

Бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Вологодской области  
«Вологодский колледж сервиса»

## ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

ТЕМА: АНАЛИЗ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО  
ПИТАНИЯ

Выполнила: Гладышева Татьяна Владимировна

Группа 45-о

Руководитель: Орехова Ирина Георгиевна

# Актуальность темы

Актуальность рассматриваемой темы заключается в том, что все предприятия и организации в большей или меньшей степени сталкиваются с такой проблемой как конкуренция, поэтому чтобы выжить в таких условиях и развиваться, необходимо анализировать сложившееся положение на рынке, а так же принимать решения о проведении мероприятий по повышению конкурентоспособности.

# Цель и задачи

**Цель** – анализ конкурентоспособности предприятия общественного питания на примере ООО «Олива» и определение путей ее повышения.

## **В работе поставлены следующие задачи:**

- раскрыть сущность, понятие и виды конкуренции;
- рассмотреть стратегии конкурентной борьбы;
- рассмотреть типы конкурентных рынков;
- рассмотреть особенности проведения маркетинговых исследований конкурентов;
- раскрыть конкурентоспособность товара и фирмы;
- рассмотреть моделирование показателей конкурентоспособности;
- рассмотреть стандартизацию и сертификацию в системе обеспечения конкурентоспособности;
- раскрыть пути повышения конкурентоспособности предприятия;
- охарактеризовать организационно-правовую и экономическую деятельность предприятия общественного питания ООО «Олива»;
- оценить конкурентоспособность и маркетинговую деятельность конкурентов предприятия общественного питания ООО «Олива»;
- проанализировать SWOT-анализ предприятия общественного питания ООО «Олива»;
- предложить основные направления повышения конкурентоспособности предприятия общественного питания ООО «Олива» и дать оценку их эффективности.

## Предмет и объект

Предмет - конкурентоспособность  
предприятия общественного питания.

Объект - ООО «Олива» находящееся по  
адресу г. Вологда, ул. Козленская, д. 33.

# Конкуренция: понятие, виды и методы

**Конкуренция** (в переводе с лат. – соревнование) в узком смысле – это соперничество между отдельными лицами, различными, хозяйственными субъектами на каком-либо поприще с целью достижения одной и той же цели.

## **Виды конкуренции:**

- видовая конкуренция;
- функциональная конкуренция;
- предметная конкуренция.

## **Методы конкуренции:**

- ценовая конкуренция;
- неценовая конкуренция.

# ООО «Олива»



**Олива**  
кафе

**Часы работы:**

Понедельник - четверг  
**с 8 до 24**

Пятница - суббота  
**с 11 до 02**

Воскресенье  
**с 11 до 24**

Логотип ООО «Олива»



