

«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
ОРГАНИЗАЦИЯХ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «СТАРТ»
КАФЕ «FAMILY»)»

- Цель выпускной квалификационной работы заключается в разработке направлений совершенствования маркетингова. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:
 - Рассмотреть текущее положение компании ООО «Старт» кафе «Family»;
 - Проанализировать маркетинговую деятельность компании на занимаемом рынке;
 - Выявить маркетинговые проблемы фирмы;
 - Провести маркетинговое исследование среди потребителей компании;
 - Разработать усовершенствованную маркетинговую стратегию компании на базе текущей стратегии;
 - Оценить эффективность предложенной стратегии и рекомендаций по развитию компании.

- Объектом выпускной квалификационной работы является предприятия ООО «Старт» кафе «Family» - предприятие общественного питания, расположенное в городе Дмитрове.
- Предметом выпускной квалификационной работы является хозяйственная деятельность данного предприятия на предмет маркетинга.

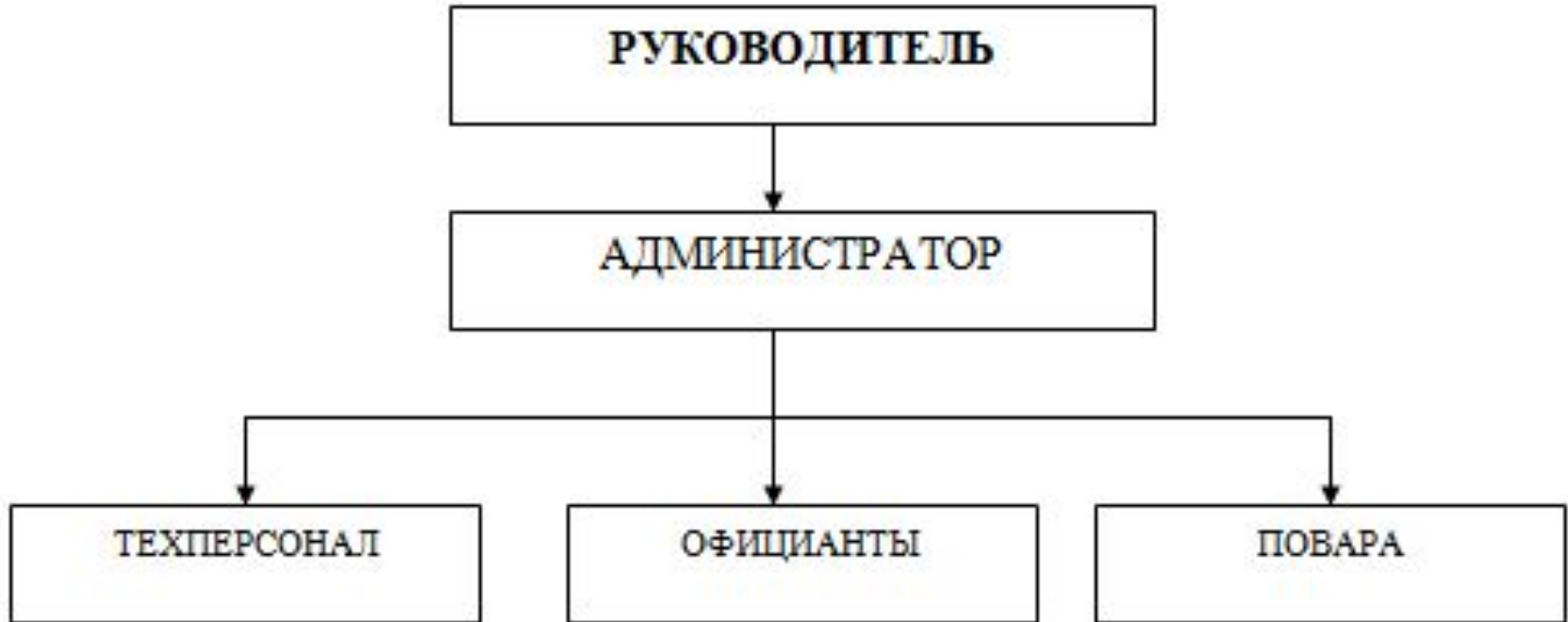
ООО «Старт» кафе «Family»



Логотип ООО «Старт» кафе «Family»



Организационная структура



Анализ показателей прибыли, в тысячах руб.

