



БелГУ
БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ (BELSU)

Совершенствование маркетинговой деятельности на примере ПАО «Детский мир»



Росман Юлия Васильевна
Научный руководитель
д.э.н. Слинкова О.К.

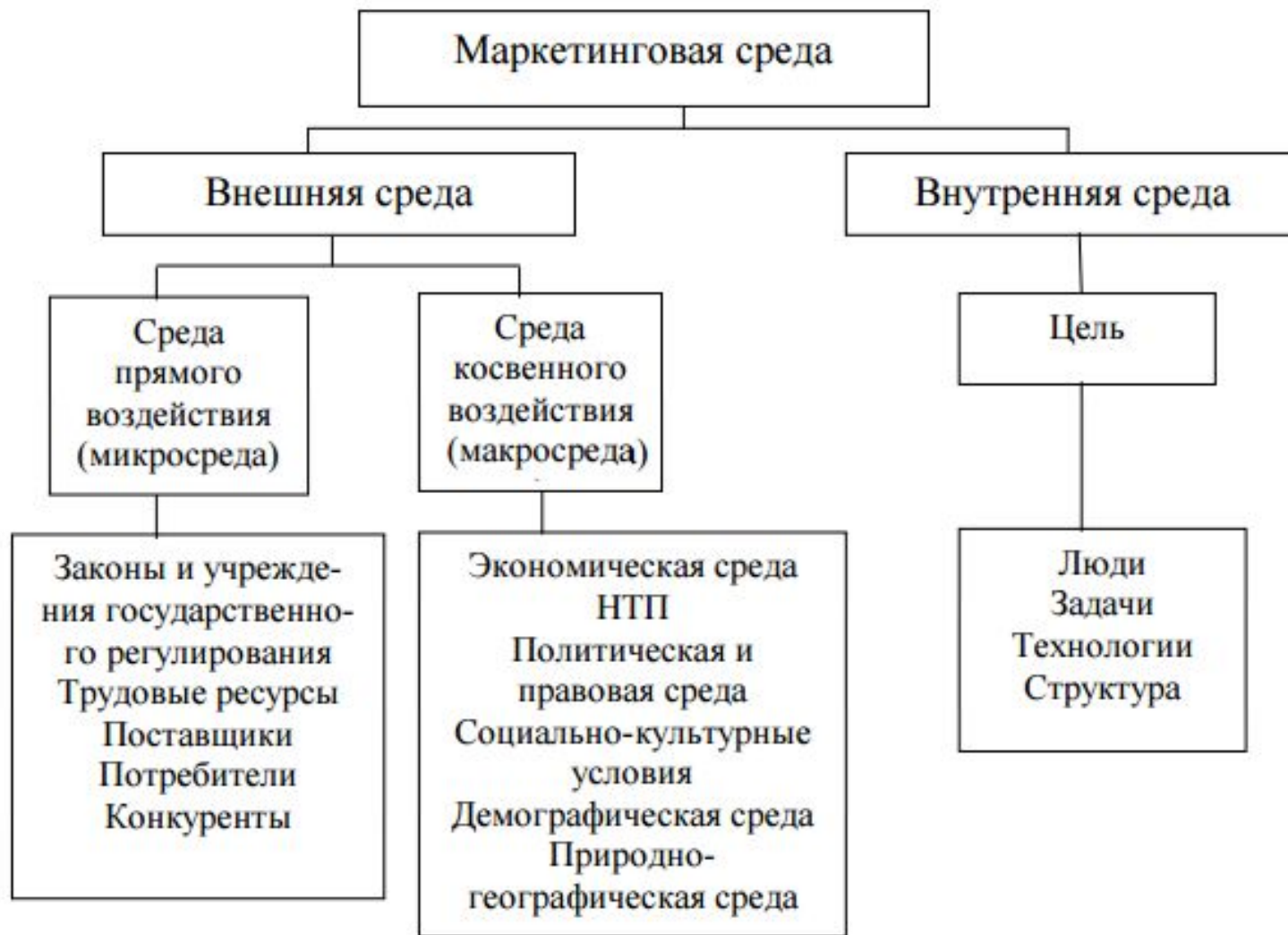
Цели и задачи

- ▶ Целью данного исследования является совершенствование маркетинговой деятельности предприятия
- ▶ Для достижения поставленной цели, необходимо решить ряд задач:
 - ▶ 1. изучить основные аспекты маркетинга, как инструмента совершенствования деятельности торгового предприятия;
 - ▶ 2. провести анализ деятельности предприятия ПАО «Детский мир»;
 - ▶ 3. разработать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности ПАО «Детский мир».

Предмет, объект

- ▶ Объектом настоящего исследования является предприятие розничной торговли ПАО «Детский мир».
- ▶ Предметом исследования является маркетинговая деятельность предприятия ПАО «Детский мир».





Структура маркетинговой среды предприятия

Основные экономические показатели деятельности ПАО «Детский мир» за 2014 - 2016 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение			Темп роста, %		
	2014	2015	2016	2015 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014	2015 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014
Выручка, тыс. руб.	143172,7	141867,8	147005,2	-1304,9	5137,4	3832,564	99	103	102
Себестоимость продаж, тыс. руб.	94869	96359,55	104362	1490,55	8002,45	9493,027	101	108	110
Валовая прибыль, тыс. руб.	48303,67	45508,23	4264,313	-2795,44	-41243,917	-44039,4	94	9,3	8,8
Коммерческие расходы, тыс. руб.	38134,51	32488,82	30929,28	-5645,69	-1559,54	-7205,22	85	95	10
Прибыль от продаж, тыс. руб.	4111,575	5393,171	3901,362	12841,596	-1491,809	-210,213	131	72	94
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	6518,095	10491,75	8797,318	3973,655	-1694,432	2279,222	160	83	134
Чистая прибыль, тыс. руб.	4480,302	8365,32	6425,202	3885,018	-1940,118	1944,901	186	76	143
Среднесписочная численность работников, чел.	35	36	36	1	1	1	102	100	102
Коэффициент рентабельности	0,028	0,038	0,026	0,01	-0,002	0,002	135	68	92
Коэффициент ликвидности	0,8	0,82	0,84	0,02	0,02	0,04	102	102	105
Коэффициент платежеспособности	1,67	1,68	1,72	0,01	0,05	0,05	100	102	102



