

# Исследование конкурентоспособности предприятия

Выпускная квалификационная работа бакалавра

по направлению подготовки высшего образования

38.03.02.Менеджмент

профиль Менеджмент организации

Выполнила студентка гр.БМ-11 Булышева А.И.

Научный руководитель канд.экон.наук, доцент Боронина Э.С.

**Цель работы** состоит в разработке проектного решения, направленного на повышение уровня конкурентоспособности объекта исследования.

**Задачи:**

- - изучить существующие научно – методические подходы к исследованию и оценке конкурентоспособности предприятия;
- - проанализировать деятельность объекта исследования; выявить ключевые факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия, оценить влияние каждого фактора на комплексный показатель конкурентоспособности;
- - предложить проект, направленный на повышение конкурентоспособности рассматриваемого предприятия.
- - привести экономическое обоснование предложенного проектного решения.
- - оценить риски проекта.

**Объектом исследования** является предприятие отрасли общественного питания ресторан ООО «Хмельное подворье».

**Предметом исследования** является процедура исследования конкурентоспособности предприятия.

# Краткая характеристика ООО «Хмельное подворье»

---

- **Месторасположение** - город Иркутск, Октябрьский район, 130 квартал, ул.Седова 10/1.
- **Начало функционирования** - декабрь 2011 года.
- **Отраслевая принадлежность** - сфера обслуживания, точнее общественное питания, код ОКВЭД 55.30 «Деятельность ресторанов и кафе».
- **Вместительность:** общий зал на 80 мест, летняя терраса на 40 мест.
- В заведении представлен широкий выбор блюд и напитков русской и сибирской кухни

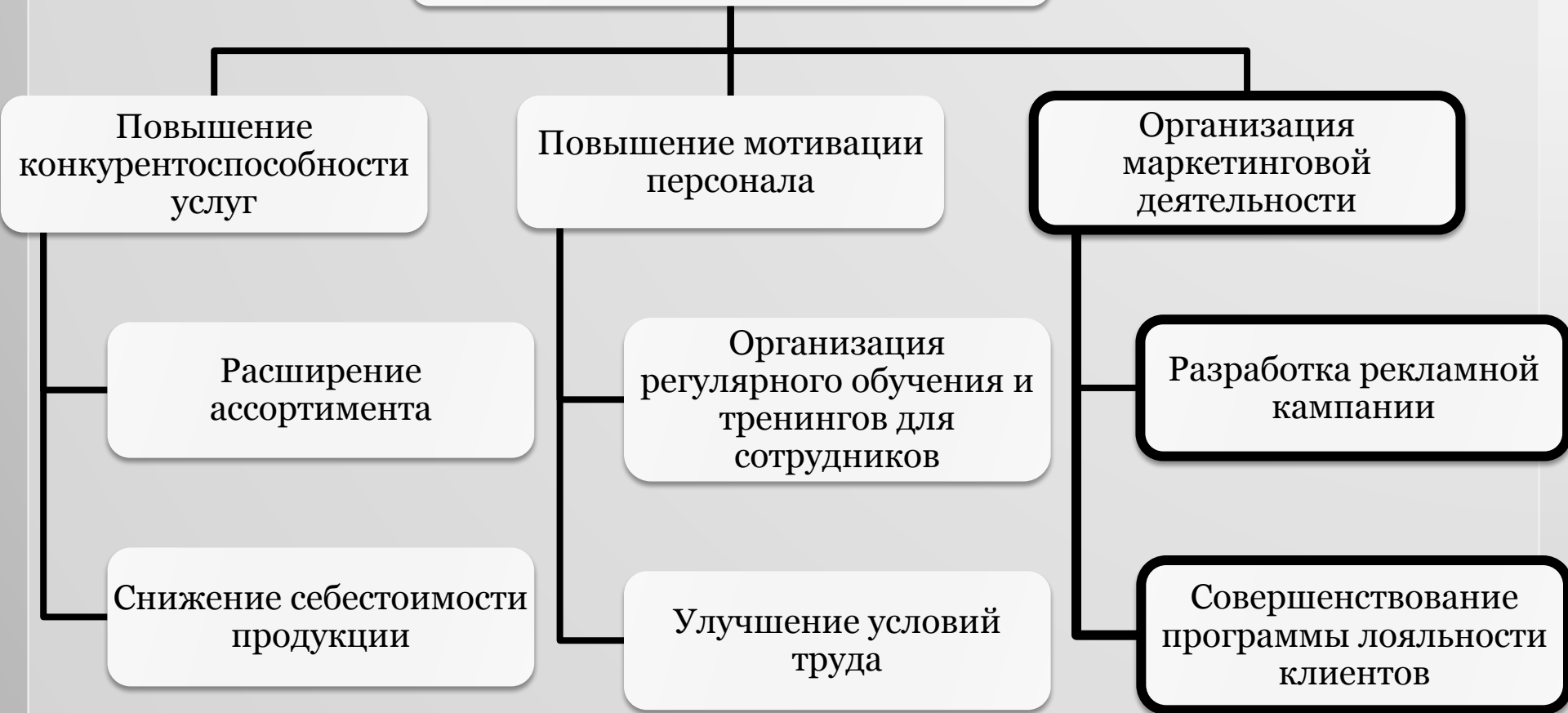
# Слабые стратегические позиции ООО «Хмельное подворье»

