

***РАЗРАБОТКА
СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ
ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ
ООО «МАКДОМ», Г.
ХАБАРОВСК)***

Выполнил: студент

АКТУАЛЬНОСТЬ РАБОТЫ

Важно разработать и успешно реализовать стратегию развития организации.

Обоснование стратегии раскрывают механизмы достижения поставленных задач изменениями, происходящими во внешней среде.

- *Объект исследования – туристическое агентство «Дэльфи- тур» ООО «Макдом» г. Хабаровск.*
- *Предмет исследования – внутренняя и внешняя среда ООО «Макдом».*
 - *Цель работы – на основе анализа внешней и внутренней среды ООО «Макдом» разработать и обосновать стратегию развития организации с целью повышения ее конкурентоспособности на туристическом рынке г. Хабаровска.*

ЗАДАЧИ

- 1) усвоить теоретические основы разработки стратегии развития организации;
- 2) провести анализ внешней и внутренней среды ООО «Макдом»;
- 3) разработать и обосновать стратегию развития ООО «Макдом»;
- 4) оценить эффективность мер по реализации стратегии ООО «Макдом».

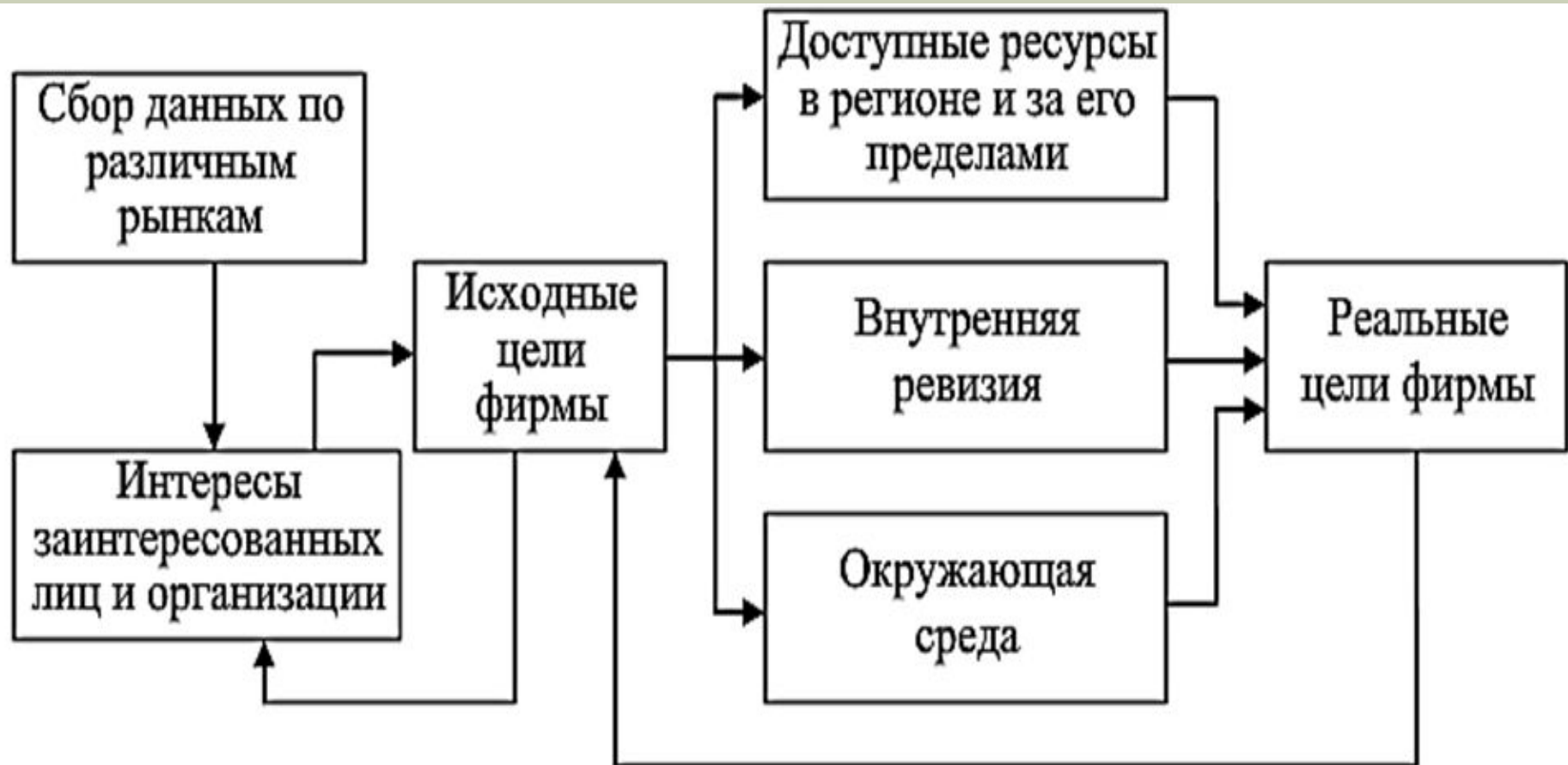
ЗАЧЕМ НУЖНА СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

