



Курсовая работа

«Программа маркетинга в ресторане «Арм Премьер»»

Студентка: Скворцова Мария Дмитриевна
группа №488

Руководитель: Ерастова Светлана Ивановна

На данный момент стремительно возрастает количество различных заведений общественного питания. Одни, остановившись на выборе ресторанного бизнеса, стремительно двигаются к достижению успеха. Другие имеют достаточный опыт работы и хорошо ознакомлены со своим делом, но столкнулись с непривычными условиями конкуренции. Этих людей объединяет одно - малочисленность посетителей.

Цель курсовой работы состоит в обобщении теоретических вопросов маркетинга и анализе маркетинговой программы, способствующих повышению конкурентоспособности и количества посетителей.

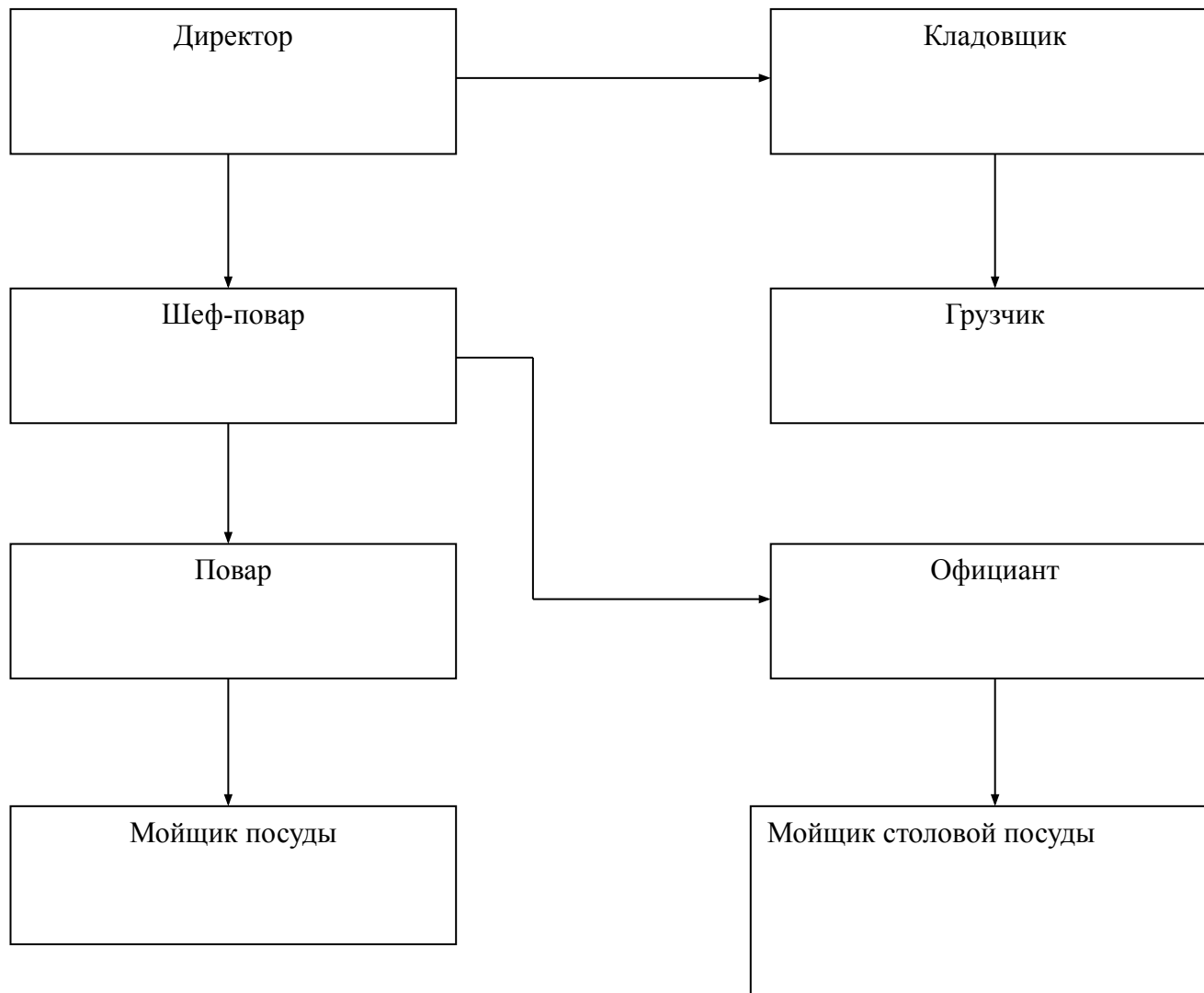
Предмет исследования: маркетинговая программа предприятия.

