

ВУЗ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
на тему:
**«МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЁ
РАЗРАБОТКА
(на примере ООО «Центр Туризма и Отдыха
ритейл»))»**

Выполнил:

Научный руководитель:

Актуальность

Актуальность. Актуальность темы выпускной квалификационной работы (ВКР). Пандемия коронавируса фактически становила мировую туротрасль – это признают все эксперты. Но также справедливо то, что до вспышки заболевания индустрия была здорова и демонстрировала активный рост на протяжении нескольких лет подряд. Число предприятий в сфере туризма увеличивалось с каждым годом. Это вынуждает турфирмы внедрять в свою деятельность новые технологии управления, производства и сбыта, так как инновации способствуют развитию конкурентных преимуществ. Для совершенствования работы турфирмы необходимо знать ситуацию на рынке и прогноз ее развития. Для этого и необходима маркетинговая деятельность.

Объект, предмет и методы исследования

Объект исследования – система управления предприятием ООО «Центр Туризма и отдыха ритейл».

Предмет исследования – взаимоотношения, возникающие в процессе разработки маркетинговой стратегии предприятия.

Методы исследования:

- Статистический
- Графический
- Системный
- функциональный и сравнительный анализ
- SWOT-анализ и др.

Практическая значимость исследования заключается в возможно использования результатов проекта в практической деятельности предприятия.

Шесть основных типов наступательных стратегий

стратегии, которые направлены на превосходство или сбалансирование сильных сторон конкурентов;

стратегии, главной целью которых является использование слабых сторон конкурентов;

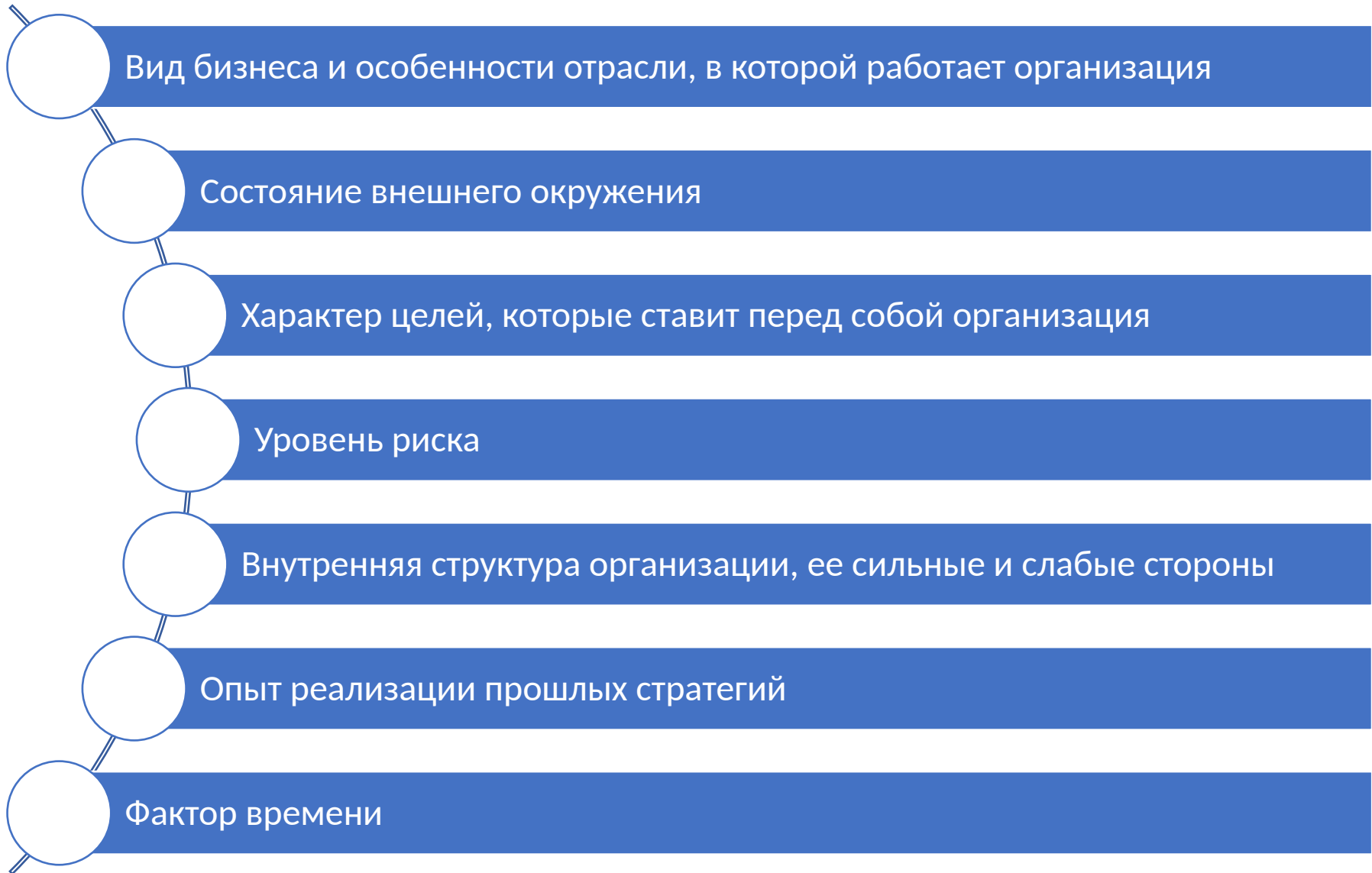
стратегии, в основе которых лежит одновременное наступление сразу по нескольким направлениям;