- *Стратегия развития представляет собой программу согласованных, подкрепленных определенными исследованиями и реально выполнимых действий организации.*
- *Умение использовать технологию стратегического управления, становится жизненно важным условием существования и развития отечественных компаний, в особенности в индустрии туризма.*

СТРУКТУРА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ



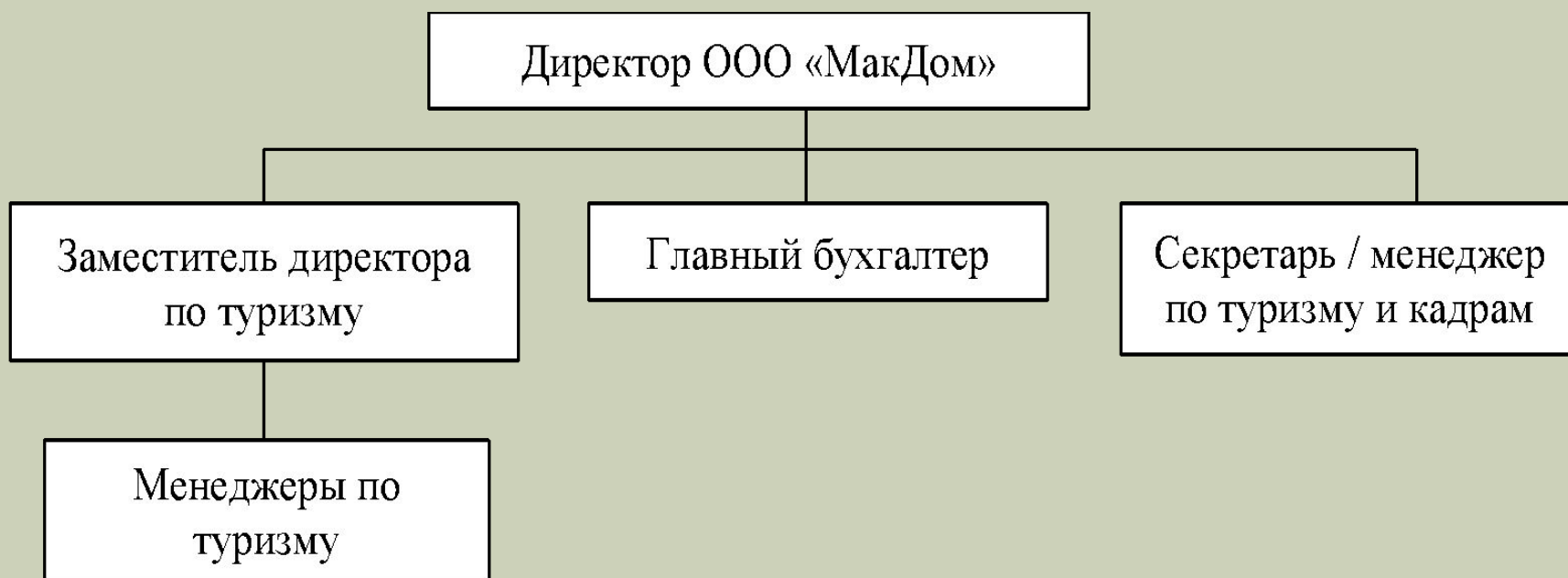
ВЫРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ



