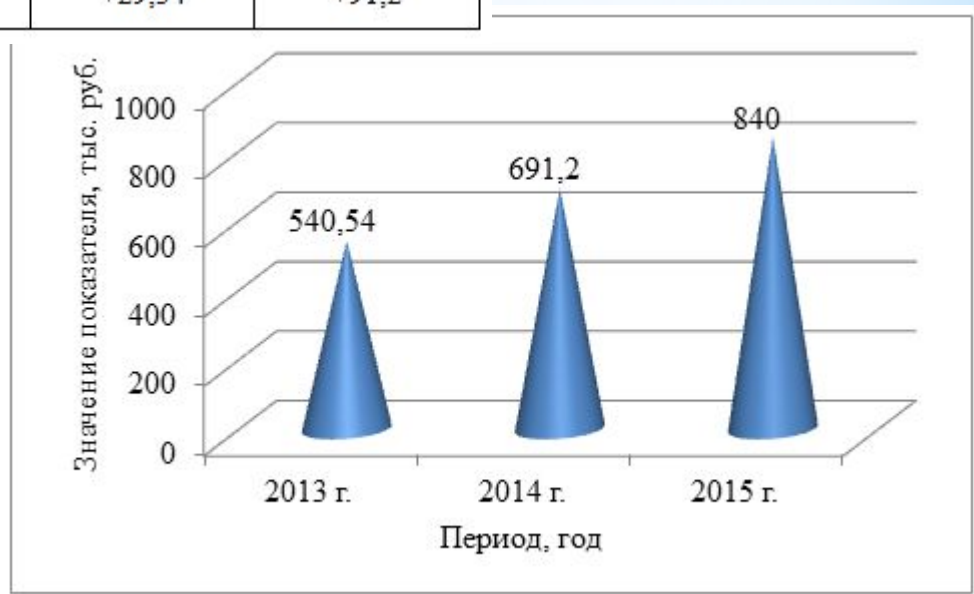
| Наименование видов рекламной деятельности               | 2013 г.   | 2014 г.   | 2015 г.   | Абс. изменение (+/-), тыс. руб. |                   |
|---|-----------|-----------|-----------|---------------------------------|-------------------|
|   |           |           |           | 2014 г. к 2013 г.               | 2015 г. к 2014 г. |
| Раздача листовок  | 5         | 6         | 17        | +1                              | +11               |
| Размещение рекламы на подъездах, фонарных столбах и др. | 3         | 3         | 10        | 0                               | +7                |
| Рекламный плакат  | 2         | 5         | 12        | +3                              | +7                |
| <b>Итого</b>  | <b>10</b> | <b>14</b> | <b>39</b> | <b>+4</b>                       | <b>+25</b>        |

Динамика расходов ИП Курочкин Н.В. на основные направления рекламной деятельности за 2013-2015 гг., тыс. руб.



## Динамика выручки ИП Курочкин Н.В., полученной организацией в результате проведения рекламных мероприятий, за 2013-2015 гг.

| Наименование показателей                                  | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Абс. изменение (+/-), тыс. руб. |                   |
|---|---------|---------|---------|---------------------------------|-------------------|
|   |         |         |         | 2014 г. к 2013 г.               | 2015 г. к 2014 г. |
| Выручка всего, в т.ч.:                                    | 1980    | 2160    | 2400    | +180                            | +240              |
| - выручка от маркетинговых расходов на реализацию товаров | 540,54  | 691,2   | 840     | +150,66                         | +148,8            |
| - иная выручка от реализации товаров                      | 1439,46 | 1468,8  | 1560    | +29,34                          | +91,2             |

