



Разработка наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности (на примере ООО «Н»)

Студент(ка) Ф.И.О.

Калининград (ДД.07.2012)

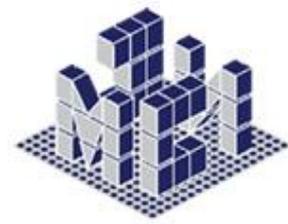


Объект исследования:

- рыночные маркетинговые стратегии компании

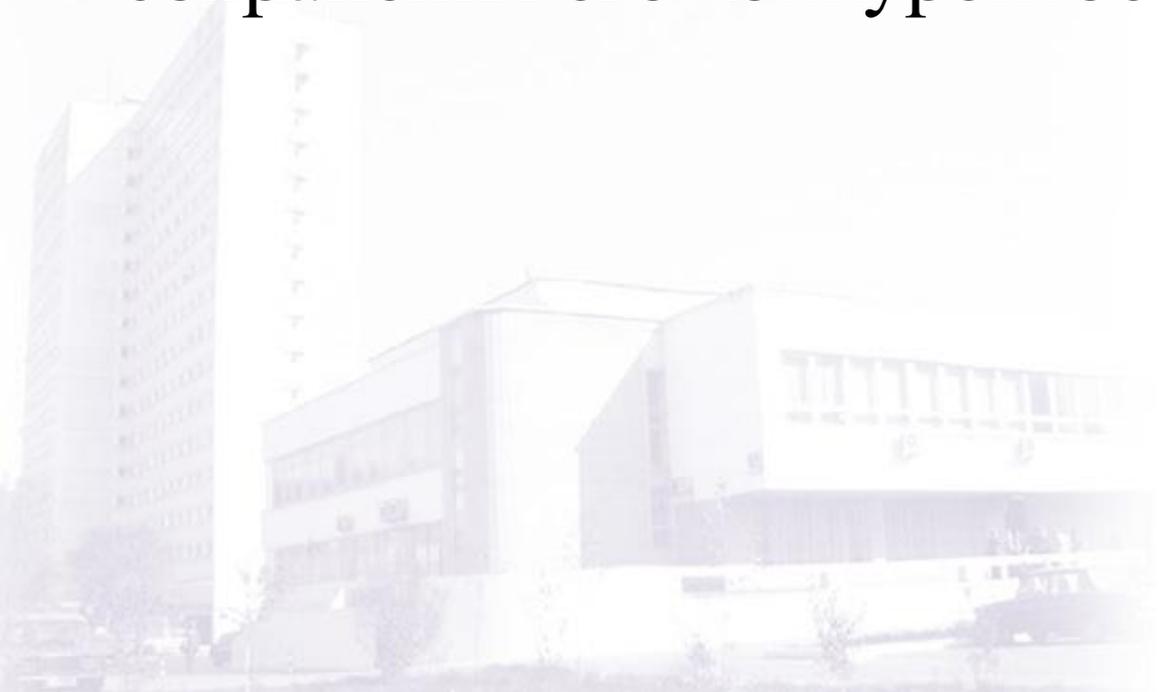
Предмет исследования:

- наступательные стратегии компании



Цель дипломного проекта:

- выработка предложений по разработке наступательных стратегий предприятия для сохранения его конкурентоспособности.