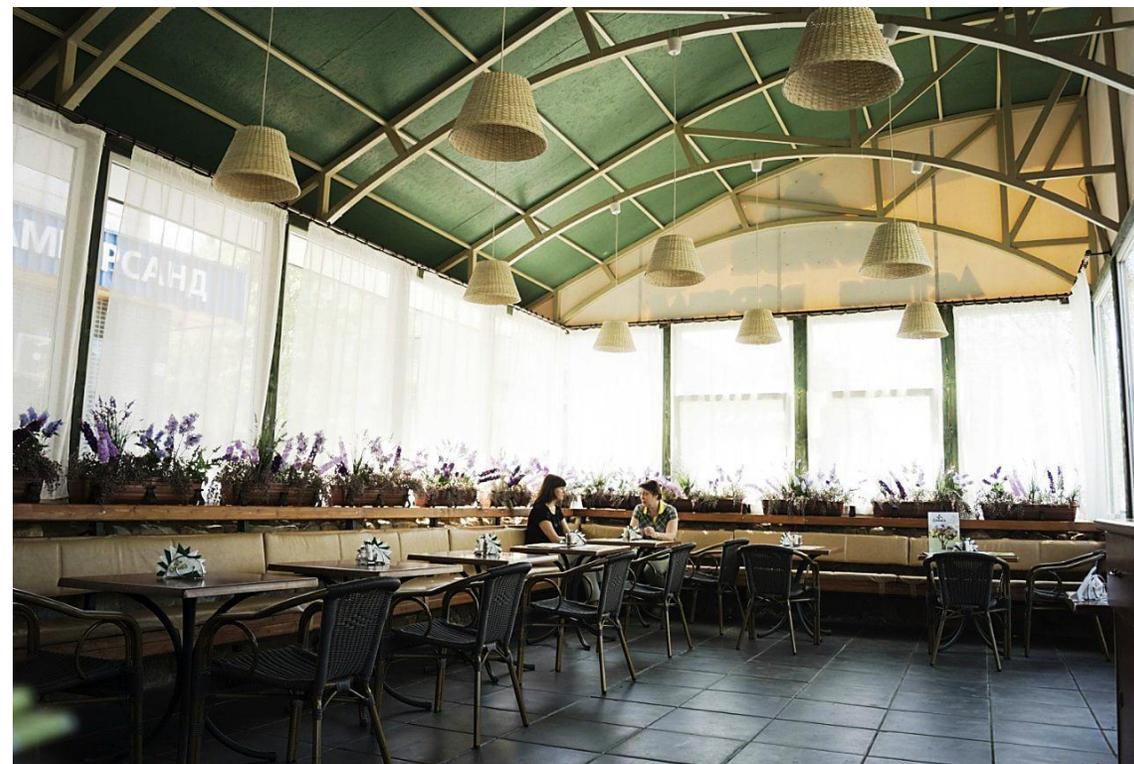
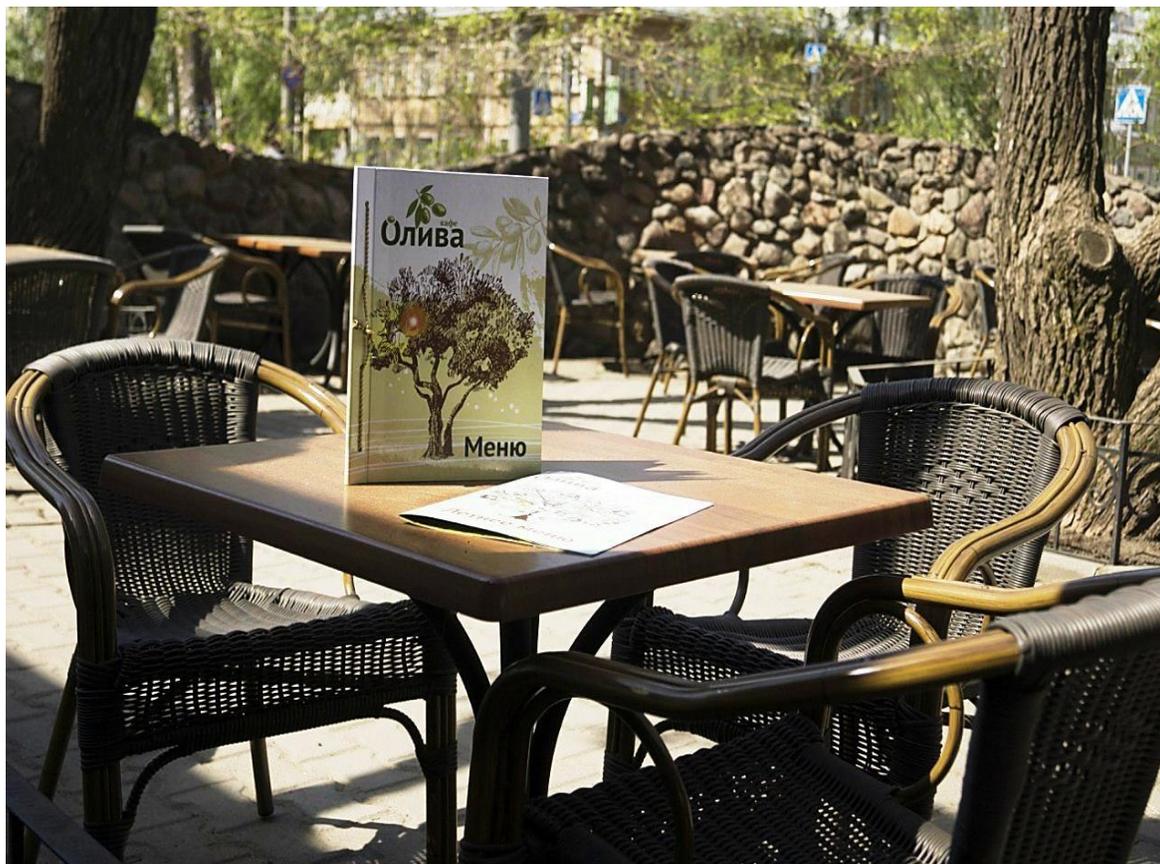
# Услуги ООО «Олива»