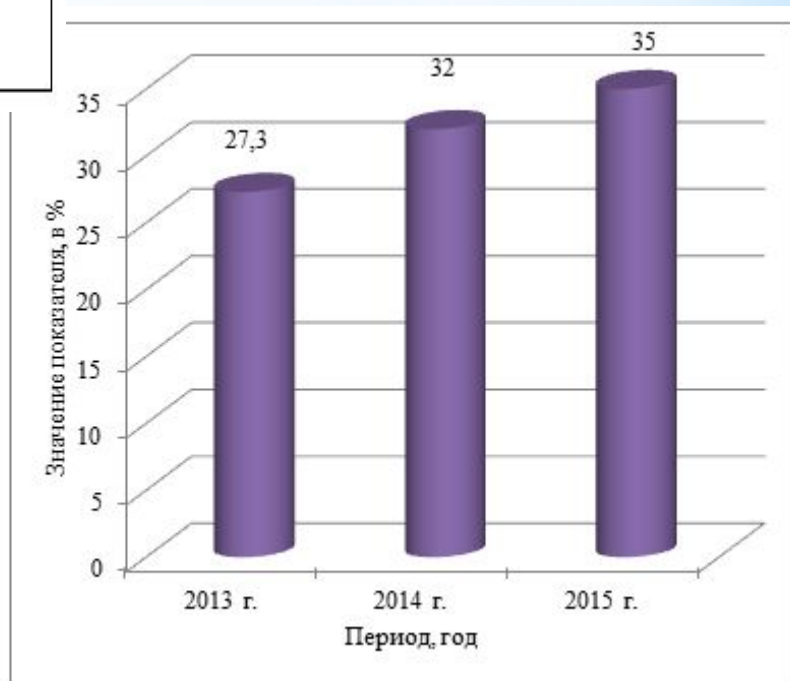




## Доля выручки от проведения рекламных мероприятий в общей величине выручки ИП Курочкин Н.В. за 2013-2015 гг., в %

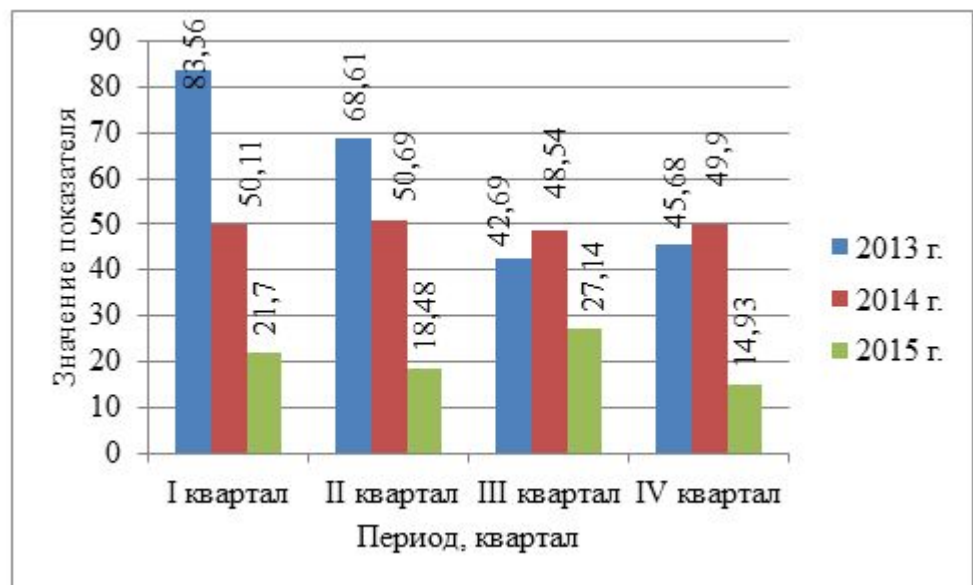
| Наименование<br>показателей  | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Доля выручки от проведения<br>рекламных мероприятий, % |         |         |
|--|---------|---------|---------|--|---------|---------|
|  |         |         |         | 2013 г.  | 2014 г. | 2015 г. |
| Выручка всего, в т.ч.:   | 1980    | 2160    | 2400    | 100  | 100     | 100     |
| - выручка от<br>маркетинговых<br>расходов на<br>реализацию товаров | 540,54  | 691,2   | 840     | 27,3   | 32      | 35      |
| - иная выручка от<br>реализации товаров                            | 1439,46 | 1468,8  | 1560    | 72,7   | 68      | 65      |

Динамика удельного веса выручки  
от маркетинговых расходов на  
реализацию товаров в общем  
объеме выручки ИП Курочкин Н.В.  
за 2013-2015 гг., в %