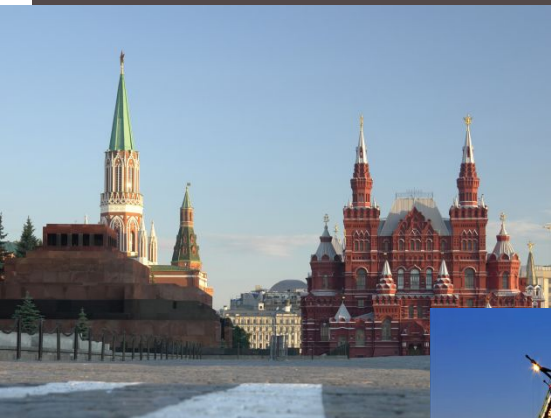


- *Турфирма работает под брендом «Дэльфи-Тур» более 10 лет.*
- *Турфирма предоставляет как зарубежные направления, так и туры по России.*

СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ООО «МАКДОМ»



САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТУРЫ



ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРАГЕНТСТВА «ДЭЛЬФИ-ТУР» И ЕГО ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТОВ

№ п/п	Факторы конкурентоспособности	«Дэльфи тур»	«Колесо путешествий»	«Трэвэл тур»
1	Месторасположение	Места с большой проходимостью людей, вблизи торговых центров	Места с большой проходимостью людей, вблизи торговых центров	Места с большой проходимостью людей, вблизи торговых центров
2	Сегмент рынка	Клиенты с высоким и средним доходом	Клиенты с высоким и средним доходом	Клиенты с высоким и средним доходом
3	Ассортимент услуг	Широкий ассортимент услуг и предлагаемых туров	Широкий ассортимент услуг и предлагаемых туров	Широкий ассортимент услуг и предлагаемых туров
4	Система обслуживания	Высокий уровень	Низкий уровень	Высокий уровень
5	Стоимость путевки	Средняя	Выше средней	Средняя
6	Комфортабельность офиса	Высокая	Высокая	Высокая
7	Имидж турфирмы	Средний	Высокий	Средний
8	Информативность официального сайта	Средний	Высокий	Низкий

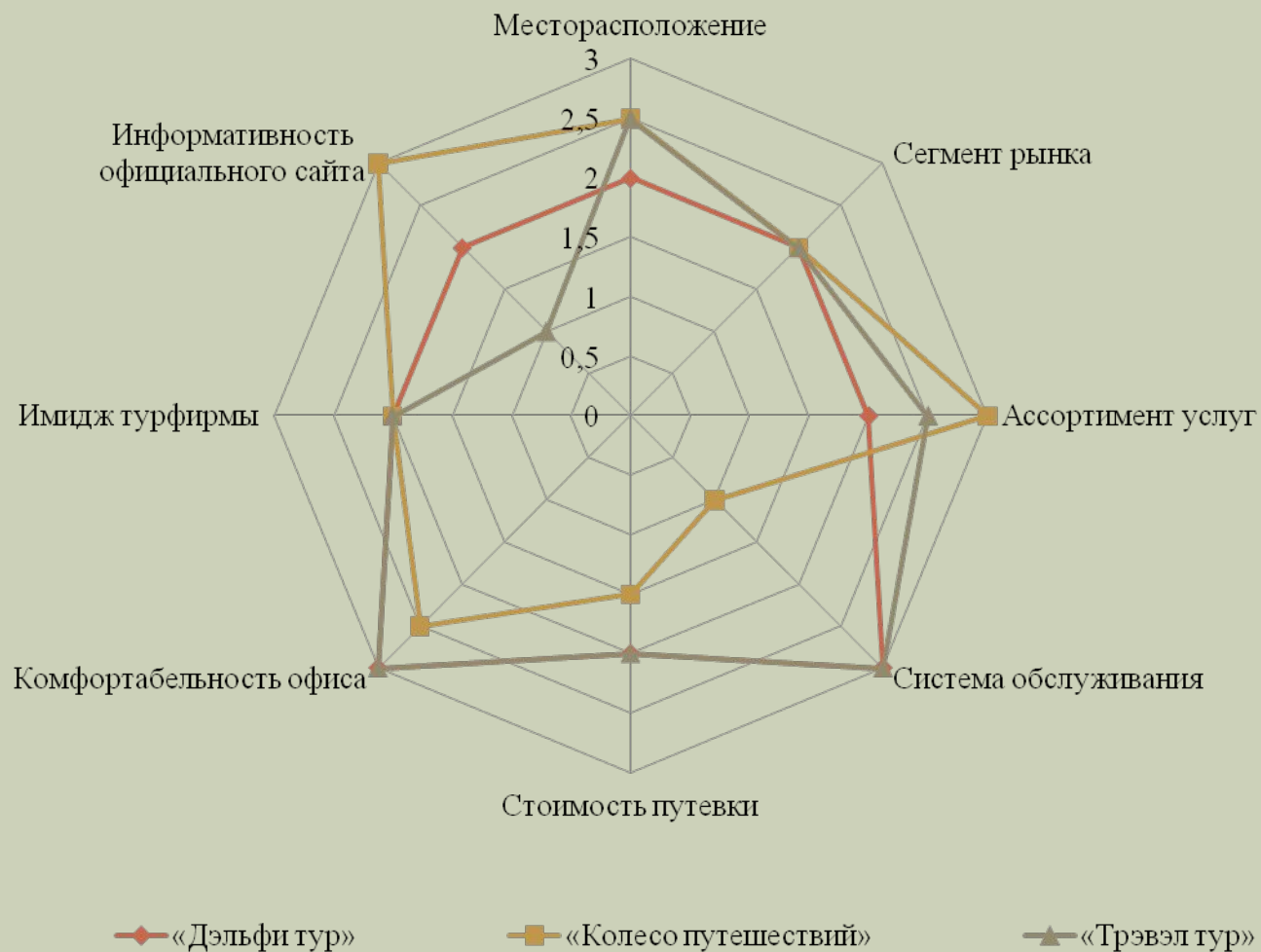
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ТУРФИРМЫ

