

Выбор и обоснование ценовой стратегии развития открытого акционерного общества «Киностудия «Ленфильм»

Руководитель: Безуглая Марина Олеговна

Выполнила: Дементьева Екатерина,

Студентка 3 курса, группы М-5621

Объект исследования: «Киностудия «Ленфильм»



Киностудия «Ленфильм» является одним из старейших предприятий киноиндустрии, обеспечивающее как оказание услуг кино- и телепроизводителям, так и производство собственных фильмов, соответствующих современному уровню.

Цель работы:

- Рассмотреть объект исследований и понять какая ценовая стратегия является наиболее подходящей для реализации развития в долгосрочном периоде.

Задачи:

- Исследовать финансово-хозяйственную деятельность предприятия «Ленфильм»
- Проанализировать финансовые показатели на основе данных бухгалтерского баланса за последние годы.

Анализ Киностудии «Ленфильм»

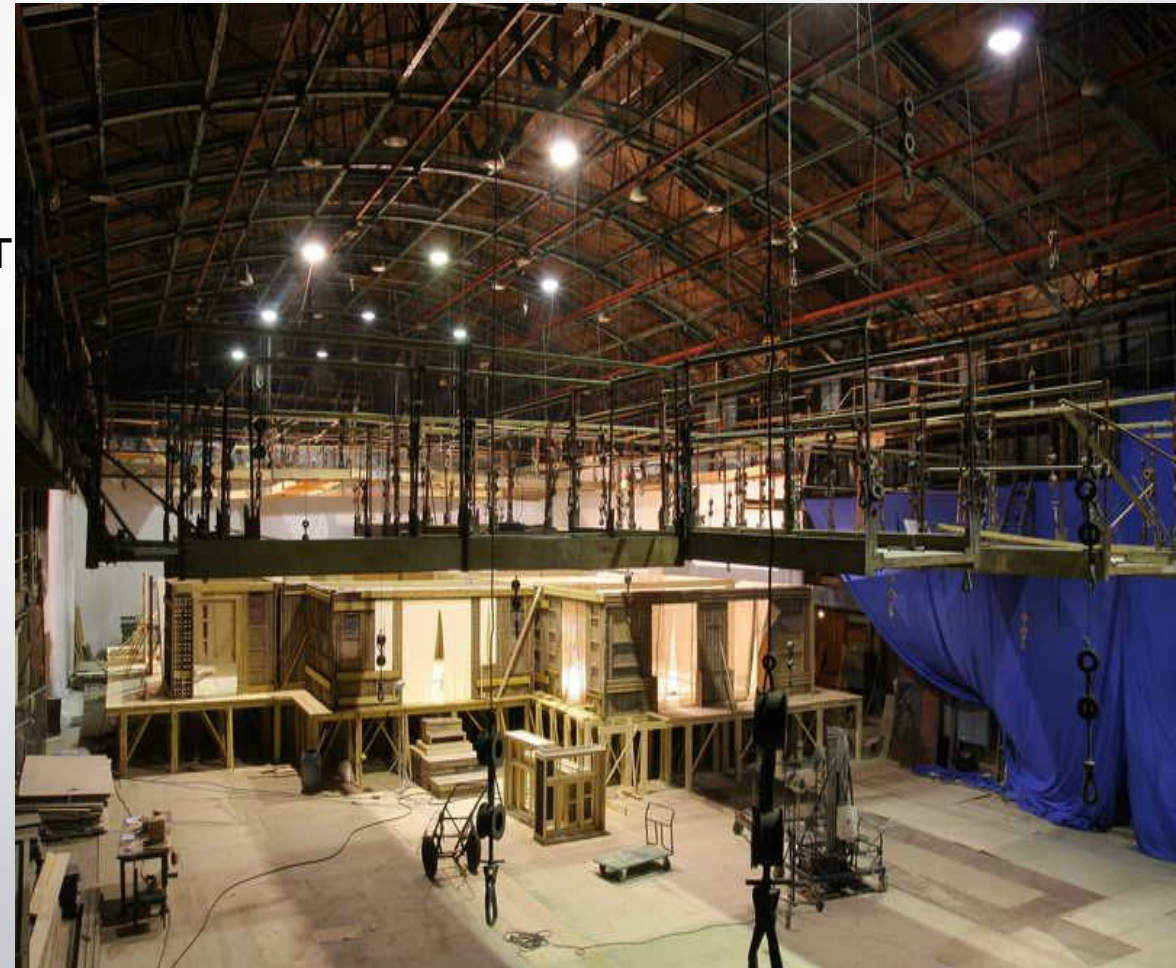
Приоритетные направления деятельности киностудии:

- собственное кинопроизводство
- оказание услуг другим кинокомпаниям по обеспечению полного цикла производства кинопродукции (оборудования, монтаж, озвучивание, запись и перезапись фильмов)



Приоритетные направления деятельности киностудии:

- модернизация производственно-технической базы Киностудии, ремонт и реконструкция производственных помещений
- сдача в аренду помещений, не задействованных в основных направлениях деятельности Киностудии



Выручка по видам деятельности (за 2012 г.)