## Расчет эффективности маркетинговой деятельности ИП Курочкин Н.В. за 2013-2015 гг.

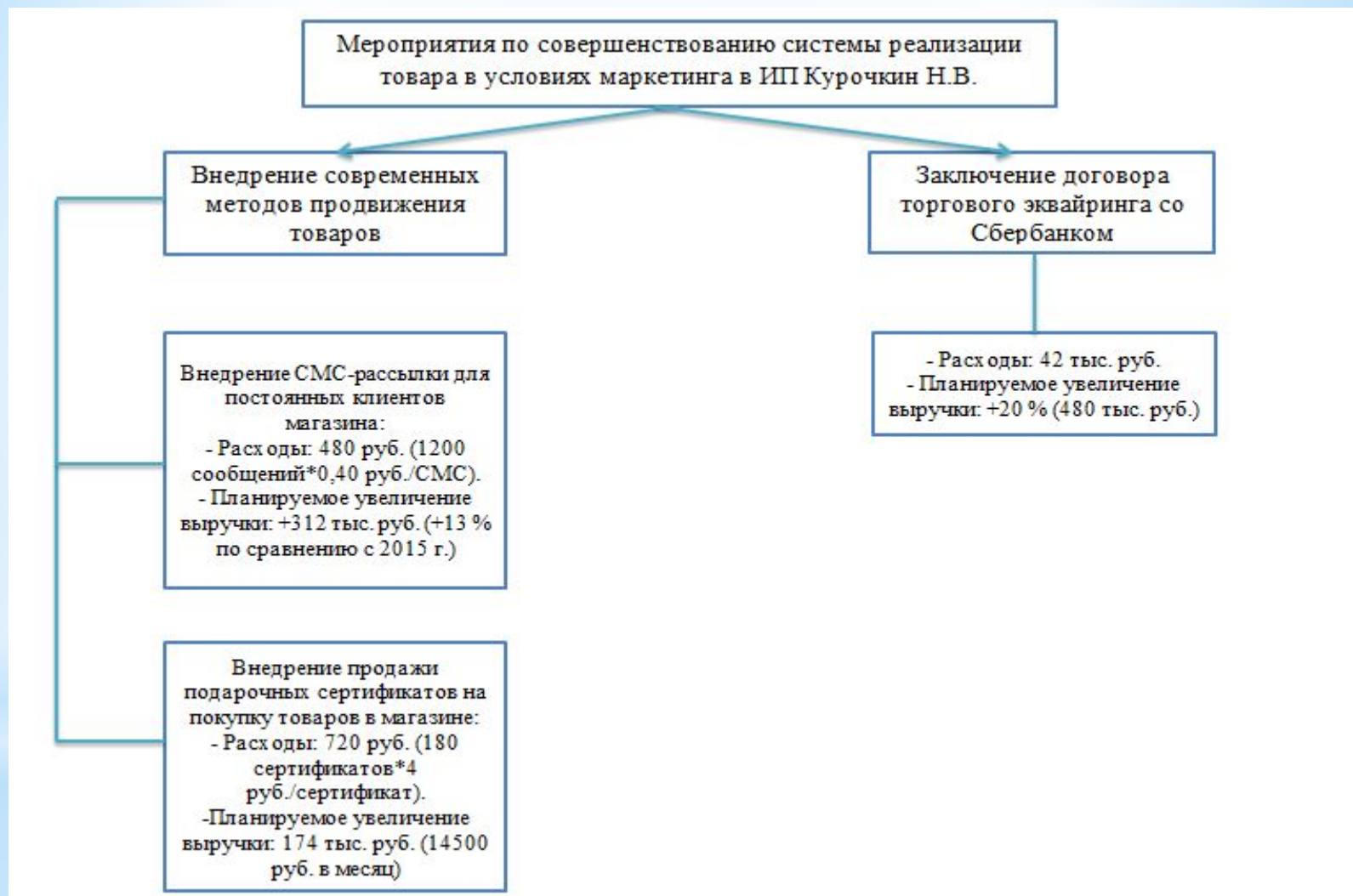
| Наименование кварталов | 2013    |         | 2014    |         | 2015    |         | Коэффициент соотношения выручки и расходов |       |       |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--|-------|-------|
|                        | Расходы | Выручка | Расходы | Выручка | Расходы | Выручка | 2013                                       | 2014  | 2015  |
| I                      | 2       | 167,12  | 4       | 200,45  | 12      | 260,4   | 83,56                                      | 50,11 | 21,70 |
| II                     | 1       | 68,61   | 1,5     | 76,03   | 5       | 92,4    | 68,61                                      | 50,69 | 18,48 |
| III                    | 5       | 213,45  | 6       | 291,22  | 13      | 352,8   | 42,69                                      | 48,54 | 27,14 |
| IV                     | 2       | 91,36   | 2,5     | 123,5   | 9       | 134,4   | 45,68                                      | 49,90 | 14,93 |
| Всего                  | 10      | 540,54  | 14      | 691,2   | 39      | 840     | 54,05                                      | 49,37 | 21,54 |