# Интерьер ООО «Олива»



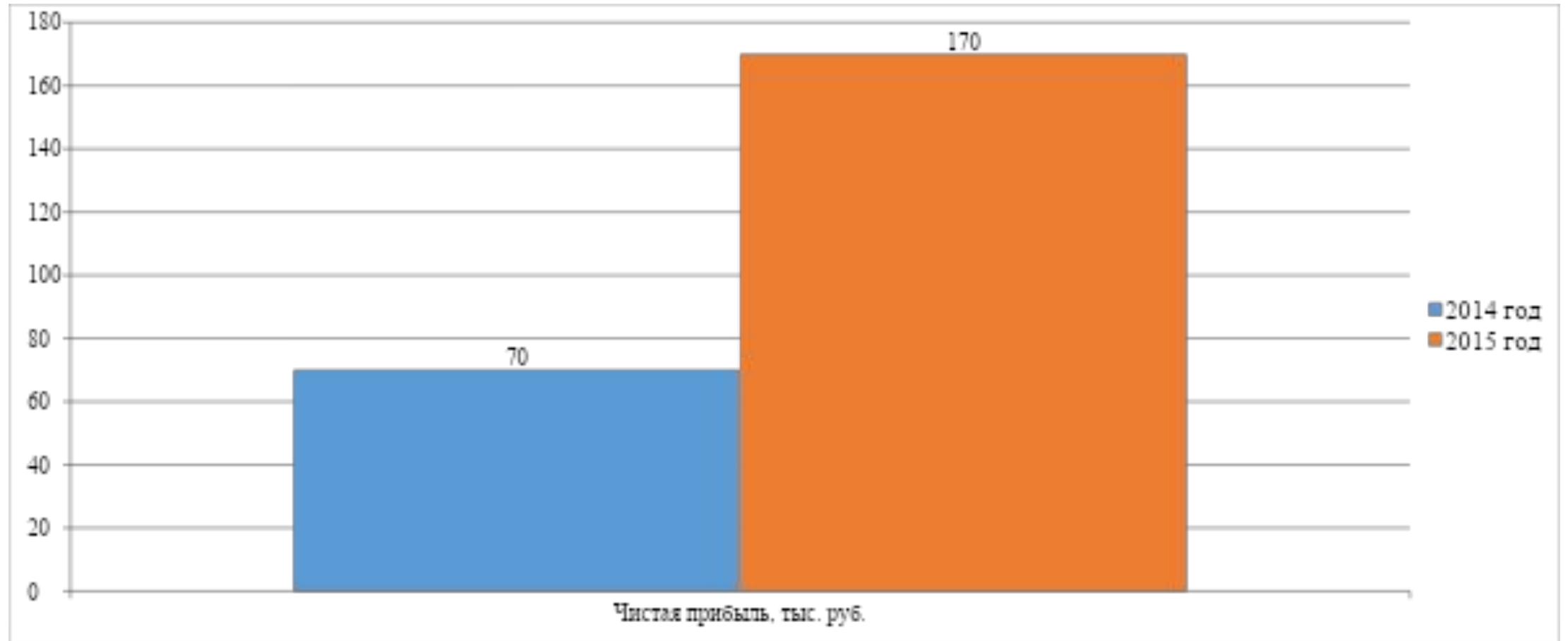
# Летняя веранда ООО «Олива»