Показатель	2015 год	2016 год	Откл. (+,-)	Темп роста, в %
1. Выручка от реализации (без НДС и акцизов)	75680	80155	+4475	106
2. Затраты на производство и реализацию	72674	72280	-394	99,5
3. Прибыль от реализации продукции	3006	7875	+4869	262
4. Прибыль от прочей реализации	-	198	-	-
5. Прибыль от прочих операций	483	58	-425	-12
6. Прибыль отчетного года	1674	4113	+2439	245,7
7. Чистая прибыль	824	2714	+1890	329,4

Динамика показателей рентабельности ООО «Старт» кафе «Family», в %



- Рентабельность продукции
- Рентабельность основной деятельности
- Рентабельность всех активов (капитала)
- Рентабельность внеоборотных активов
- Рентабельность оборотных активов
- Рентабельность собственного капитала

Анализ конкурентов ресторана

Критерий конкурента	Характеристика и оценка фактического состояния по 10 бальной шкале		
	ООО	Конкурент №1	Конкурент №2
1. Использование конкурентом методов конкурентной борьбы	2	4	4
2. Доля рынка	2	5	5
3. Перспективы развития	5	5	5
4. Местонахождение	3	5	5
5. Производственные возможности	5	3	4
6. Цены, ценовая политика,	5	3	3
7. Качество	5	5	5
8. Возможности финансирования дальнейшего развития	3	5	5
9.Наличие имиджевой концепции	3	5	5
Итого	32	40	41

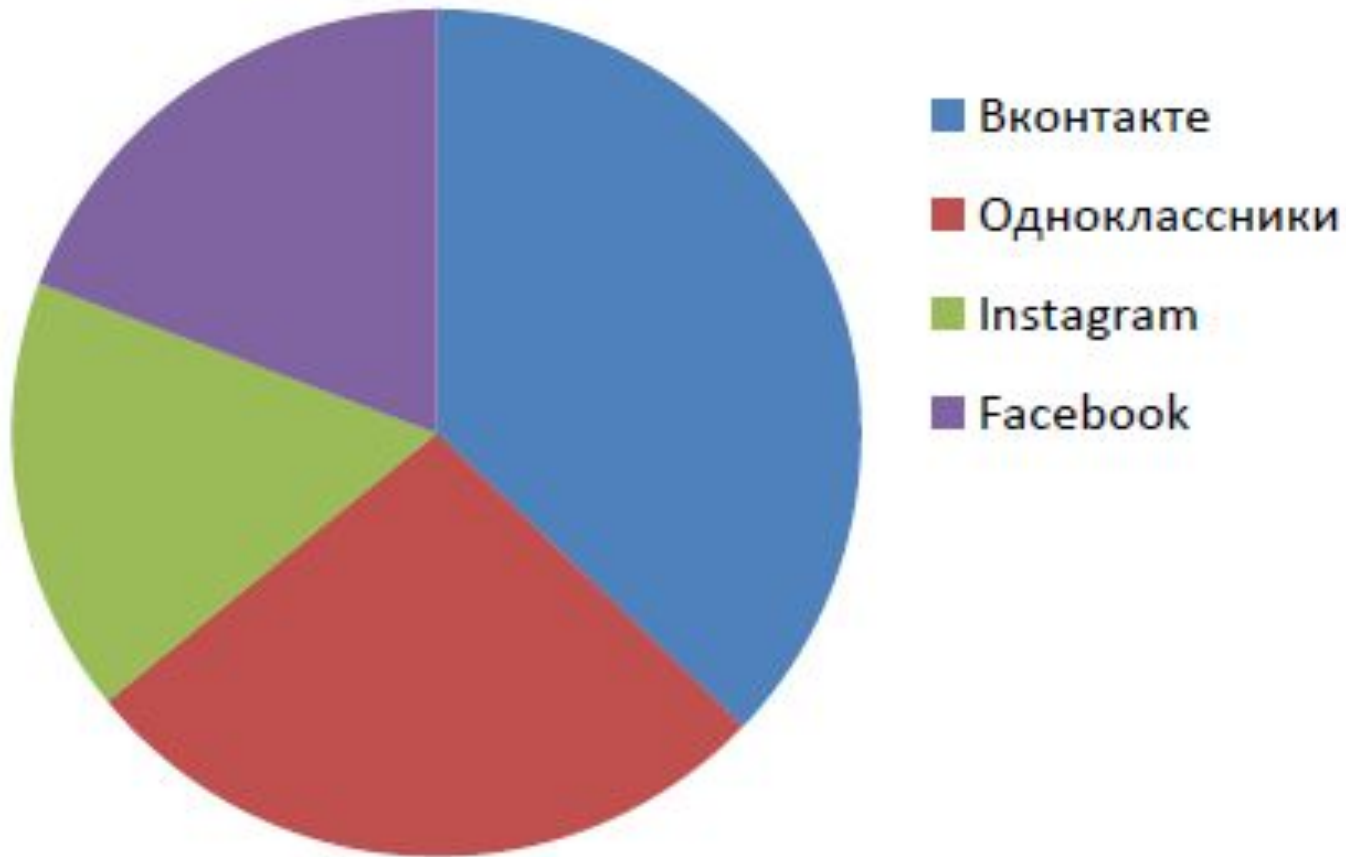
Критерии выбора ресторана



Социально-демографические характеристики



Использование социальных сетей посетителями



Разработка SMM-стратегии, которая поможет эффективно продвигать бизнес в социальных сетях ресторана.

- Шаг 1: определить стратегию продвижения в социальных сетях
- Шаг 2: Выбирать тактику общения
- Шаг 3: Создание контента
- Шаг 4 Оптимизация контента - постоянное размещение фотографии блюд
- Шаг 5: Продумайте конверсию пользователей соцсетей
- Шаг 6: Измеряем результаты продвижения