Объект: ресторан «Арм Премьер».

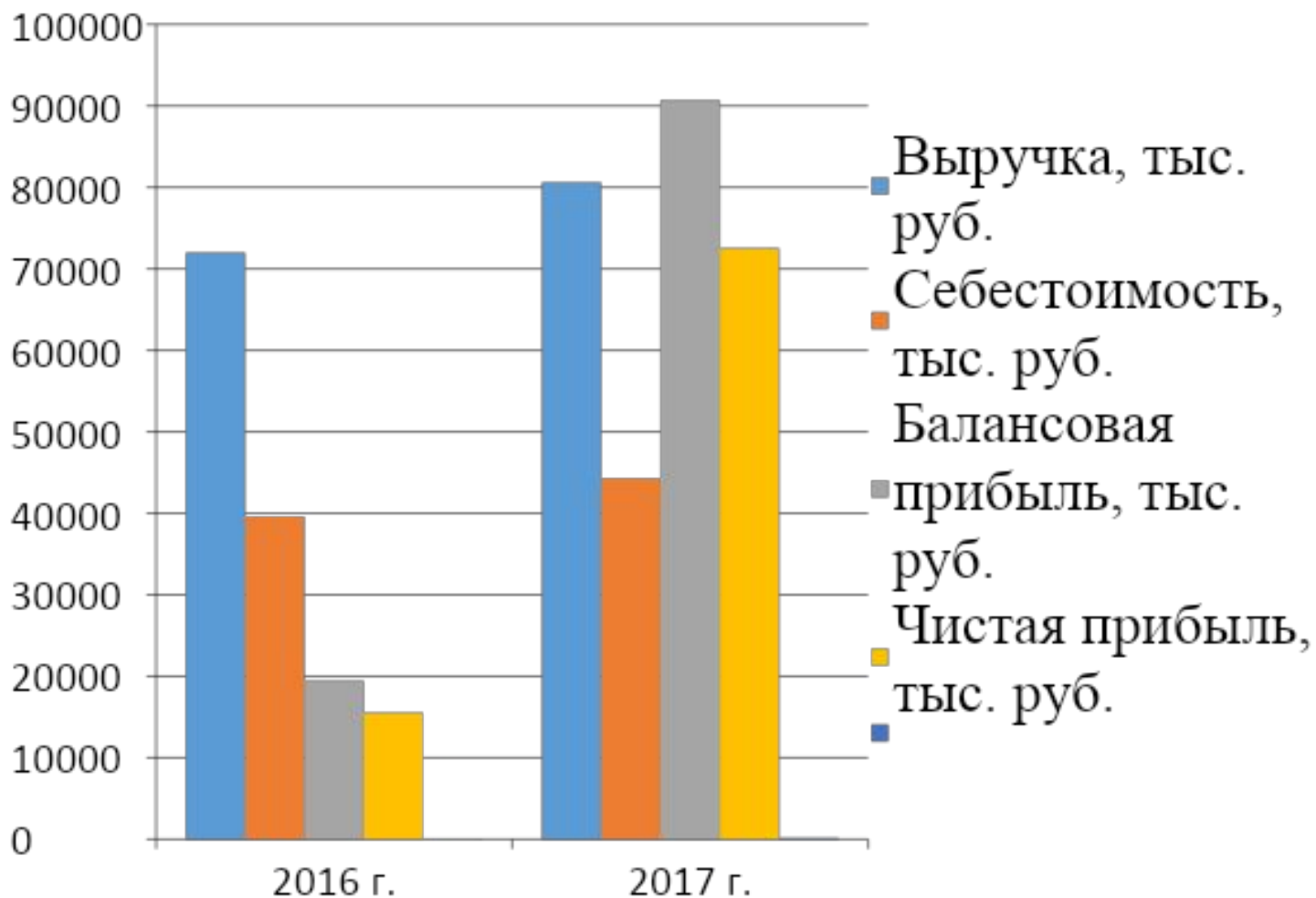
- Полное наименование – ООО «Арм Премьер».
- Юридический адрес: Вологодская область, г. Череповец, шоссе Северное, 45А.
- Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью.
- Цель предприятия общественного питания – получение прибыли