# Численность персонала ООО «Олива»

№ п/п	Наименование должности	Кол-во штатных единиц, чел.
1	Генеральный директор	1
2	Менеджер	1
3	Бухгалтер	1
4	Заведующий производством	1
5	Официант	5
6	Бармен	2
7	Кассир	2
8	Повар	10
9	Оператор посудомоечной машины	3
10	Уборщица	2
	<b>Всего</b>	<b>28</b>

# Динамика прибыли в ООО «Олива»

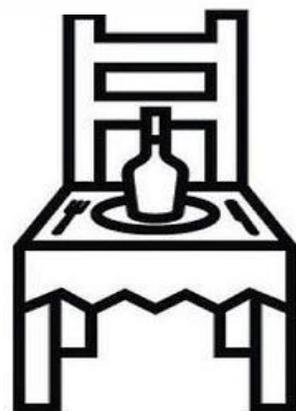


# Конкуренты ООО «Олива»



**ТОНГА**  
тики бар

СЕМЬ  
**ВЕЧЕРОВ**  
РЕСТОРАН



# Территориальная конкуренция

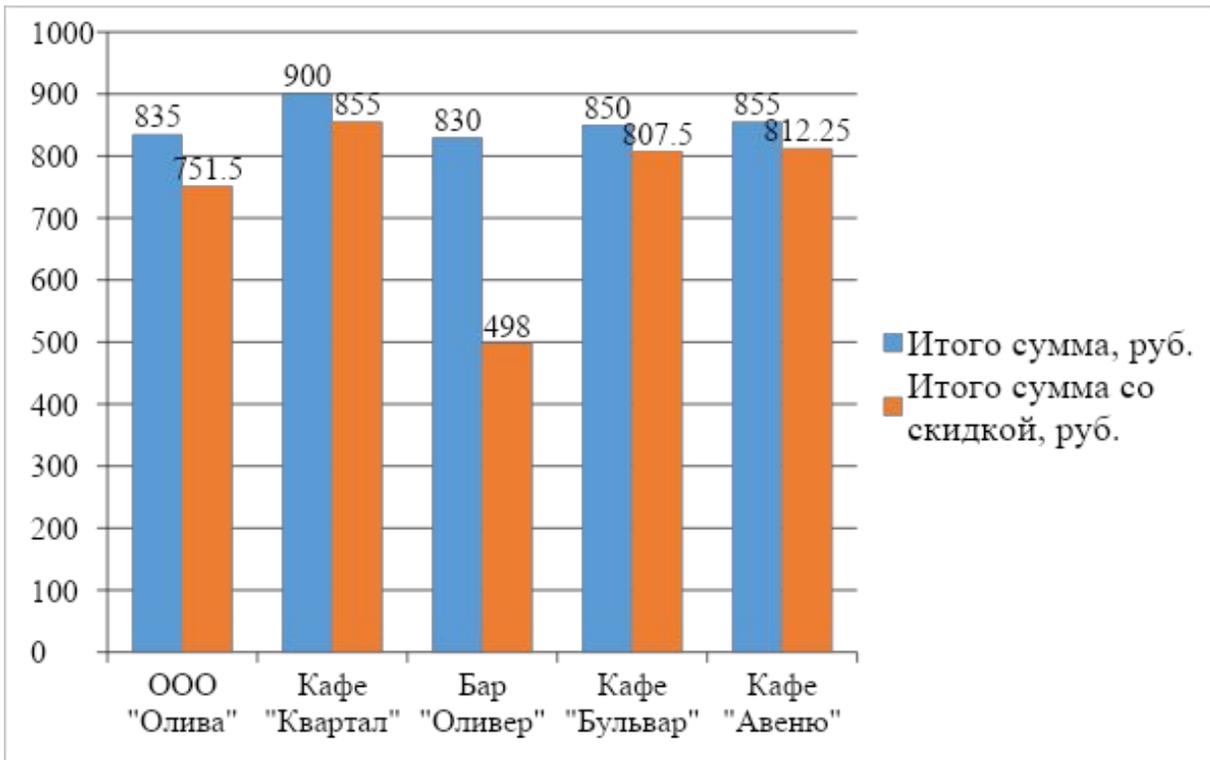


-  - ООО «Олива».
-  - Кафе «Квартал».
-  - Ресторан «Шато де Гранд».
-  - Бар «Бардак».
-  - Народный ресторан «Огород».