- *отсутствие четкой стратегии развития;*
- *недостаточно сформированный имидж;*
- *отсутствие эффективного маркетинга;*
- *ограниченное использование инновационных технологий.*
- *узкая линия предлагаемых услуг.*

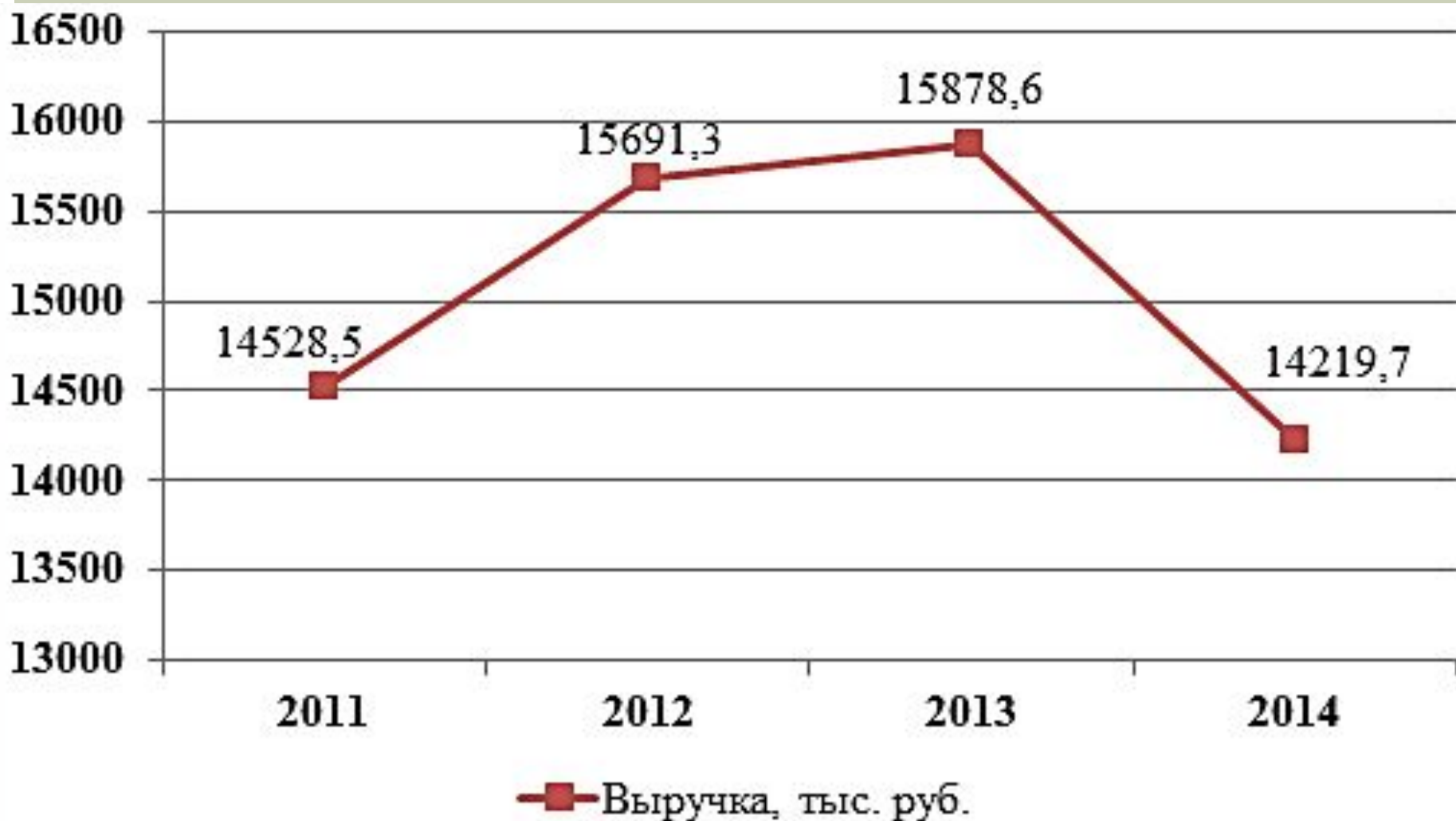
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА «ДЭЛЬФИ ТУР»