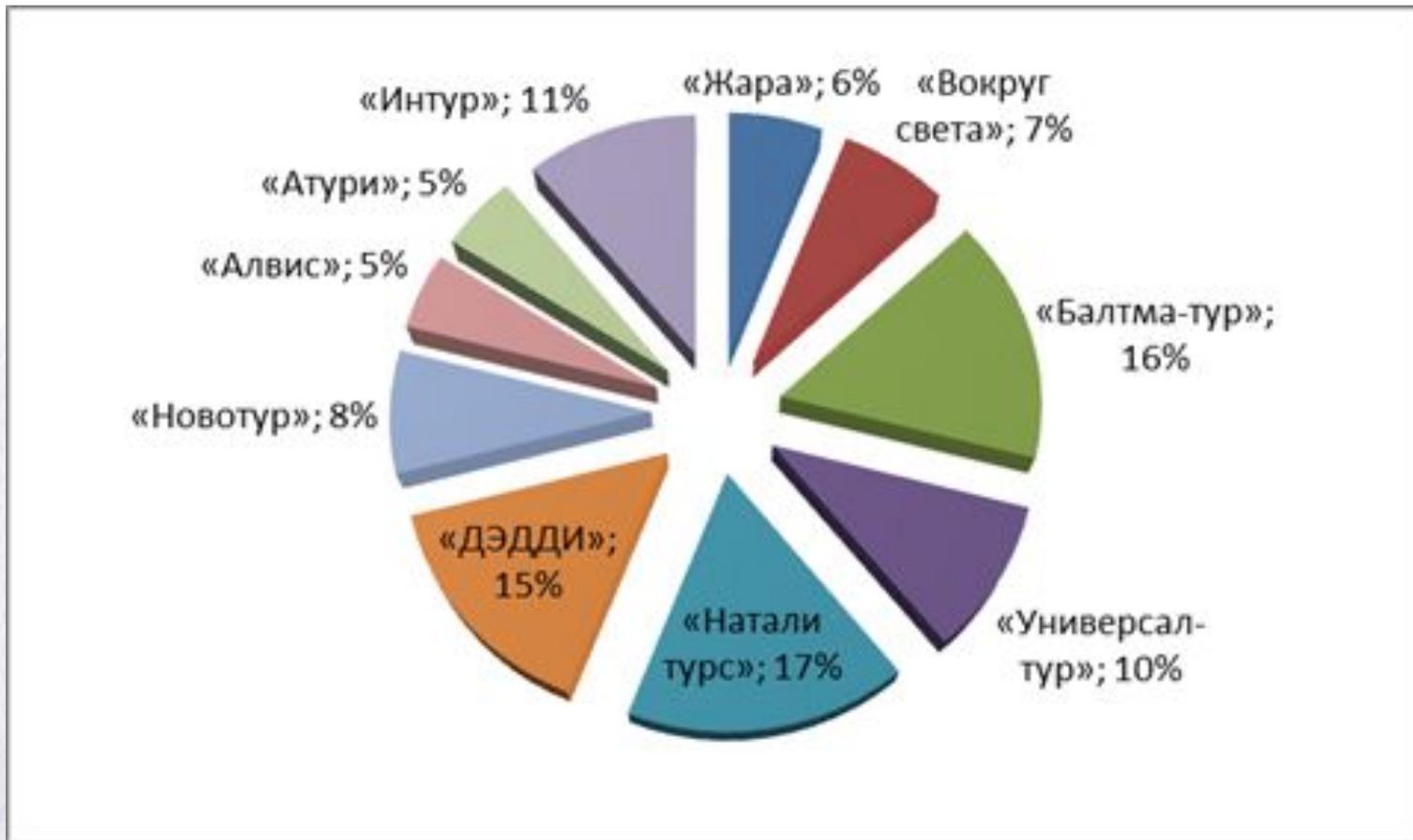
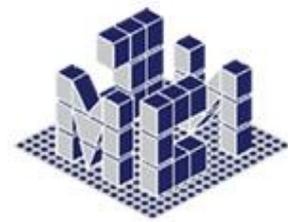




Задачи дипломного проекта:

1. Рассмотреть основные понятия конкурентных маркетинговых стратегий предприятия, их сущность и виды;
2. Дать понятие наступательным стратегиям предприятия и выявить их основные особенности и виды;
3. Провести анализ стратегических конкурентных возможностей ООО «Н»;
4. Внести предложения по реализации наступательных стратегий предприятия для обеспечения его конкурентоспособности и произвести расчет эффективности по вносимым предложениям.

Основные конкуренты ООО «Н»



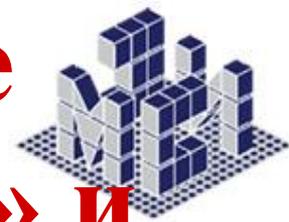
Сравнительная характеристика конкурентов ООО «Н»