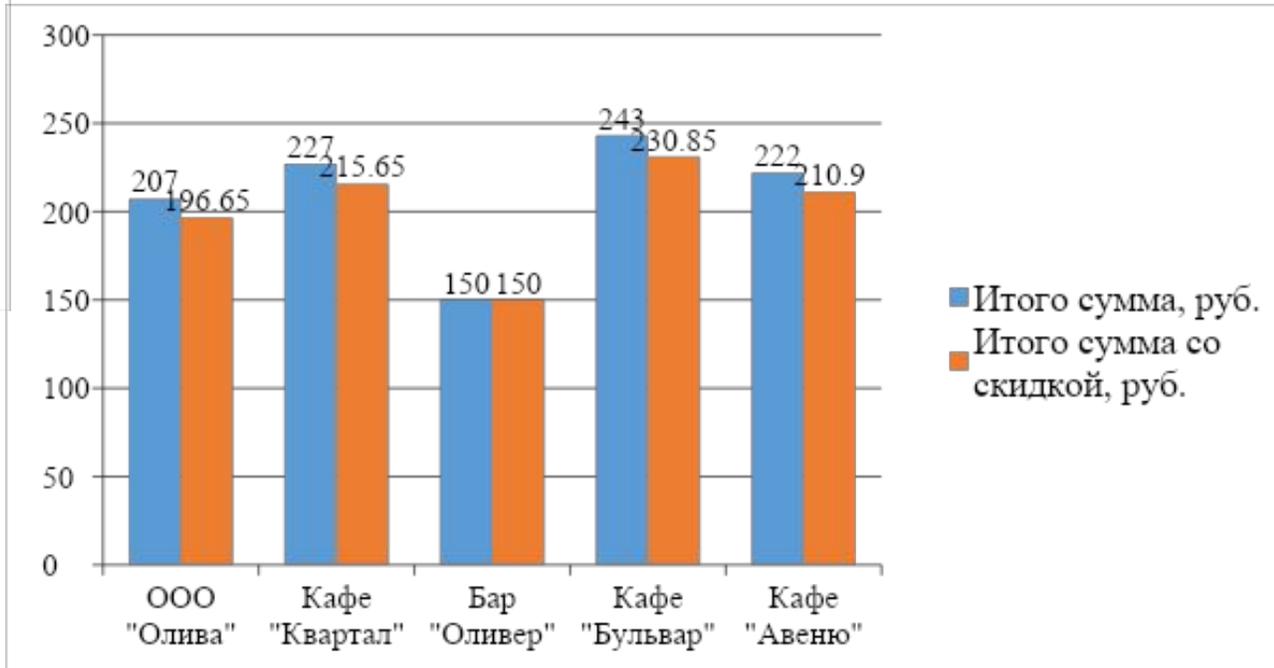
# Видовая конкуренция



# Ценовая конкуренция

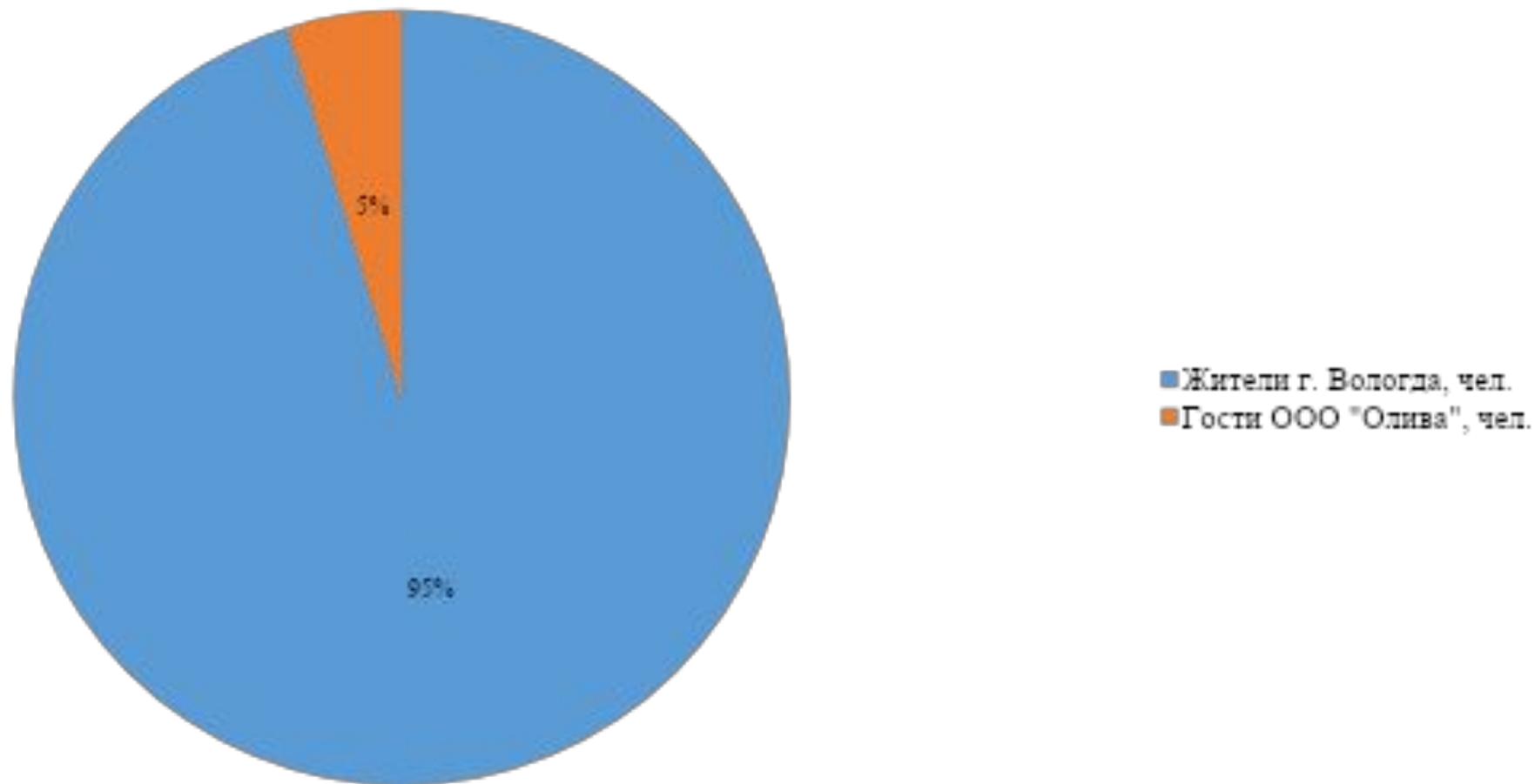


Сравнение итога среднего чека по основному меню



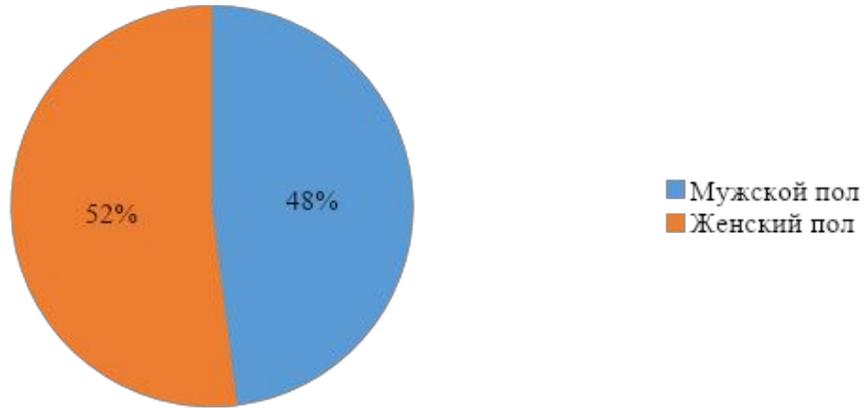
Сравнение итога среднего чека бизнес-ланча

