

MODULPOOL – Dynamik des Zuvor



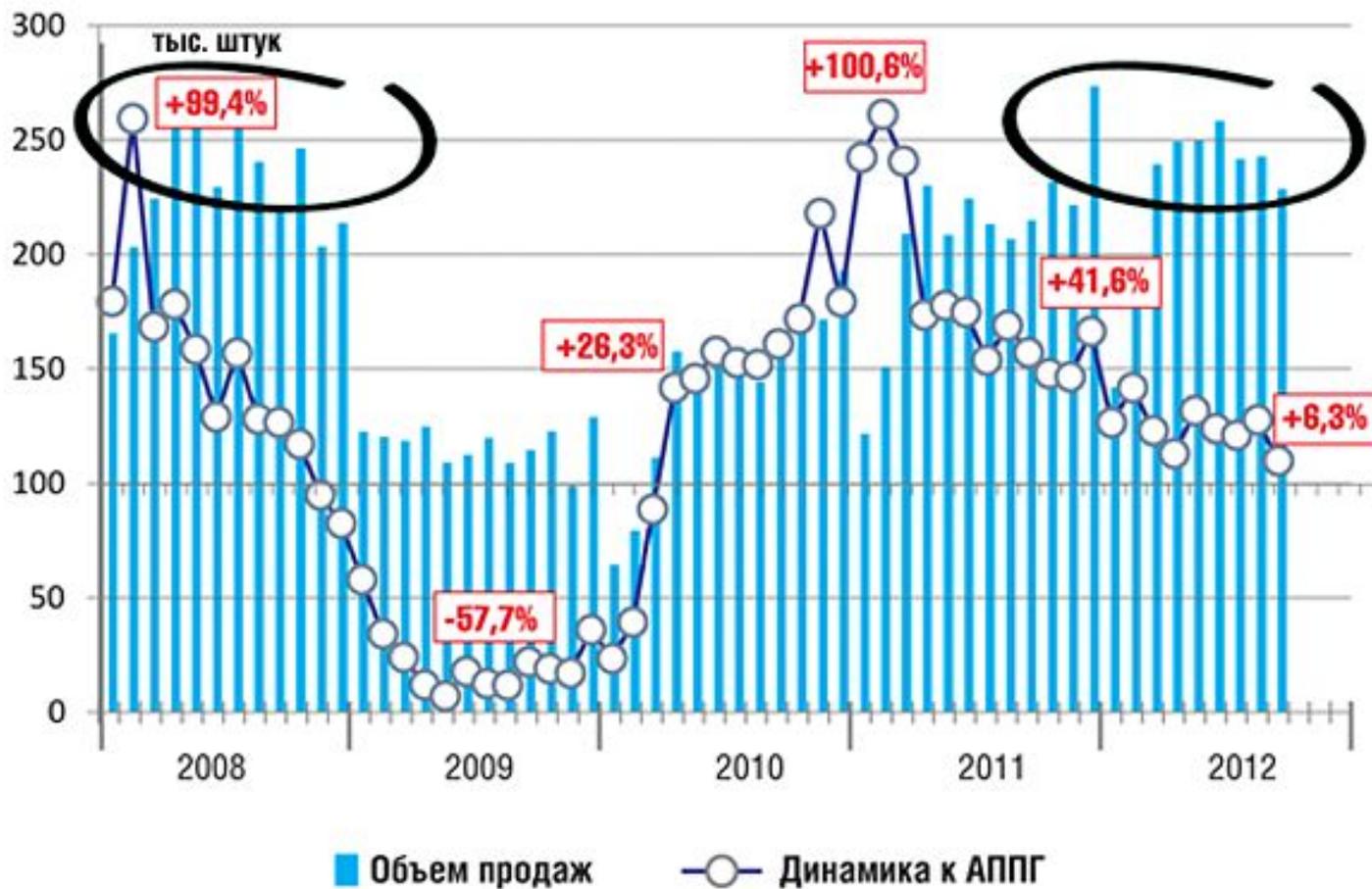
Выход на рынок

Дочерняя компания



Способ(метод) выхода на рынок –
ПРЯМОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ

Динамика автомобильного рынка



Конкурентный анализ (оценка конкурентоспособности)



Факторы конкурентоспособности

Внешние:

- Кредитные ресурсы
- Дилерские сети
- Сборочные предприятия
- «Бюджетные» автомобили
- Человеческий фактор

Внутренние

- потенциал маркетинговых служб;
- производственно-технологический потенциал;
- финансово-экономический потенциал;
- кадровый потенциал
- эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта;
- уровень материально-технического обеспечения;
- условия хранения, транспортировки
- эффективность производственного контроля и испытаний;
- уровень сервисного и гарантийного обслуживания.

Проблемы

- Много конкурентных предприятий выпускающих схожий товар
- Большая территория страны
- Высокие издержки

Издержки:

- амортизационные отчисления
- страховые выплаты
- заработная плата
- транспортные расходы
- затраты на электроэнергию
- затраты на сырье и материалы
- прочие

Стратегический план

Комплекс целей

1. Маркетинг:

- максимизация доли фирмы на рынке;
- максимизация объема сбыта;
- создание имиджа фирмы.

2. Производство:

- увеличение качества продукции;
- рост производительности труда;
- снижение затрат различных видов ресурсов.

3. Социальные цели:

- повышение мотивированности труда;

4. Финансы:

- максимизация прибыли;
- максимизация валового дохода.

Общая стратегия

Стратегия низких цен



Постепенная модернизация существующих автомобилей и производство новых в большей мере на базе существующего опыта и разработок.