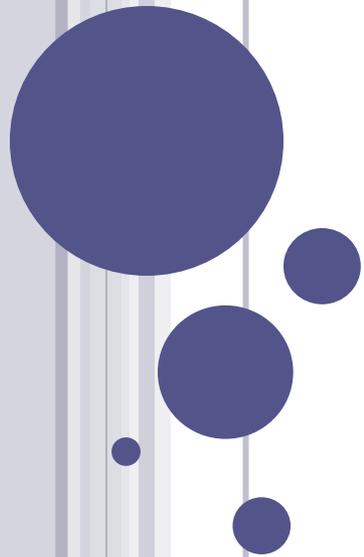


**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ  
МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО  
«АДИДАС»**



# АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

- При всем многообразии и глубине общетеоретических подходов в современных исследованиях, недостаточно четко просматривается акцент на маркетинговой политике фирмы. Всерьез не осмыслены экономические и технологические последствия воздействия на рыночную среду «иностранного фактора», включая и влияние на рынок формируемой в России сети крупнейших зарубежных компаний. В данном контексте исследование особенностей, технологий и последствий маркетинговой политики фирмы-представителя предстает не только актуальной, но и по существу малоизученной проблемой.
- **Объектом** исследования является компания ООО «Адидас» г. Ногинск
- **Предметом** работы является деятельность предприятия, направленная на укрепление положения на рынке.



## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- **Цель** выпускной квалификационной работы – провести анализ маркетинговой ООО Адидас и дать рекомендации по ее совершенствованию, направленные на улучшение финансовых результатов данной фирмы.
- Для достижения цели работы необходимо решить ряд следующих **задач**:
- Рассмотреть маркетинг как систему деятельности на рынке
- Определить сущность маркетинговой политики компании, ее особенности в современных условиях
- Выявить особенности маркетинговой политики транснациональных компаний
- Проанализировать состояние рынка и оценить место ООО «Адидас» на данном рынке
- Оценить эффективность товарной, сбытовой и ценовой политики и политики продвижения товара ООО «Адидас»
- Рекомендовать мероприятия по совершенствованию маркетинговой политики в ООО «Адидас»



# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Таблица 1- Взаимосвязь задач маркетинга с конъюнктурой спроса

Конъюнктура спроса	Задача маркетинга, направления маркетинговой политики
Полный спрос	Поддерживать удовлетворение потребности
Падающий спрос	Создать потребность
Скрытый спрос	Развить потребность
Приостанавливающийся спрос	Оживить потребность
Колеблющийся спрос	Синхронизировать спрос
Чрезмерный спрос	Отрегулировать спрос



# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

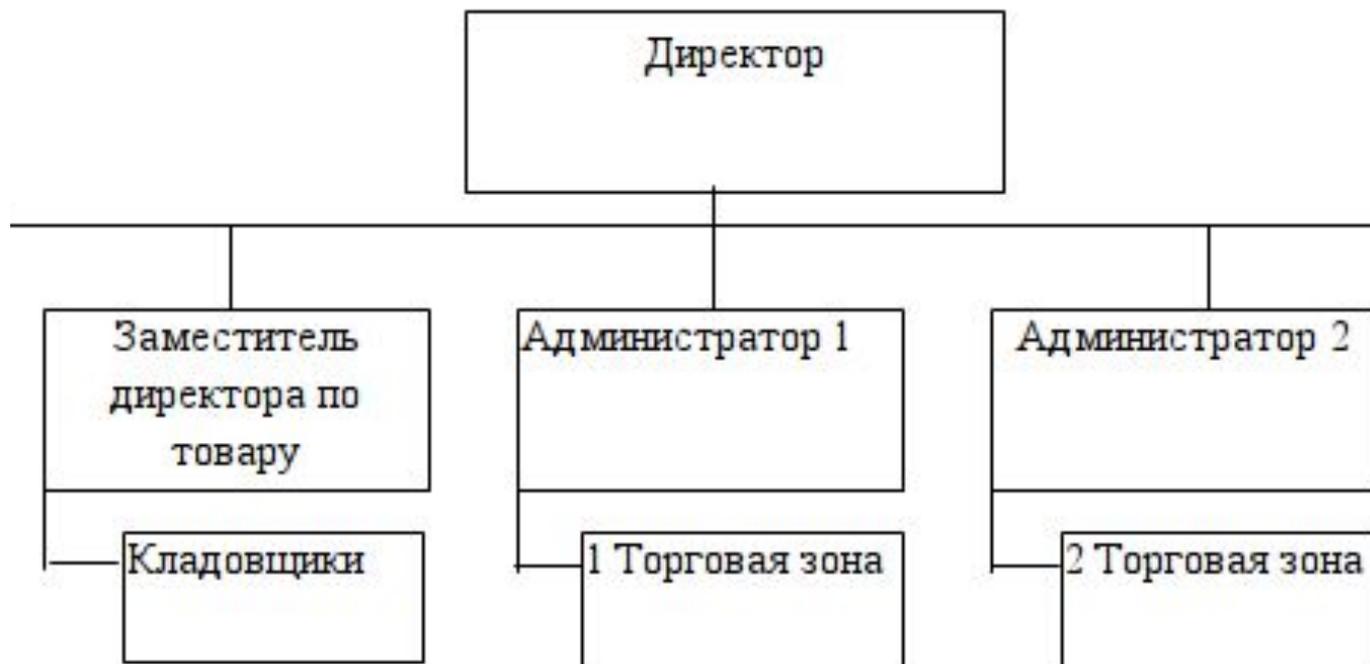
К инструментам маркетинговой политики относятся:

- Товарная политика.
- Сбыт, т.е. деятельность по доведению продукции до потребителя.
- Продвижение, т.е. поиск путей для мотивации к покупке, политика увеличения продаж.
- Логистика, т.е. организация управления запасами и системой поставок, контроль качества продукции.
- Ценообразование – поиск оптимального соотношения цена-качество для предприятия и потребителя.
- Система информации маркетинга.



## 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АДИДАС»

Магазин «Адидас» расположен по адресу: Московская обл., Ногинский р-н, Ногинск, ул. Соборная, 12.



## 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АДИДАС»

Таблица -Трудовые ресурсы предприятия, чел.

Показатель	План		Факт		В % к плану	
	2013	2014	2013	2014	2013 (гр.4/гр. 2) *100%	2014 (гр.5/гр. 3) *100%
Численность персонала, в т.ч.	23	24	25	25	108,3	104
Основной персонал	14	13	13	14	111,8	111,1
Вспомогательный персонал	9	9	10	9	111,1	100
Руководители	2	2	2	2	100,0	100



## 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АДИДАС»

Таблица - Факторы конкурентоспособности компании «Adidas» г.  
Ногинск

Факторы	компания «Adidas»	Конкуренты		
		«PUMA»	«Nike»	«ASICS»
Качество	Высокое качество товара	Высокое качество товара	Высокое качество товара	Высокое качество товара
Уровень цены	Средняя	Средняя	Средняя	Высокая
Ассортимент	Рассчитана на всю молодежь.	Рассчитана на все возрастные группы. Широкий выбор товара больших размеров	Много спортивной одежды, рассчитанной на молодежь. Есть товар для покупателей среднего возраста	Много спортивной одежды, рассчитанной на молодежь. Есть товар для покупателей среднего возраста
Частота обновления коллекции	3-4 раза в год	3-4 раза в год	3-4 раза в год	3-4 раза в год
Репутация фирмы	Известная, постоянные клиенты.	Известная, постоянные клиенты.	Известная, постоянные клиенты.	Известная, постоянные клиенты.



## 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО

### «АДИДАС»

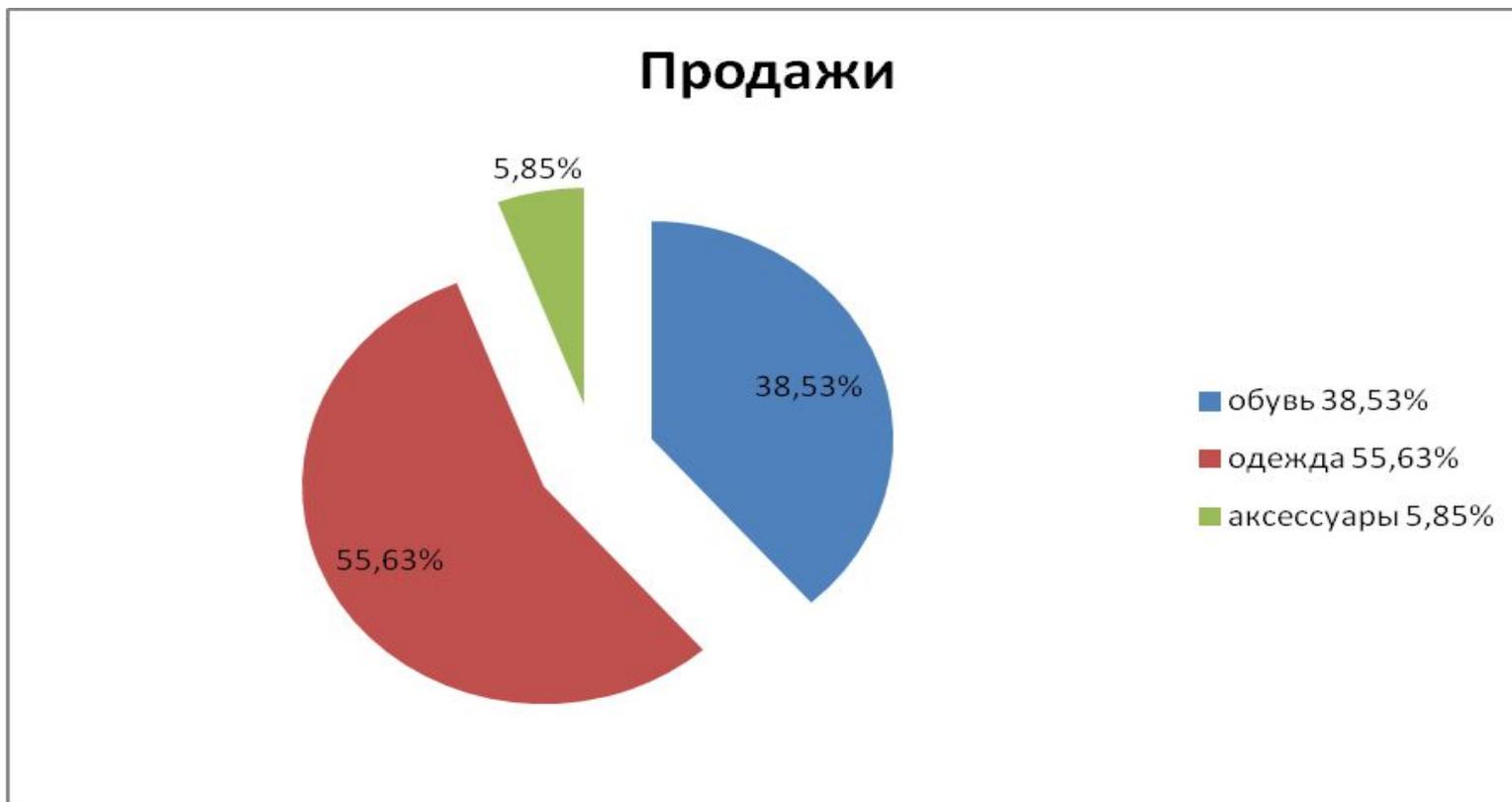
Таблица – SWOT-анализ для компании ООО «Адидас» г. Ногинск