---

- Уровень маркетинга
- Известность торговой марки
- Рекламная политика
- Текучесть кадров (низшее звено)
- Узкий ассортимент
- Высокая стоимость продукции
- Недостаточная способность персонала самостоятельно осваивать и использовать новые методы в работе

# Дерево решений в области повышения конкурентоспособности

Повышение конкурентоспособности  
ООО «Хмельное подворье»



# Приоритетное направление - организация маркетинговой деятельности

Данный выбор обусловлен рядом причин

- Во-первых, организация маркетинговой деятельности является наиболее широким из представленных направлений повышения конкурентоспособности организации.
- Во-вторых, активная маркетинговая деятельность в организации приводит к повышению спроса на продукцию, поскольку благодаря ей повышается лояльность имеющихся потребителей, происходит эффективное привлечение новых.
- В-третьих, на данный момент именно отсутствие маркетинговой деятельности в организации оказывает наиболее негативное влияние на текущий уровень конкурентоспособности ООО «Хмельное подворье».

# Дерево целей проектного решения

Организация  
маркетинговой  
деятельности

Разработка  
рекламной кампании

Совершенствование  
программы лояльности  
клиентов

Анализ  
текущей  
рыночной  
ситуации

Определен  
ие целей  
рекламной  
компании

Формирован  
ие  
рекламной  
стратегии

Составление  
рекламного  
бюджета

Разработка  
системы  
скидков

Внедрение  
накопительно  
е бонусной  
системы

Формировани  
е системы  
специальных  
предложений

# Рекламная кампания: каналы продвижения

Канал	Целевая аудитория	Причины выбора канала рекламы
Сайт в Интернете	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 55 лет, как жители города, так и туристы, с достатком средним и выше среднего.	Выбор обусловлен популярностью и актуальностью для потребителя использования данного канала рекламы для быстрого, мобильного и удобного поиска необходимой информации.
Наружная реклама	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 55 лет, как жители города, так и туристы, часто пребывающие в зоне шаговой доступности от ресторана (5-7 минут ходьбы), а также автомобилисты постоянно проезжающие мимо рекламного щита	Рекламный щит установлен в оживленном месте, вблизи остановки общественного транспорта, в месте постоянного скопления людей (парк, каток, фонтан). Как туристы, так и жители города отдыхая в этом месте легко заметят щит, а соответственно рассмотрят возможность продолжить отдых в пивоварне, особенно учитывая шаговую доступность. Автомобилисты также могут внимательно ознакомиться с предложением ресторана с баннера, особенно во время пробок.
Листовки	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 55 лет, как жители города, так и туристы, пребывающие на территории 130-го квартала.	Раздача промо-листовок с предложениями ресторана является эффективным способом продвижения, так как позволяет идентифицировать данное заведение среди огромного количества конкурентов (территориально близко расположенных, имеющих практически одинаковый уровень цен).
Внутренняя реклама (table tents, лифлеты)	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 55 лет, как жители города, так и туристы, уже пребывающие в заведении.	Выбор данного канала обусловлен тем, что данный вид рекламы позволяет без существенных затрат проинформировать гостей заведения о предстоящих мероприятиях, скидках, специальных предложениях. При этом стоит учесть, что данный вид рекламы эффективен только во взаимодействии с другими каналами, так как