№	Показатели	«Н»	«Универсал-тур»	«Интур»	«Дэдди»	«Алвис»
1	Репутация (имидж) предприятия	хорошая	отличная	хорошая	отличная	хорошая
2	Квалификация менеджеров	высокая	высокая	средняя	высокая	средняя
3	Качество обслуживания	хорошее	высокое	хорошее	хорошее	хорошее
4	Качество выполнения услуг	высокое	высокое	хорошее	высокое	удовлетв.
5	Контроль качества предоставляемых услуг	постоянный	время от времени	время от времени	постоянный	время от времени
6	Средние затраты времени на обслуживание на одного клиента (мин.)	20	15	15	20	25
9	Маркетинговая стратегия	на стадии разработки	разработана и реализуется	внедрены отдельные элементы	разработана и реализуется	внедрены отдельные элементы
10	Реклама	рекламная политика не сформирована	активная рекламная политика	активная рекламная политика	активная рекламная политика	недостаточно активная рекламная политика



Основные экономические показатели работы ООО «Н» и её эффективность

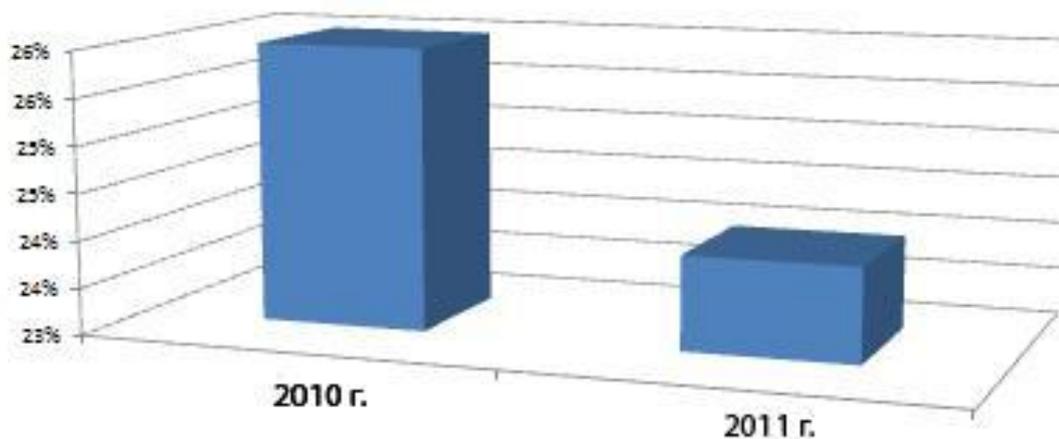


Показатели (тыс. рублей)	2010 г.	2011 г.	2011 г. в % к 2010 г.
Товарооборот (Выручка)	2438,19	2164,35	0,89
Себестоимость	1334,29	1190,85	0,89
Валовый доход	1223,9	1093,5	0,89
Валовый доход после налогообложения	1157,67	1035,09	0,89
Издержки	971,1	906,8	0,93
Чистая прибыль	306,57	248,29	0,81

Динамика рентабельности продаж ООО «Н»



Рентабельность ООО "Новотур"



Рентабельность деятельности снизилась на 2%.



Общие расходы на проведение рекламной кампании в 2012 г.



Вид рекламоносителя	Сумма затрат на рекламу, руб.
Радио	11880
Бегущая строка	88380
Печатная продукция	168080
Наружная реклама	20920
Презентация	21200
Интернет продвижение	36810
ИТОГО:	347270

Расчет экономического эффекта от проведения рекламной кампании

Показатели	Тыс. руб.
Прибыль до проведения рекламной кампании за 2011 год	945483,6
Затраты на проведение рекламной кампании	347270
Ожидаемая прибыль после проведения рекламной кампании	1134580,3
Экономический эффект от проведения рекламной кампании	158173,3

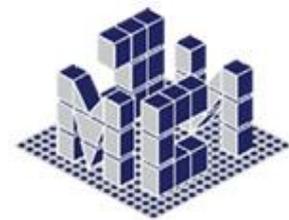
Себестоимость тура в Хорватию до и после проведения изменений



№ п/п	Наименование калькуляционных статей	Стоимость до проведения мероприятий, руб.	Стоимость после проведения мероприятий, руб.	Отклонение, в %
1.	Стоимость одноместного номера	7000	5820	20%
2.	Услуги сторонней организации по предоставлению гида-переводчика	2645,2	2645,2	-
3.	Транспортное обслуживание (автобусная перевозка)	120000	41872	35%
4.	Зарботная плата сопровождающего группы	15 000	15000	-
	Итого	144645,2	65337,2	45%

После проведения мероприятий, себестоимость тура снизилась на 45%





Спасибо за внимание!