Организационная структура управления рестораном «Арм Премьер»



Основные финансовые показатели ресторана «Арм Премьер» за 2016-2017 г



Сравнительный и оценочный анализ конкурентов

Факторы	«Билли-Бонс»		«Маг Авто»		«Аристократов»		Средний балл
	Описание	Балл	Описание	Балл	Описание	Балл	
1. Известность компании	Предприятие общественного питания достаточно известно в городе	4	Предприятие общественного питания плохо известно в городе	2	Предприятие общественного питания хорошо известно в городе	4	3,3
...	...	...	...	...	...	...	...
3 Уровень обслуживания	Предприятие общественного питания предлагает хороший уровень обслуживания	4	Предприятие общественного питания предлагает хороший уровень обслуживания	4	Предприятие общественного питания предлагает хороший уровень обслуживания	4	4
...	...	...	...	...	...	...	...

Критерии для отбора сегмента

Критерий	Характеристика
1. Количественный	Клиенты, пользующиеся услугами ресторана «Арм Премьер» - жители города Череповца/приезжие (60/40%)
2. Доступность	Так как цены в ресторане «Арм Премьер» имеют широкий диапазон, то пользоваться услугами этого ресторана могут себе позволить посетители с разным уровнем доходов.
3. Прибыльность	Так как большая часть покупателей – розничные, то они приносят ресторану «Арм Премьер» большую часть прибыли.
4. Эффективность работы на сегменте	Около 60% клиентов г. Череповца посещают ресторан «Арм Премьер».
5. Защищенность сегмента от конкуренции	У ресторана «Арм Премьер» практически нет конкурентов в сфере общественного питания.

Анализ макро-маркетинговой среды ресторана «Арм Премьер»

Факторы	Характеристика		Выводы и примечания
	Общая	Специфика	
1. Политико-правовой			
...		...	...
2. Экономический			
2.1 Уровень инфляции	Уровень инфляции напрямую влияет на покупательскую способность граждан, а также на стоимость услуг, оказываемых различными организациями.	Уровень инфляции в стране приводит к постоянному повышению расходов организаций, занимающихся предоставлением услуг ресторана.	В настоящее время уровень инфляции в стране высок. В связи с этим происходит постоянное удорожание стоимости предоставляемых услуг ресторана при сохранении их качества на прежнем уровне.
...	...	...	...

Общая характеристика сильных и слабых сторон, возможностей и угроз ресторана «Арм Премьер»

Сильные стороны	Слабые стороны
– высокий уровень квалификации персонала – известность и репутация ресторана – широкий ассортимент блюд – высокое качество услуг ресторана – высокое качество обслуживания – наличие постоянных клиентов – большой опыт работы в сфере предоставления услуг ресторана – высокая прибыльность – наличие устойчивых связей с посредниками – широкая рекламная деятельность	– неудачное расположение ресторана по отношению к остановкам общественного транспорта – отсутствие свободных оборотных финансовых средств у ресторана в данный момент; – сильное налоговое давление на предприятие в силу существующего законодательства России – отсутствие программы стимулирования персонала, социального обеспечения – высокая себестоимость предоставляемых услуг ресторана
...	...

Оценка важности сильных и слабых сторон ресторана «Арм Премьер»