# Основные проблемы, выявленные в результате анализа системы реализации товара в условиях маркетинга в ИП Курочкин Н.В., возможные пути их решения



## Мероприятия по совершенствованию системы реализации товара в условиях маркетинга в ИП Курочкин Н.В.

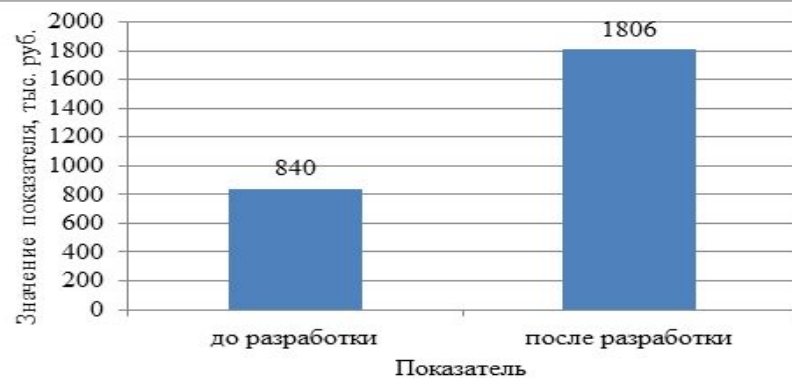


# Динамика и доля выручки ИП Курочкин Н.В., полученной организацией в результате осуществления маркетинговых расходов до и после разработки мероприятий

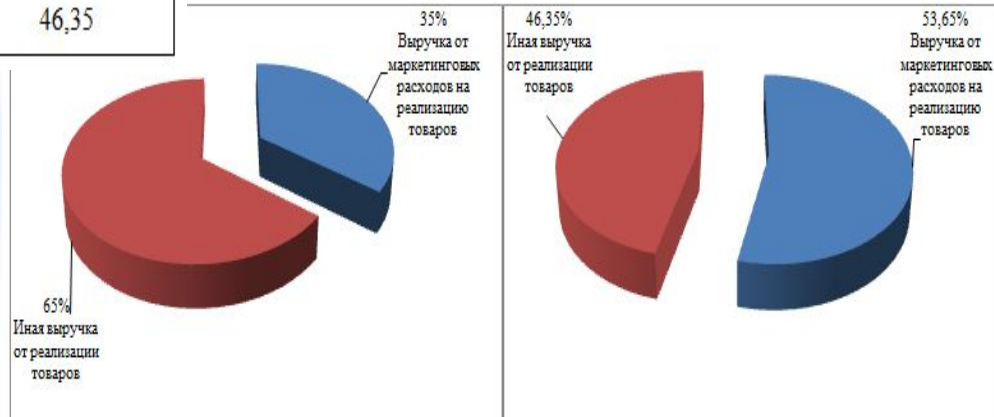
| Наименование показателей                                  | до разработки | после разработки | Динамика, +/-             |                 |
|---|---------------|------------------|---------------------------|-----------------|
|   |               |                  | Абс. изменение, тыс. руб. | Темп роста, в % |
| Выручка всего, в т.ч.:                                    | 2400          | 3366             | +966                      | 140,25          |
| - выручка от маркетинговых расходов на реализацию товаров | 840           | 1806             | +966                      | 215             |
| - иная выручка от реализации товаров                      | 1560          | 1560             | -                         | 100             |

| Наименование показателей                                  | до разработки | после разработки | Доля выручки от маркетинговых расходов, % |                   |
|---|---------------|------------------|---|-------------------|
|   |               |                  | до разработки                             | после разработки. |
| Выручка всего, в т.ч.:                                    | 2400          | 3366             | 100                                       | 100               |
| - выручка от маркетинговых расходов на реализацию товаров | 840           | 1806             | 35  | 53,65             |
| - иная выручка от реализации товаров                      | 1560          | 1560             | 65  | 46,35             |