Рис. 5. Доля ПАО «Детский мир» среди конкурентов Бегемотик, Дочки-Сыночки в Белгородской области

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - Узнаваемый бренд; - Широчайший ассортимент; - Оптимальное сочетание цены и качества; - Накопленный многолетний опыт работы на рынке; - Хорошие деловые связи с потребителями продукции, партнерами и поставщиками; - Большая доля рынка; - Удобное месторасположение предприятия относительно основных поставщиков материалов и потребителей; - Сравнительно быстрая окупаемость и высокая эффективность проекта; - Средняя стоимость предлагаемых услуг по сравнению с конкурентами, 5-10% скидка постоянным клиентам. 	<ul style="list-style-type: none"> - Текучесть кадров; - Наличие старого, изношенного оборудования на предприятии; - Трудности в организации сбыта большого объема продукции; - Высокая арендная плата; - Значительная нагрузка на одного специалиста; - Высокие затраты ручного труда на централизованном складе; - Высокие издержки; - Неквалифицированный персонал; - Слабая маркетинговая политика.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - Спрос на детские игрушки в России и в мире достаточно высок и имеет устойчивую тенденцию к увеличению; - Развитие информационных технологий; - Появление новых технологий в области хранения и транспортировки товаров. 	<ul style="list-style-type: none"> - Усиление экономического давления со стороны местных органов власти; - Снижение рождаемости; - Спад жизненного уровня населения; - Нестабильность хозяйственного, налогового, банковского и других законодательств в России; - Изменение вкусов и потребностей клиентов; - Неблагоприятный сдвиг в курсах валют; - Появление новых конкурентов или давление со стороны старых.



Смета расходов на открытие отдела гипоаллергенных смесей и сахаристых кондитерских изделий для детей-диабетиков в филиале ПАО «Детский мир» г. Белгород, б-р Народный 79.

Наименование	Цена	Количество	Сумма, руб.
Закупка товаров:			
«Беллакт Соя»	85	300	25500
«Детолакт Соя»	90	300	27000
Alfare Гипоаллергенная	111	300	33300
ЗАО «Диадар» сахаристые изделия	15	450	6750
Perfetti Van Melle – продукты Sula сахаристые изделия	10	450	4500
Absolute Nature сахаристые изделия	11	450	4950
Размещение рекламы:			
Баннер	2500	2	5000
Листовки	1 руб./шт.	10000	10000
Промоутер на раздачу листовок	5000	-	5000
Реклама на ТВ	20000	-	20000
Итого:			142000

Сравнение складских программ ПАО «Детский мир»

« <u>Consid</u> »	Store&Cash
<p>учёт товаров и услуг; учёт товаров в размерах; учёт доходов и расходов; учёт долгов; печать любых документов; печать этикеток и ценников; заказы поставщикам; учёт скидок; учёт дисконтных карт; работа с <u>штрихкодами</u>; учет по серийным номерам; учет по срокам годности; формирование отчетности; оплата программы 50000 в год.</p>	<p>учёт товаров и услуг; учёт товаров в размерах; учёт доходов и расходов; учёт долгов; печать любых документов; печать этикеток и ценников; заказы поставщикам; любые отчеты; аналитика продаж; поддержка по <u>Viber</u>; полностью <u>Online 24/7</u>; работа с планшетов; работа с Заказами; учёт скидок; учёт дисконтных карт; работа с <u>штрихкодами</u>; распределение прав; интерфейс продавца; импорт-экспорт из <u>Excel</u>; учет по серийным номерам; учет по срокам годности; API для интеграций; оплата программы 500р./мес. за полный доступ. (6000 р в год)</p>

- ▶ 1. Установление целей и направлений ценообразования ПАО «Детский мир»:
 - ▶ а) цели ценообразования – прибыль, выручка, поддержание цен, противодействие конкуренции и т.д.;
 - ▶ б) направления ценообразования – по уровню цен, регулированию цен, системе скидок.
- ▶ 2. Анализ цен ПАО «Детский мир» (внешних и внутренних):
 - ▶ а) определение ценовых норм, характеристика потребителей – целевого сегмента;
 - ▶ б) обоснование дифференциации цен, учет возможной тенденции изменения цен;
 - ▶ в) увязывание ценовых норм с другими маркетинговыми средствами;
 - ▶ г) учет гибкости спроса при установлении цены, учет реакции конкурентов на цену данного вида продукции;
 - ▶ д) соответствие цены имиджу продукции; учет при установлении цены этапов жизненного цикла товара;
 - ▶ е) определение системы скидок;
 - ▶ ж) учет дифференциации цен.
- ▶ 3. Окончательное принятие решения по ценовой стратегии ПАО «Детский мир».

Смета расходов на установку программы склада и обучение персонала для филиала ПАО «Детский мир» г. Белгород, б-р Народный 79.

Наименование	Сумма, руб./ед	Количество	Общая сумма, руб.
Установка программы	5000	-	5000
Покупка планшетов	10000	4	40000
Обучение персонала (2 дневное)	10000	-	10000
Итого:			55000

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