# Сегментирование

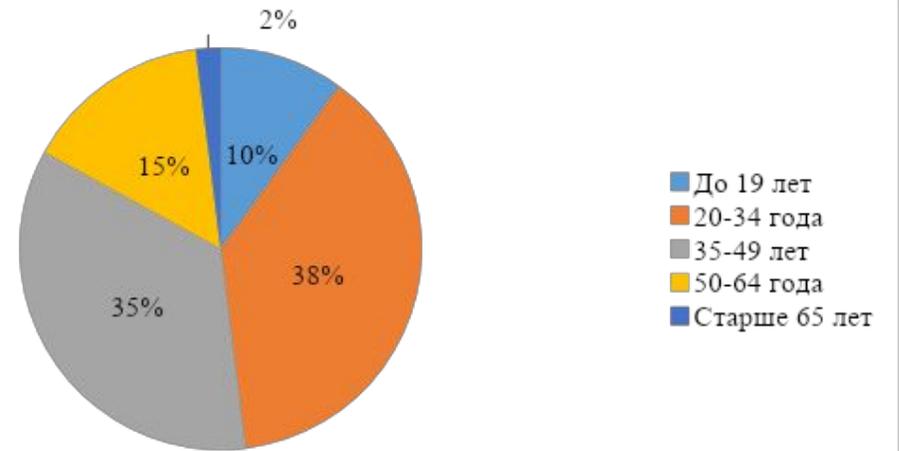


Сегментация по географическому принципу

# Сегментирование

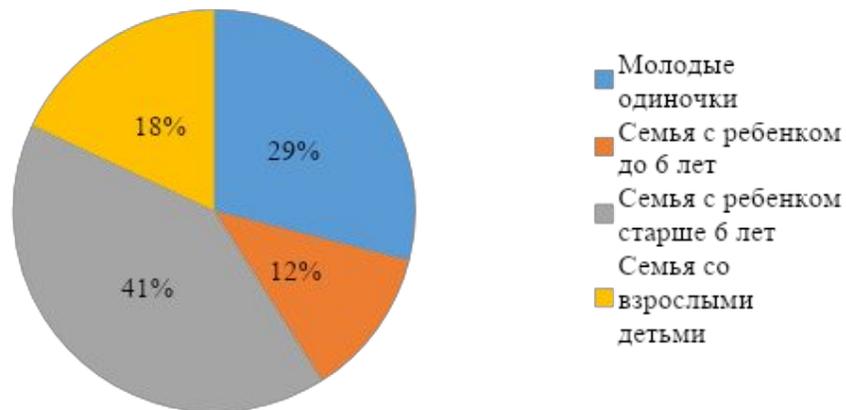


Сегментирование по демографическому принципу на основе переменной – пол

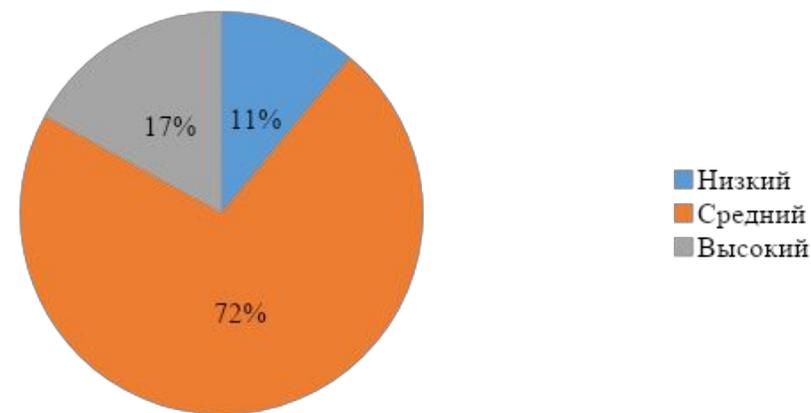


Сегментирование по демографическому принципу на основе переменной – возраст

# Сегментирование

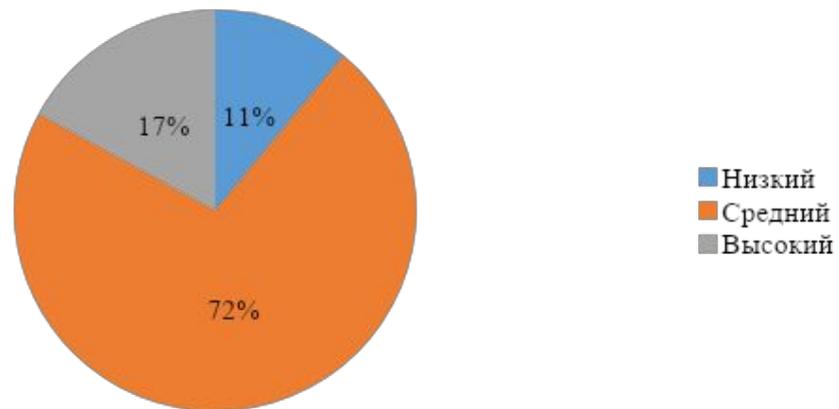


Сегментирование по демографическому принципу на основе переменной – этап жизненного цикла семьи

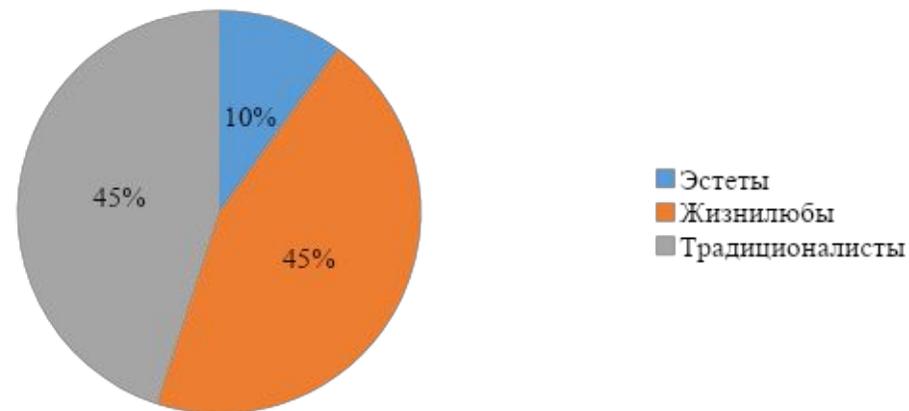


Сегментирование по демографическому принципу на основе переменной – уровень доходов

# Сегментирование

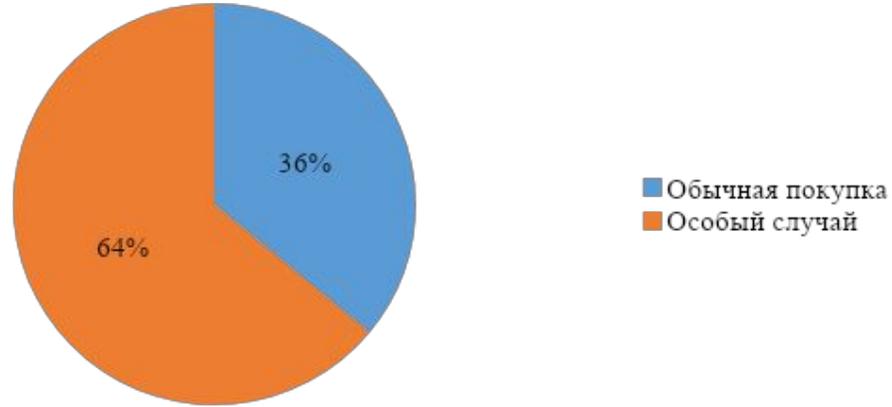


Сегментирование по психографическому принципу на основе переменной – общественный класс