# Бюджет рекламной кампании ООО «Хмельное подворье»

Рекламное мероприятие	Охват аудитории	Время	Цена, р.	Затраты, р.
<b>Продвижение в Интернете</b>				
Создание сайта в Интернете	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 55 лет, как жители города, так и туристы, с достатком средним и выше среднего.	3 месяца	30000	30000
Продвижение сайта в поисковых системах (Яндекс)		3 месяца	9500	28 500
Хостинг сайта		3 месяца	300	900
Создание страниц в социальных сетях (ВК, ОК, Инстаграмм )	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 35 лет, активные пользователи социальных сетей.	Единовременн о	0	0
Продвижение страниц в социальных сетях		3 месяца	5000	15000
<b>Наружная реклама</b>				
Аренда рекламного щита(3*6)	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 55 лет, как жители города, так и туристы, часто пребывающие в зоне шаговой доступности от ресторана	3 месяца	Окт.-18700 Ноя.- 27000 Дек.-27000	72700
Дизайн и печать баннера(3*6)		3 месяца	250(кв.м.)	4500
Монтаж баннера		Единовременн о	100( кв.м.)	1800
<b>Внутренняя реклама</b>				
Дизайн и печать table tent трехсторонний 15*30 см (120 ед.)	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 55 лет, как жители города, так и туристы, уже пребывающие в заведении.	3 месяца	57	6840
Дизайн и печать лифлетов (150 ед.)		3 месяца	28,50	4275
Дизайн промо-листовок	Мужчины и женщины в возрасте от 21 до 55 лет, как жители города, так и туристы, пребывающие на территории 130-го квартала.	Ежемесячно, 3 месяца	3000	9000
Печать промо-листовок (5000 ед.)		3 месяца	3,20	16000
Раздача промо-листовок (2		3 мес по	75(за час)	4*4 *12*

# Программа лояльности КЛИЕНТОВ

---

- Внедрение карты постоянного гостя
- Бонусная программа скидок
- Формирование системы информирования
- Разработка бизнес-ланчей
- Организация тематических мероприятий: кулинарные мастер-классы, дегустации, фестивали.

# Смета проектного решения

№	Наименование работ	Цена, руб.
1	Создание сайта в Интернете	30 000
2	Хостинг сайта	900
3	Продвижение сайта в поисковых системах	28 500
4	Продвижение страницы в социальных	15 000
5	Аренда рекламного щита (3*6)	72 700
6	Дизайн и печать баннера (3*6)	4500
7	Монтаж баннера (3*6)	1800
8	Дизайн и печать table tent трехсторонний 150*300 мм	6840
9	Дизайн и печать лифлетов	4275
10	Дизайн промо - листовок	9 000
11	Печать промо - листовок	16000
12	Раздача промо - листовок	28800
13	Дизайн пластиковых карт	1000
14	Изготовление магнитных карт постоянного гостя	23 000
15	Услуги маркетолога	25 000
16	Услуги ведущего	20000
17	Другие расходы	30000
Итого:		317315

# Экономическая эффективность проекта

---

- В среднем, рост основных показателей прогнозируется на 6 %.
- Выручка за рассмотренный период возрастет на 553 068,29 рублей.
- Срок окупаемости проекта составляет 2 месяца и 2 дня.
- Рентабельность проекта 118,66 %.