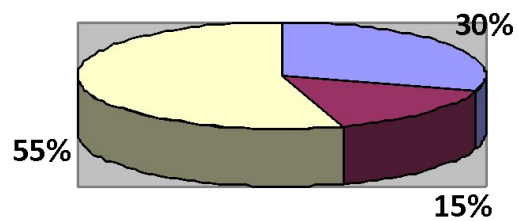
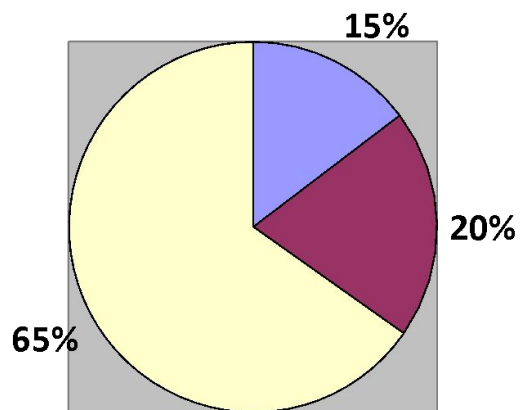
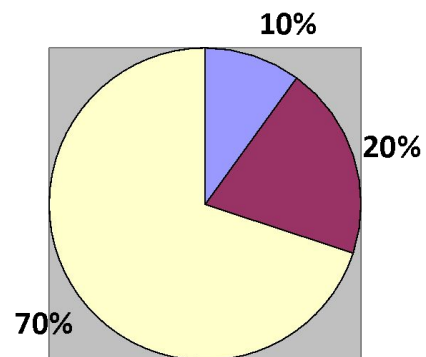
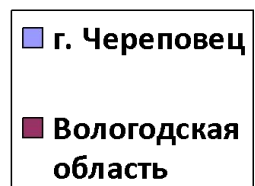
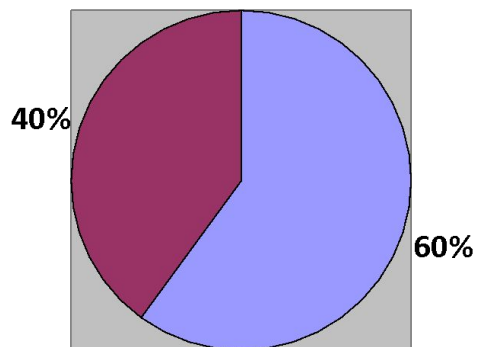
Сильные стороны	Оценка					Важность		
	Очень сильная	Сильная	Нейтральная	Слабая	Очень слабая	Высокая	Средняя	Низкая
для сводной матрицы	5	4	3	2	1	1	2	3
1. МАРКЕТИНГ								
1.1 Широкая известность ресторана; высокая репутация ресторана	+					+		
1.2. Индивидуальный подход к клиенту		+					+	
...		...				...		

Анализ сильных и слабых сторон ресторана «Арм Премьер»

Факторы	Сильные стороны	Слабые стороны	Мероприятие по укреплению слабых сторон
1. Маркетинг	1.1 Известность ресторана 1.2 Репутация ресторана 1.3 Высокое качество предлагаемых блюд 1.4 Высокое качество обслуживания клиентов 1.5 Информационная обеспеченность потенциальных клиентов	1.1 Доля рынка в Череповце 1.2 Осведомленность о деятельности конкурентов 1.3 Программа стимулирования персонала 1.4 Расположение ресторана к остановкам общественного транспорта 1.5 Активная реклама 1.6. Информационная обеспеченность потенциальных клиентов	1. Привлечение специалистов в области маркетинга для тщательного изучения рынка услуг ресторана в г. Череповце 2. Разработка программ стимулирования персонала 3. Выход на новые рынки Череповца 4. Увеличение объема рекламных материалов о различных направлениях ресторанной деятельности в СМИ, на радио и ТВ.
...	...		...

Анализ угроз и возможностей

Угрозы	Меры избежания угроз	Возможности	Меры привлечения возможностей
1. Зависимость от посредников	Проведение оценки и тщательный отбор организаций, предоставляющих посреднические услуги	1. Регулярное повышение квалификации персонала	Посещение специализированных семинаров, конференций, курсов, мастер-классов
2. Обострение конкуренции. Угроза появления новых конкурентов, интенсивность конкуренции	Активное наблюдение за деятельностью конкурентов, тщательное изучение рынка, повышение качества своей деятельности	2. Увеличение разнообразия предложенных блюд Создание ассортимента услуг ресторана, оптимальным образом отвечающих требованиям и запросам клиентов в цене и качестве Предложение дополнительных услуг	Тщательное изучение потребностей и спроса на конкретные виды услуг рынка. Развитие новых направлений
...	...	...	...



ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ РЕСТОРАНА «АРМ ПРЕМЬЕР»

- поиск новых поставщиков и производителей;
- проведение активной рекламной кампании;
- постоянное участие на различных ярмарках, выставках;
- снижение цен на товары или формирование отдельной группы товаров по низким ценам;
- обновление оборудования.