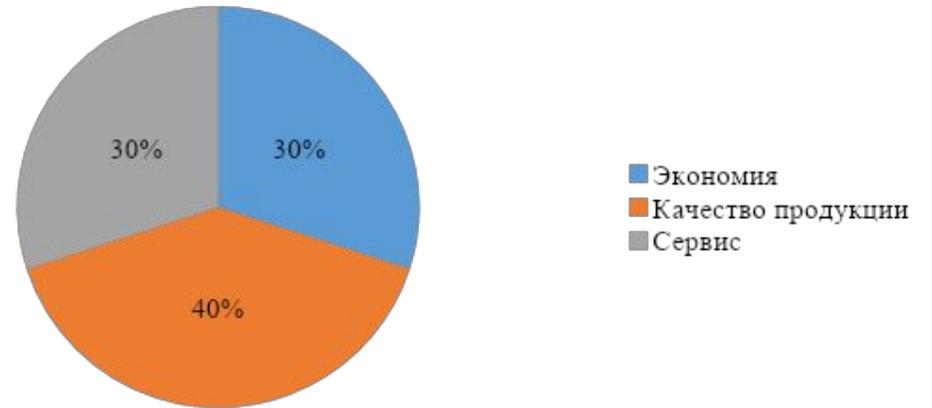


Сегментирование по психографическому принципу на основе переменной – образ жизни

# Сегментирование

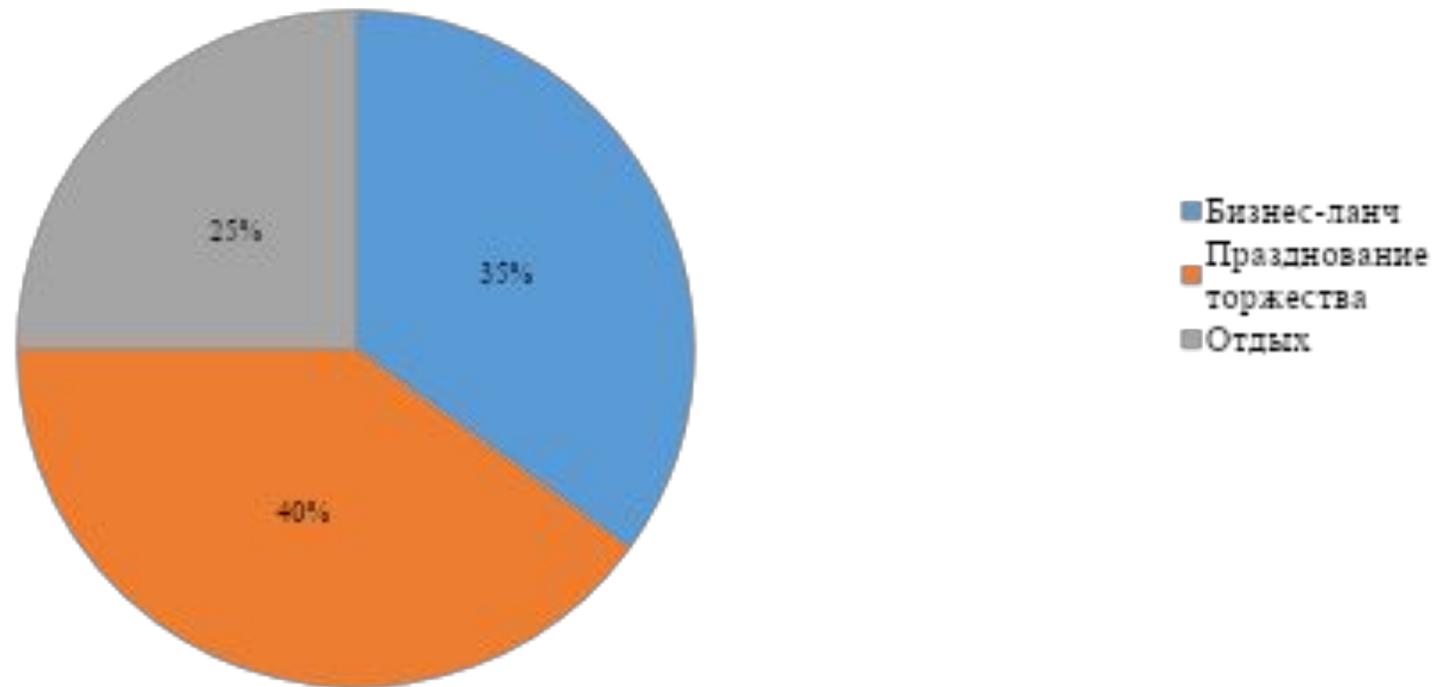


Сегментирование по поведенческому принципу на основе переменной – повод для совершения покупки



Сегментирование по поведенческому принципу на основе переменной – искомые выгоды

# Цели посещения потребителями ООО «Олива»



# SWOT-анализ ООО «Олива»

<p>Сильные стороны (S):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- качественная продукция;</li><li>- приемлемые цены;</li><li>- удобное месторасположение;</li><li>- наличие договоров с поставщиками продовольственных товаров и сырья.</li></ul>	<p>Слабые стороны (W):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- слабая рекламная деятельность;</li><li>- нехватка денежных средств, для расширения производства;</li><li>- плохой уровень обслуживания;</li><li>- слабая организация маркетинговой информационной системы на предприятии;</li><li>- отсутствие опыта маркетинговых исследований.</li></ul>
<p>Возможности (O):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- рост целевой аудитории;</li><li>- повышение качества обслуживания;</li><li>- возможность расширить перечень сервисных услуг – разработка детского меню, создание детского уголка;</li><li>- повышение затрат на рекламную деятельность;</li><li>- привлечение к работе маркетолога;</li><li>- применение различных акций;</li><li>- возможность привлечения инвестиций.</li></ul>	<p>Угрозы (T):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- экономическая нестабильность в стране;</li><li>- растущая конкуренция на данном рынке;</li><li>- повышение цен;</li><li>- изменение вкусов и потребностей посетителей.</li></ul>

# Повышение затрат на рекламную деятельность

Рекламное агентство полного цикла

## РЕКЛАМАВО!

А также:

**ПОЧЕМУ МЫ? МЫ ПРОСТО ЛЮБИМ ДЕЛАТЬ РЕКЛАМУ!**

- ОПЫТ РАБОТЫ: мы 20 лет на рекламном рынке
- Более 100 полноценных успешных рекламных кампаний
- Профессиональное образование наших сотрудников
- Знаем Вологодский рекламный рынок «ОТ» и «ДО»



### РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ ИДЕИ Проведение рекламной кампании

Разработка рекламной идеи - наш "КОНЕКТ" Идея, слоган, стратегия, тексты, сценарии, стимулирующие акции в едином стиле. Проведение рекламной кампании любой сложности



### ИЗГОТОВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ Дизайн, полиграфия и наружка, сувенирная продукция

Полиграфическая и сувенирная продукция по конкурентным ценам! Разработаем дизайн!



### РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ Медиапланирование

Эффективное размещение в СМИ (пресса, ТВ, радио), наружная реклама (билборды, перетяжки, пиляры), реклама на транспорте, организация рассылок



### ФЛАГИ, ФЛАЖНАЯ ПРОДУКЦИЯ, ПЕЧАТЬ НА ТКАНИ

Флаги офисные и уличные, большие и маленькие. Скатерти, занавесы, тканевые перетяжки, салфетки. Подарки, сувениры.



### ПРОИЗВОДСТВО КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ

Создаем эмоцию через уникальные подарки.



### РЕКЛАМНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ (рекламный аутсорсинг)

Если в Вашей компании нет менеджера по рекламе или маркетолога – с удовольствием возьмем на себя весь груз Ваших «рекламных» забот, придумаем, нарисует, разместим любые рекламные материалы выгодно и эффективно, проконтролируем, проконсультируем и посоветуем. С нами работать просто и удобно.



*Приглашает Вас на  
открытие летней  
веранды!*



*Ждём Вас по адресу:*

*Вологда  
ул. Козленская, 33  
Тел.: 76-24-01*

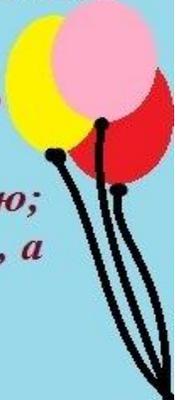
# Привлечение инвесторов



*Поздравляет с днём защиты детей!*

*1 июня с 11:00 Вас ждёт:*

- открытие нового детского уголка на летней веранде;*
- презентация детского меню;*
- специальные гости Фиксики, а также Маша и медведь;*
- шоу мыльных пузырей;*
- специалист по боди-арт;*
- развлекательная программа для детей с конкурсами и призами.*



# Повышение уровня качества обслуживания



Екатерина Костогорова ▾ ▾

Добрый день!!!

Довелось посетить ваше заведение 9 мая, сидели на летней веранде. Так вот, хотелось бы выразить огромное недовольство по сервису, точнее его отсутствию. Неужели нельзя было грамотно организовать работу обслуживающего персонала, тем более в праздничный день. В итоге десяток столов обслуживал 1 официант. Хотели заказать суп – официант сразу отговаривает мотивируя тем что ждать его 40-60мин (в меню заявлено гораздо меньше), далее по коктейлям аналогичная ситуация ожидание 40мин. В заказе присутствовал хлеб, принесли когда уже основные блюда были съедены, сахара так и не дождались, салфетки на столах отсутствуют. Вокруг люди за столиками все недовольные, дальше надеюсь можно не продолжать?! Выводы о вашем заведении сделаны соответствующие, настроение испортили, больше не придем и другим не советуем.

9 мая 2015

Мне нравится ❤



Кафе "Олива"

Мы приносим свои извинения, и постараемся, чтобы такого больше не повторилось!

10 мая 2015 | Ответить



# Привлечение к работе маркетолога, владеющего техникой и методами продвижения кафе



# Расширение перечня сервисных услуг – разработка детского меню и создание детского уголка

**ДЕТСКОЕ МЕНЮ**

**Олива кафе**

### Супы

	Выход (г)	Цена
Куриный супчик с лапшичкой	250	100
Супчик с фрикадельками «Как у мамы»	250	100

### Гарниры

	Выход (г)	Цена
Картофельное пюре с божьими коровками	180	80
Фри «Картофельный колодец»	150	70
Макароны «Радуга»	150	70
Отварной рисок	150	70
Шашлычок из овощей	180	150

### Салаты

	Выход (г)	Цена
Салат «Том и джерри» (Картофель, морковь, огурец св., огурец конс., зеленый горошек, майонез, ветчина)	160	160
Салат «Золотая рыбка» (семга, картофель, морковь, яйцо, майонез, зелень)	160	200
Салат «Крабик» (Крабовые палочки, яйцо, огурчик свежий, кукуруза консерв., рис отварной)	180	160

### Горячие блюда

	Выход (г)	Цена
Наггетсы куриные «Курочка ряба»	200/50	200
Наггетсы рыбные «В поисках Немо»	200/50	250
Шашлычок из курочки «Радуга»	150	150
Шашлычок из семги «Цветные поплавки»	150	220
Курочка запеченная под сырной шубкой	200/30	170
Отварные сосиски с кетчупом «Осьминожки»	150/50	120
Курочка на гриле «Жар птица»	100/50	150
Куриные котлеты «Веселый Микки»	150	150

### Десерты и коктейли

	Выход (г)	Цена
«Ванильное небо» (Ванильный молочный коктейль из сливок и ванильного мороженого)	220	100
«Чебурашка» (Шоколадный молочный коктейль)	220	100
«Банановое настроение» (Банан, молоко, мороженое)	220	100
«Клубничные облака» (Клубника, молоко, мороженое)	220	100
Фруктовый салат (Апельсин, груша, яблоко, виноград, взбитые сливки)	150	130

# Применение различных акций



# Мероприятия по повышению конкурентоспособности

- 1) Повышение затрат на рекламную деятельность.
- 2) Привлечение инвесторов.
- 3) Повышение уровня качества обслуживания.
- 4) Привлечение к работе маркетолога.
- 5) Расширение перечня сервисных услуг – разработка детского меню и создание детского уголка.
- 6) Применение различных акций.

*Спасибо за внимание!*