Выручка ОАО «Ленфильм» по видам деятельности	Сумма, руб	Доля в общем объеме выручки, %
Передача прав на использование(прокат) фильмов, в т.ч. дистрибуция	1 874 684,62	2,11

Продолжение Таблицы 1

Выручка ОАО «Ленфильм» по видам деятельности	Сумма, руб	Доля в общем объеме выручки, %
Прочие услуги связанные с арендой помещений	125 000,00	0,14
Услуги по передачи в аренду офис помещений	58 432 267,03	65,82
Услуги цехов по кинопроизводству	28 340 083,03	31,92
Выручка нетто по отчету о прибыли и убытках	88 772 034,68	100

По итогам 2012 года получен убыток в размере- 32 367 тыс. руб.

К числу слабых сторон киностудии относятся:

- Недостаточно высокая производственная мощность киностудии.
- Недостаточное количество съемочных павильонов.
- Недостаточный опыт работы с зарубежными партнерами.
- Отсутствие четко выраженных целей ценовой политики.
- Некорректная стратегия поведения киностудии на рынке

Приоритетные цели:

- лидерство в качестве
- «Снятие сливок» с рынка

План модернизации студии

- Реконструкция павильонов и цехов
- Совершенствование услуг постпродакшн
- Реконструкция конференц-зала в главном корпусе



Стоимость проведения работ по реконструкции

Павильон №1	
Площадь павильона общая, кв.м	609,3
Стоимость реконструкции	40 595 635р.
Проектирование	2 260 000р.
Демонтаж	2 000 000р.
СМР	27 335 635р.
Тельферная система	9 000 000р.
Павильон №2	
Площадь павильона общая, кв.м	1 442
Стоимость реконструкции	85 863 888р.
Проектирование	2 420 000р.
Демонтаж	3 000 000р.
СМР	64 693 888р.
Тельферная система	15 750 000р.

Павильон №4	
Площадь павильона общая, кв.м	1 315
Стоимость реконструкции	82 916 160р.
Проектирование	2 420 000р.
Демонтаж	3 500 000р.
СМР	58 996 160р.
Тельферная система	18 000 000р.
Итого:	269 289 267р.

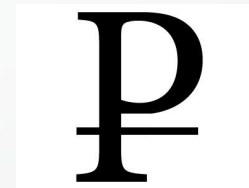
Временные этапы модернизации Студии

- Подготовительный этап

6 месяцев



60 миллионов рублей



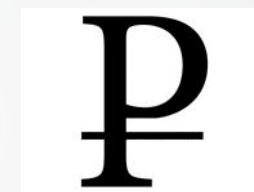
- Проводятся необходимые экспертизы, обследования, разработка проектов реконструкции и строительства,
- выбор поставщиков и проведение переговоров об условиях закупки оборудования.
- техническое обследование инженерных сетей, а также зданий и сооружения, задействованных в производстве

Первый этап

1 год 6 месяцев



1 298 000 рублей



- погашение кредиторской задолженности Студии;
- реконструкция коммунальных сетей студии;
- ремонт и техническое оснащение киносъёмочных павильонов
- строительство большого съёмочного павильона-трансформера в Сосновой Поляне с бассейном для проведения подводных съёмок.



- создание комплекса постпродакшн, включающего в себя полный Комплекс обработки изображения Digital Intermediate и Комплекс обработки звука Dolby Digital.
- модернизация внутренней компьютерной сети и создание принципиально нового интерактивного Интернет–портала Киностудии;
- компьютерная каталогизация имеющегося на Киностудии оборудования для кинопроизводства, мебели, костюма и реквизита, расширение пошивочного участка Цеха подготовки съемок;



Второй этап:

2 года



701 400 000 МИЛЛИОНОВ



- ремонт офисных помещений на обеих площадках;
- автоматизация системы хранения и выдачи костюма и реквизита;
- строительство гостиницы для обучающего центра, съёмочных групп и гостей студии;
- строительство многозального кинотеатра в Сосновой Поляне;
- создание Городского культурного центра на базе Музея Ленфильма, библиотеки и кинотеатра;
- реконструкция Большого тон-ателье (БТА) для записи оригинальной музыки вплоть до полного симфонического оркестра;

- расширение производственных площадей студии за счет реконструкции зданий;
- монтаж и освоение дополнительного оборудования, обеспечивающего рост качества услуг;
- открытие филиала профильного института при Студии, собственной школы подготовки специалистов необходимого профиля.



Выбор ценовой стратегии киностудии «Ленфильм»

- наиболее подходящей ценовой стратегией является стратегия «высоких цен».

Расчет цены на предоставление услуг по использованию павильона-трансформера для проведения подводных съемок:

- $F = A + B + C + D + E$, где
- А - амортизационные отчисления по оборудованию, участвующему в процессе съемки;
- В - затраты на содержание и обслуживание основного и вспомогательного оборудования, участвующего в проведении съемки (ремонт, сервис), руб. в час;
- С - затраты на оплату ресурсов (вода, электроэнергия, и др.), руб. в час;
- D - затраты на расходные материалы, руб. в час;
- E – заработная плата оператора оборудования за один час работы, руб. в час;

Стоимость услуги = «Себестоимость» + «Прибыль»

- Прибыль здесь – это доля создаваемого дохода в будущем или дополнительная прибыль.
- Амортизационные отчисления — отчисления части стоимости основных фондов для возмещения их износа.
- Стоимость услуги = $1394 + 1115 = 2509$ (руб. в час)

Вывод:

- В результате проведенного анализа мы выяснили, что наиболее подходящая стратегия для данного предприятия-стратегия «высоких цен»

Спасибо за внимание!