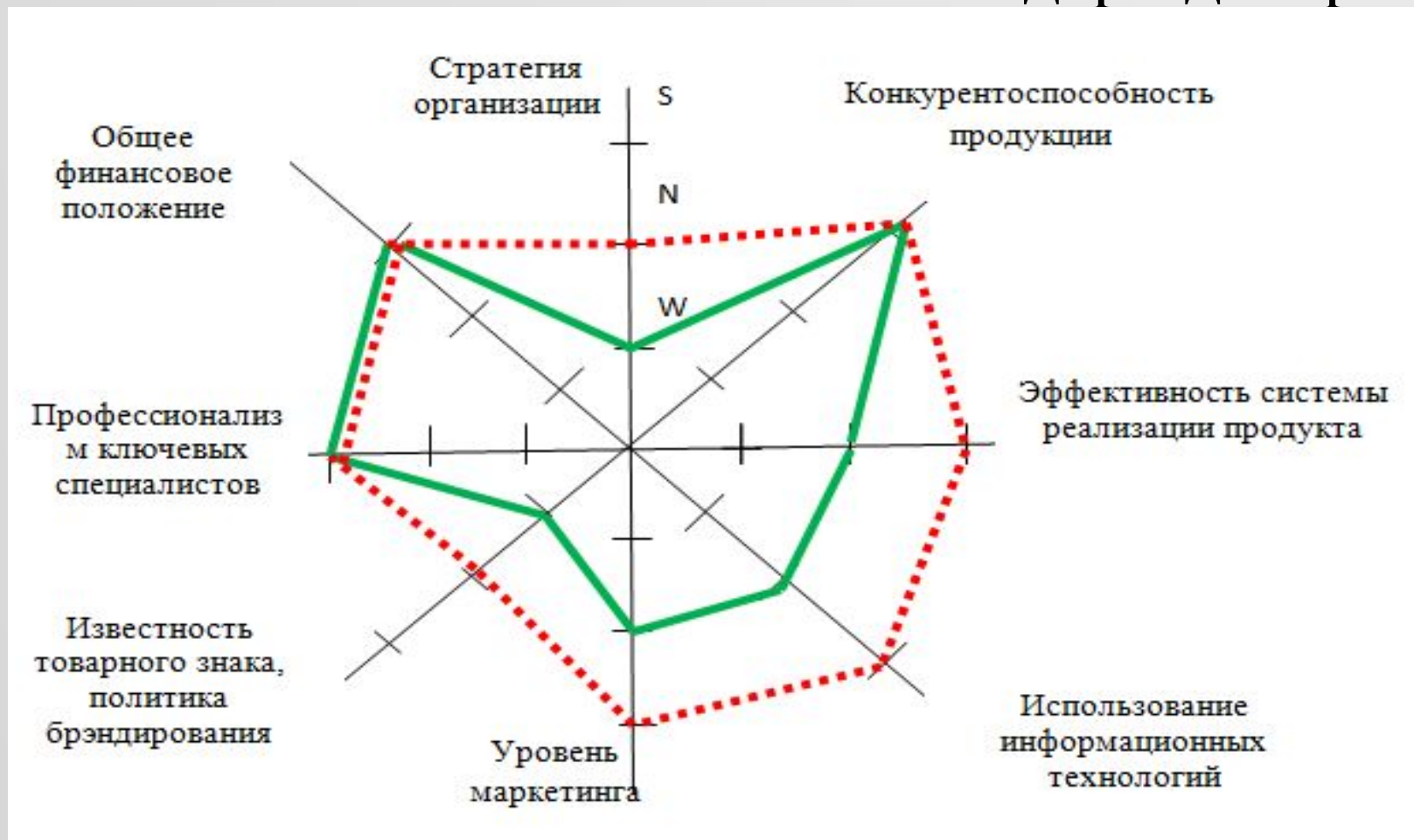
# Нейтрализация негативного социального эффекта

---

- Спонсирование **благотворительного фонда поддержки и развития спорта города Иркутска**. Данный фонд занимается финансированием спортивных клубов, финансированием операций спортсменов города, проведение различных сборов и соревнований.
- Сотрудничество с организацией **«Пища жизни»**. Сегодня, это единственная организация на территории России, которая занимается обеспечением людей питанием в условиях чрезвычайных ситуаций.

# Качественная оценка эффективности проекта

## Спайдер - диаграмма



Значение показателя до внедрения проекта

Значение показателя после внедрения проекта