Динамика выручки от маркетинговых расходов на реализацию товаров ИП Курочкин Н.В. до и после разработки мероприятий



Структура выручки организации ИП Курочкин Н.В. до и после разработки мероприятий, в %



# Расчет эффективности маркетинговой деятельности ИП Курочкин Н. В., конкурентный лист для ИП Курочкин Н.В. по сравнению с его основными конкурентами в Тульской области до и после разработки мероприятий

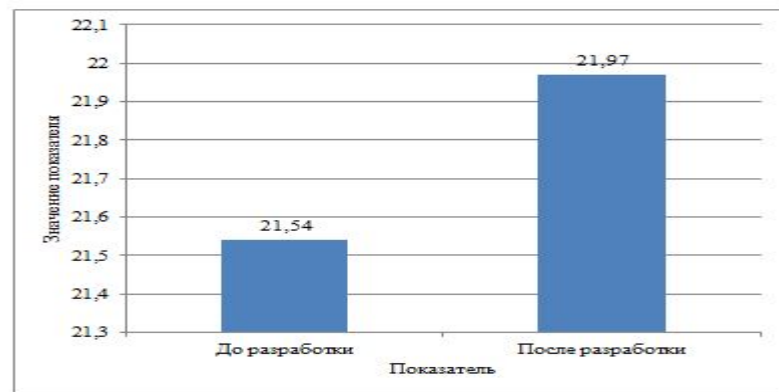
Конкурентный лист для ИП Курочкин Н.В. по сравнению с его основными конкурентами в Тульской области до и после разработки мероприятий

| Факторы                                  | Оценка в баллах |                 | Изменение, +/- |
|--|-----------------|-----------------|----------------|
|  | До внедрения    | После внедрения |                |
| <b>I. Товар</b>                          |                 |                 |                |
| 1) ассортимент продукции, в т.ч.:        | 28              | 28              | -              |
| - одежда и обувь для взрослых            | 5               | 5               | -              |
| - спецодежда и обувь                     | 5               | 5               | -              |
| - бытовая химия                          | 4               | 4               | -              |
| - детские товары                         | 4               | 4               | -              |
| - посуда и подарочные наборы             | 3               | 3               | -              |
| - текстиль                               | 4               | 4               | -              |
| - другие виды товаров                    | 3               | 3               | -              |
| 2) безналичный расчет                    | 1               | 4               | +3             |
| <b>Общее количество баллов</b>           | <b>29</b>       | <b>32</b>       | <b>+3</b>      |
| <b>II. Цена</b>                          |                 |                 |                |
| - розничная цена                         | 4               | 4               | -              |
| - % скидки                               | 4               | 4               | -              |
| - акции                                  | 4               | 4               | -              |
| <b>Общее количество баллов</b>           | <b>12</b>       | <b>12</b>       | <b>-</b>       |
| <b>III. Продвижение товаров на рынке</b> |                 |                 |                |
| - реклама                                | 3               | 4               | +1             |
| - стимулирование сбыта                   | 3               | 5               | +2             |
| - PR                                     | 3               | 5               | +2             |
| <b>Общее количество баллов</b>           | <b>9</b>        | <b>14</b>       | <b>+5</b>      |
| <b>IV. Персонал</b>                      |                 |                 |                |
| - образование, трудовые навыки и умения  | 4               | 4               | -              |
| - условия труда                          | 4               | 4               | -              |
| - социальная защита персонала            | 4               | 4               | -              |
| - текучесть кадров                       | 4               | 4               | -              |
| <b>Общее количество баллов</b>           | <b>16</b>       | <b>16</b>       | <b>-</b>       |
| <b>Общее количество баллов</b>           | <b>66</b>       | <b>74</b>       | <b>+8</b>      |

Расчет эффективности маркетинговой деятельности ИП Курочкин Н.В. до и после разработки мероприятий

| Наименование показателя | Расходы | Выручка | Коэффициент соотношения выручки и расходов |
|-------------------------|---------|---------|--|
| До разработки           | 39      | 840     | 21,54                                      |
| После разработки        | 82,2    | 1806    | 21,97                                      |

Динамика коэффициента соотношения выручки и расходов ИП Курочкин Н.В. до и после разработки мероприятий



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**