№ п/п	Факторы конкурентоспособности	«Дэльфи тур»	«Колесо путешествий»	«Трэвэл тур»
1	Месторасположение	2	2,5	2,5
2	Сегмент рынка	2	2	2
3	Ассортимент услуг	2,0	3	2,5
4	Система обслуживания	3	1	3
5	Стоимость путевки	2	1,5	2
6	Комфортабельность офиса	3	2,5	3
7	Имидж турфирмы	2	2	2
8	Информативность официального сайта	2	3	1
	Итого	18,0	17,5	18,0

МНОГОУГОЛЬНИК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРАГЕНТСТВ



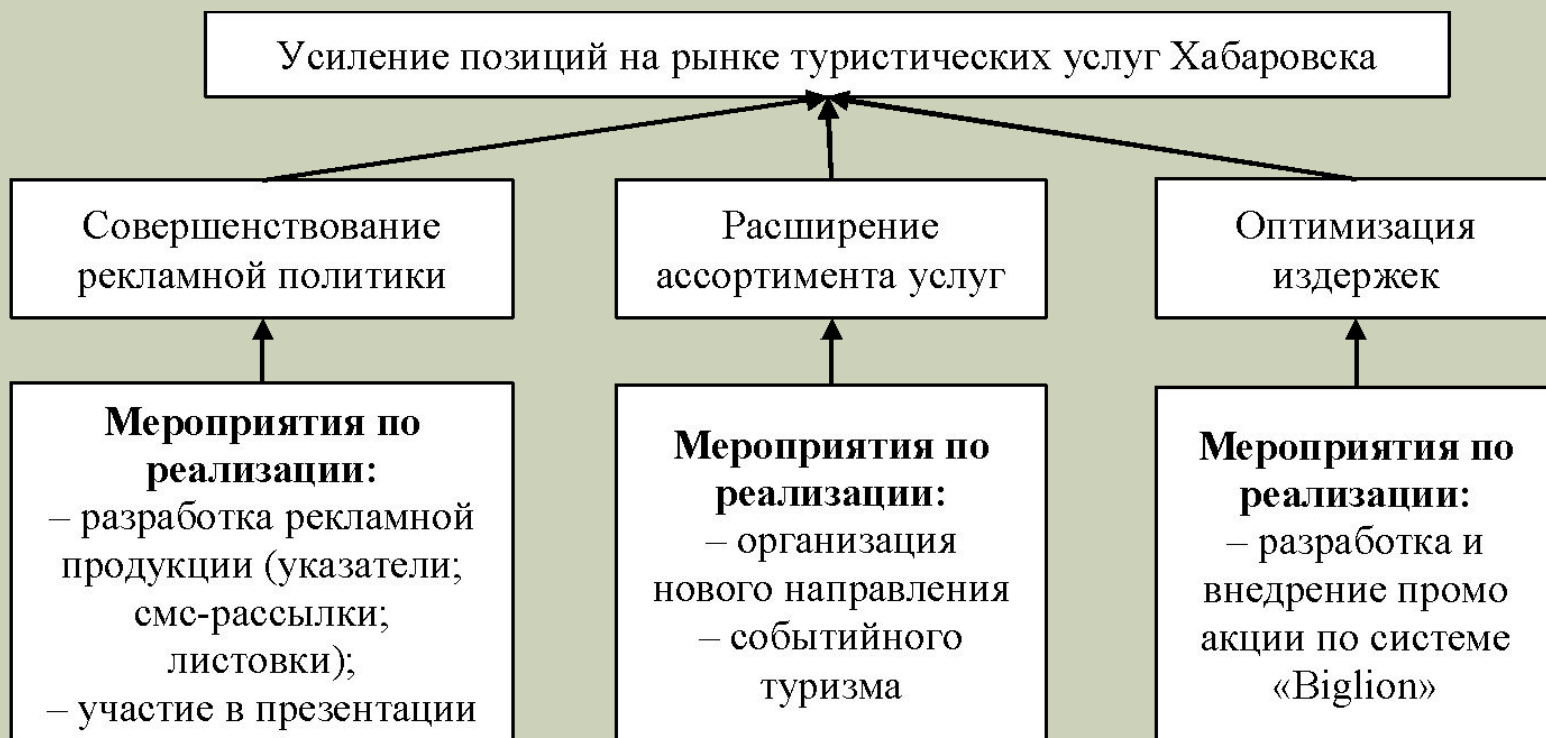
ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ ООО «МАҚДОМ» ЗА 2011-2014 ГГ., ТЫС. РУБ.



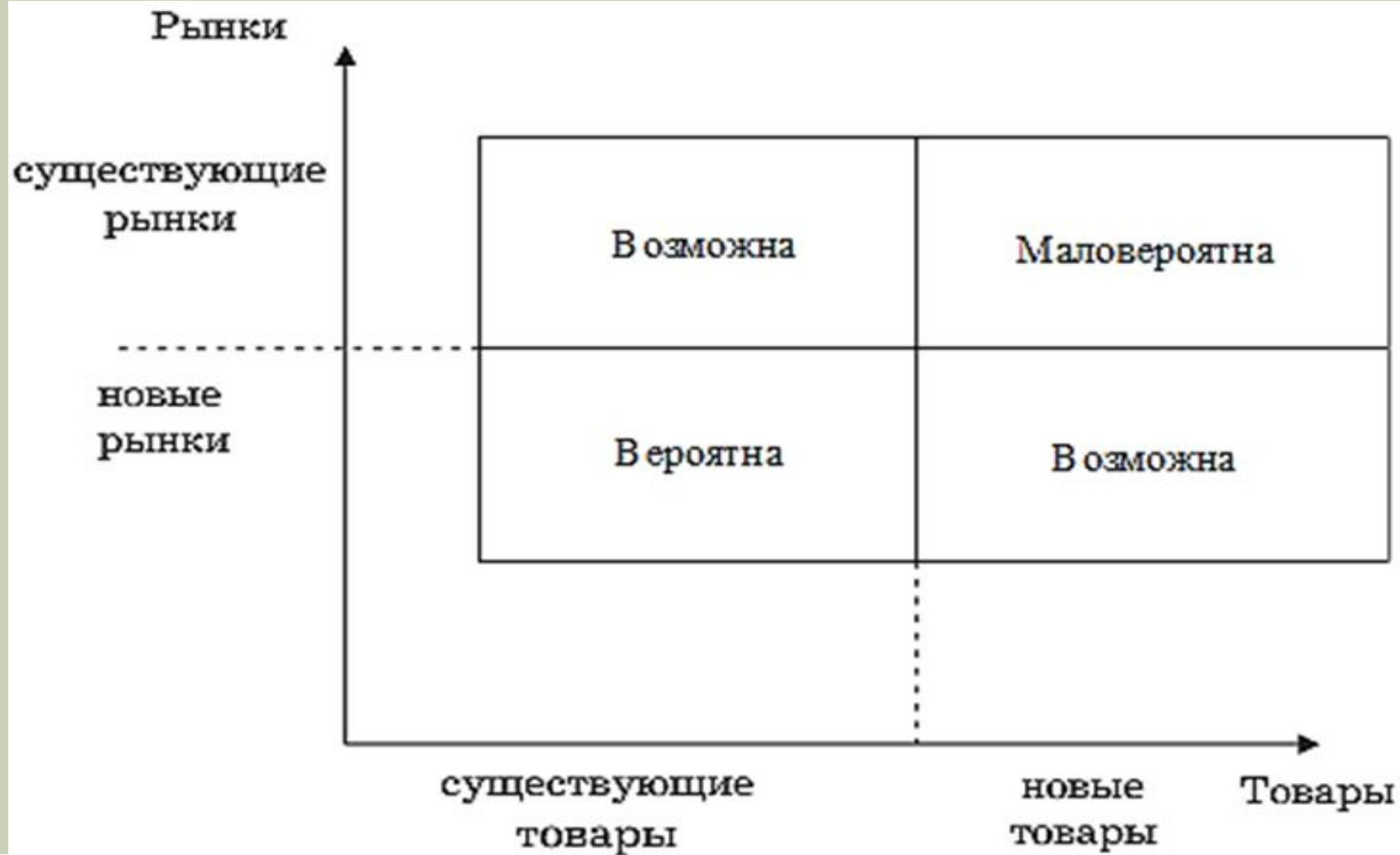
СПОСОБЫ ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