стратегии, которые ориентированы на поиск рынков с низкой конкуренцией и создание новых;

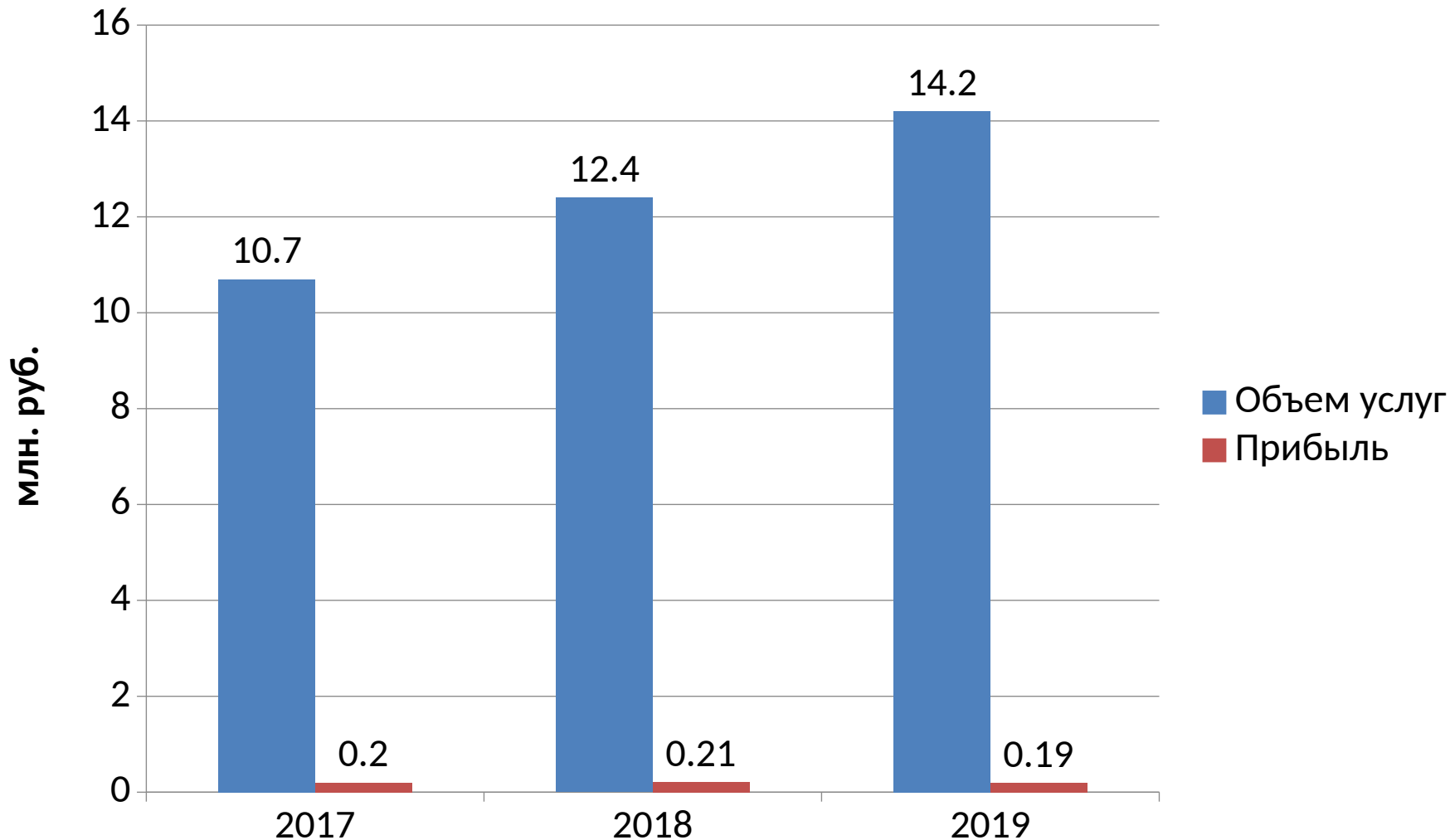
стратегия отвлечения;