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Лидирующая позиция на рынке</li><li>2. Бренд «Adidas» воспринимается как элемент статусного положения</li><li>3. Наибольшее количество магазинов, имеющих выгодное географическое положение</li><li>4. Сильная внутрикорпоративная культура</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Сложность поддержания высокого уровня сервиса, связанная с текучестью кадров</li><li>2. Малая доля самостоятельности в принятии решений</li><li>3. Недостаток финансовых средств для осуществления стратегической инициативы</li><li>4. Недостаточное внимание к интересам клиентов</li></ol>
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Рост популярности спорта среди населения</li><li>2. Приближение Олимпийских игр</li><li>3. Высокие темпы роста в отрасли</li><li>4. Развитие интернет – торговли</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Рост ценовой чувствительности клиентов</li><li>2. Рост конкуренции ввиду насыщения рынка</li><li>3. Подделки товаров</li><li>4. Уменьшение числа покупателей продукции вследствие демографического кризиса</li></ol>



## 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АДИДАС»

Таблица - Структура ассортимента товаров ООО «Адидас» г. Ногинск по функциональному назначению



## 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АДИДАС»

Таблица - Ассортимент одежды в магазине на 01.06.2013 г.

Наименование	Количество разновидностей в шт.	Массовая доля, %
Рубашки	97	28,1
Олимпийки и толстовки	75	18,7
Брюки и трико	64	15,9
Куртки	27	14,8
Шорты	24	11,1
Спортивные костюмы	12	3,7
Юбки и платья	14	3,6
Свитер	19	5,0
Итого:	332	100

Таблица - Ассортимент одежды в магазине на 01.06.2015 г.

Наименование	Количество разновидностей, шт.	Массовая доля, %
Рубашки	97	28,1
Олимпийки и толстовки	78	18,8
Брюки и трико	72	17,8
Куртки	27	12,0
Шорты	24	11,1
Спортивные костюмы	15	3,6
Юбки и платья	14	3,6
Свитер	19	5,0
ИТОГО	346	100



## 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АДИДАС»

Таблица - Средства рекламы магазина «Адидас» г. Ногинск

Пути продвижения	Цена, руб.	Количество	Стоимость в месяц, руб.	Количество публикаций в год	Стоимость рекламы в год, руб
Реклама в СМИ	450	20	9000	3 месяца	27 000
Реклама на радио	8 000	15	120000	3 месяца	360 000
Распространение брошюр-рекламок	25руб./штук а	100	25 000	1 месяца	25 000
ИТОГО			154000		412 000



## 2 АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «АДИДАС»

- На основе приведенных маркетинговых исследований, рекомендована стратегия дифференциации для предприятия ООО «Adidas».
- Миссия: удовлетворение основных потребностей населения.
- Основная цель: увеличить прибыль на 25%.
- По результатам расчетов:
- Общие издержки предприятия = 846401 руб.
- Выручка предприятия в месяц 1500000 руб.
- Чистая прибыль =  $1500000 - 846401 = 653599$ руб.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