- *Расширение ассортимента*
- *Повышения качества услуг*
- *Использование альтернативных путей
рекламы*
- *Развивать внутренний туризм*
- *Внедрить систему управления бизнесом*

ДЕРЕВО ЦЕЛЕЙ ООО «МАКДОМ»



СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В МАТРИЦЕ «ТОВАР-РЫНОК» ДЛЯ ООО «МАКДОМ»



МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ

- разработка рекламной продукции (указатели; смс-рассылки; листовки);
- участие в презентации;
- организация нового направления – событийного туризма;
- разработка и внедрение промо акции по системе *biglion*;

Стратегия	Стратегические цели	Меры по реализации
Концентрированного роста	Совершенствование рекламной политики	Разработка рекламной продукции (указатели; смс-рассылки; листовки)
	Расширение ассортимента услуг	Участие в презентации Организация нового направления – событийного туризма
Оптимальных издержек	Предоставление клиентам большого спектра услуг по более низким ценам	Разработка и внедрение промо акции по системе biglion.

ЕДИНОВРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ НА РЕАЛИЗАЦИЮ МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРАГЕНТСТВА «ДЭЛЬФИ-ТУР» ООО «МАҚДОМ»

Мероприятия	Статьи затрат	Сумма, руб.
Разработка рекламной продукции	Расходы на рекламные и информационные материалы, в т.ч.:	24 200
	– указатели	21 000
	– смс-рассылки в месяц	2 000
	– листовки	1 200
Участие в презентации	Расходы на рекламные и информационные материалы, в т.ч.:	9 800
	– баннер (изготовление и монтаж)	6 000
	– шары	1 500
	– листовки	300
	Зарплата сотрудникам	2 000
Организация нового направления – событийного туризма	Обучение персонала событийному туризму	20 000
	Организация нескольких пробных туров	300 000
Разработка и внедрение промо акции по системе biglion.	Стоимость 1500 купонов «biglion» по 7 руб. каждый	10 500
ИТОГО		398 500

- *реализация предложенных мер приведёт к увеличению числа клиентов ООО «Макдом», и, следовательно, увеличит выручку, что положительно отразится на положении турагентства на рынке туристических услуг Хабаровска.*
- *Таким образом, поставленные задачи исследования реализованы.*

***Благодарю за
внимание!***