партизанская война

Факторы, которые влияют на выбор стратегии



Динамика общеэкономических показателей ООО «Центр Туризма и Отдыха Ритейл» за 2017-2019 гг.



Результаты сравнительного анализа средств рекламы

Предприятие	Наружная реклама	Реклама в СМИ	Реклама на радио	Реклама на ТВ	Наличие рекламного образа	Наличие слогана
ООО «Центр Туризма и Отдыха Ритейл»»	+	+	+	+	-	-
ОАО «Азбука путешествий»	+	+	-	+	-	-
ОАО «Одиссея»	-	+	-	-	+	-
ООО «КругоСветка»	+	+	+	-	-	-
ООО «Линда»	+	-	+	-	-	-

Основные факторы матрицы SWOT

Организация	Рынок	
	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	Открываются возможности: - увеличение объема продаж; - создания более современных аналогов услуги.	Основные угрозы – существующая система налогообложения и ограниченный платежеспособный спрос.
Слабые стороны	Из-за существенной зависимости от рынка потребителей, к сожалению, возможен ограниченный объем продаж.	Если не удастся изменить рекламную политику, то в условиях ограниченной емкости рынка будет сложно увеличить рыночную долю капитала.

Предполагаемая структура персонала первого филиала ООО «Центр Туризма и Отдыха Ритейл» по категориям

Категории персонала	Количество человек	%
руководители	2	17%
специалисты	7	64%
прочие служащие	3	19%

План мероприятий по внедрению проекта в ООО «Центр Туризма и Отдыха Ритейл»

Мероприятие	Сроки проведения	Ответственный за проведение
1. Применение информационных технологий	июнь 2021	Директор
1.1 подключение системы ТУРЫ.ру	июнь 2021	Директор
1.2 обучение менеджеров по туризму работе с системой	июнь 2021	Менеджер по персоналу
2. Личностный рост сотрудников	июнь-июль-март 2021	Директор
2.1 Организация проведения тренингов с персоналом	июнь 2021	Менеджер по персоналу

Планируемые затраты на реализацию плана маркетинга по расширению рынка посредством открытия филиальной сети

Этапы	Наименование этапов	Единовременные расходы		Текущие расходы			Итого
		Приобретение имущества (оргтехника, мебель)	Регистрация, внесение изменений в регламенты	Оплата труда	Аренда	Реклама	
1	Планирование	-	-	0,020	-	-	0,020
2	Проведение подготовительных мероприятий. Открытие филиала	0,01	0,01	0,025	0,02	0,003	0,34
3	Период развития филиала	-	-	0,240	0,24	0,036	0,516
4	Контроль за развитием филиала	-	-	0,031	-	-	0,031
5	Управленческие решения по итогам работы первого открытого филиала	-	-	0,022	-	-	0,022
Итого		0,01		0,310			0,622

Расчет показателей экономической эффективности разработанных предложений

Показатели	Ед. изм.	Метод расчета	Расчетные данные
Увеличение доходов после внедрения мероприятия	млн. руб.	$O_2 = O_1 + \Delta O$	14,9
Среднегодовая выработка работника после внедрения мероприятия	млн. руб.	$B_2 = O_2 / Ч_2$	1,242
Прирост производительности труда после внедрения мероприятия	%	$\Delta ПТ = B_2 / B_1 * 100 - 100$	5
Годовая экономия на затратах	млн. руб.	$Э.з. = 3. * \Delta ПТ / 100$	0,7
Годовой экономический эффект	млн. руб.	$Эг = Э.з. - Зед$	0,35

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!