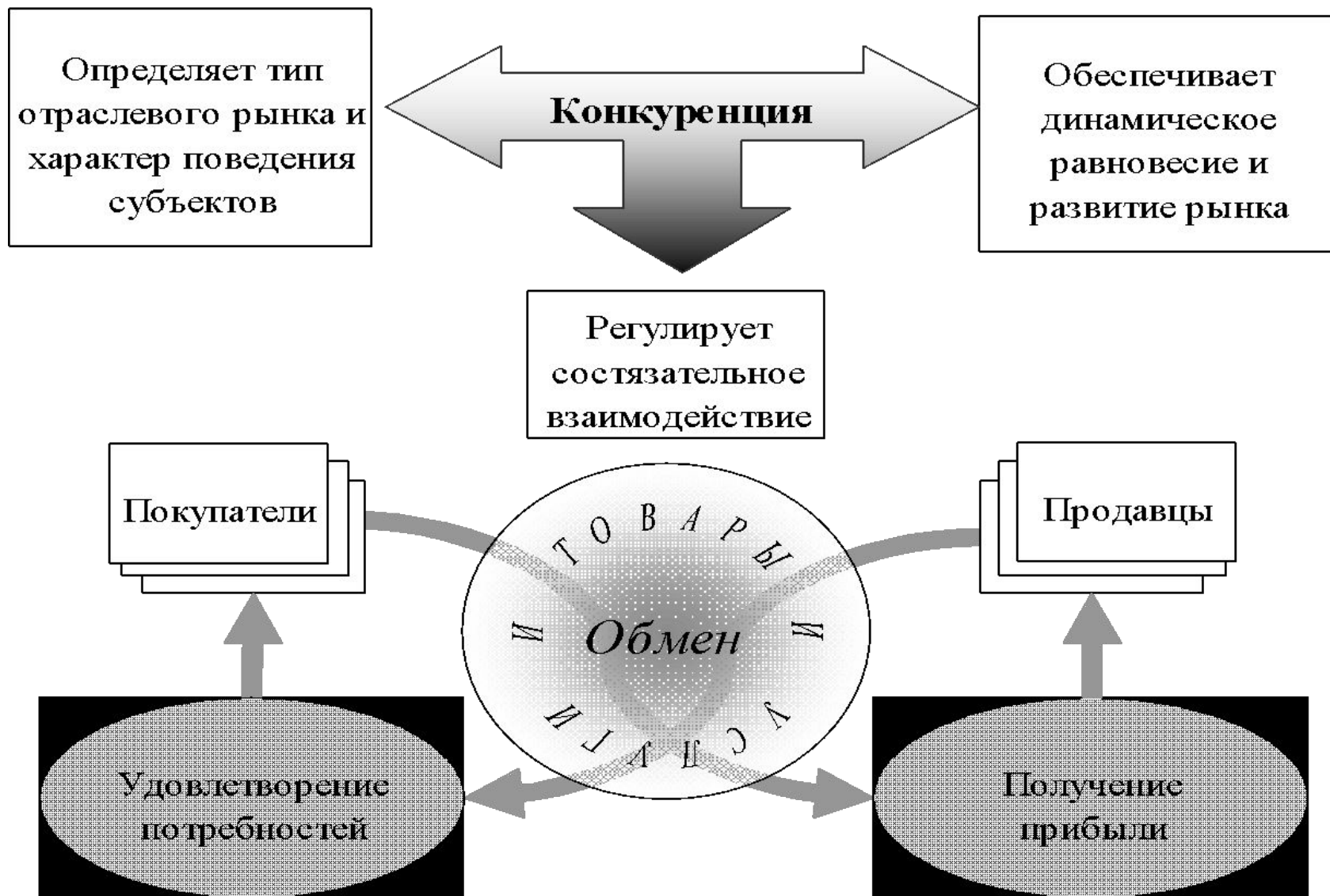


Стратегия и тактика
конкурентной борьбы на рынке
ресторанных услуг города
Санкт-Петербург на примере
предприятия «Штолле»

Цель и объект исследования

- Цель - проанализировать стратегию и тактику конкурентной борьбы на рынке ресторанных услуг г. Санкт-Петербурга на примере исследуемого предприятия – ООО «Штолле» - сети ресторанов – пироговых.
- Объектом исследования в рамках дипломной работы является ООО «Штолле». Предметом исследования – деятельность ООО «Штолле» в направлении обеспечения конкурентоспособности этого предприятия.

Основные принципы рыночной конкуренции и конкурентоспособности предприятия



Основные факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия



Подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятия

Степень сегментирования рынка

Оценка качества продукции

Способ расчета комплексного показателя

Источники информации

Структура базовых показателей

Способ формирования показателей

Организационная характеристика предприятия «Штолле»

Основано в 2002 году в форме общества с ограниченной ответственностью в городе Санкт-Петербурге.

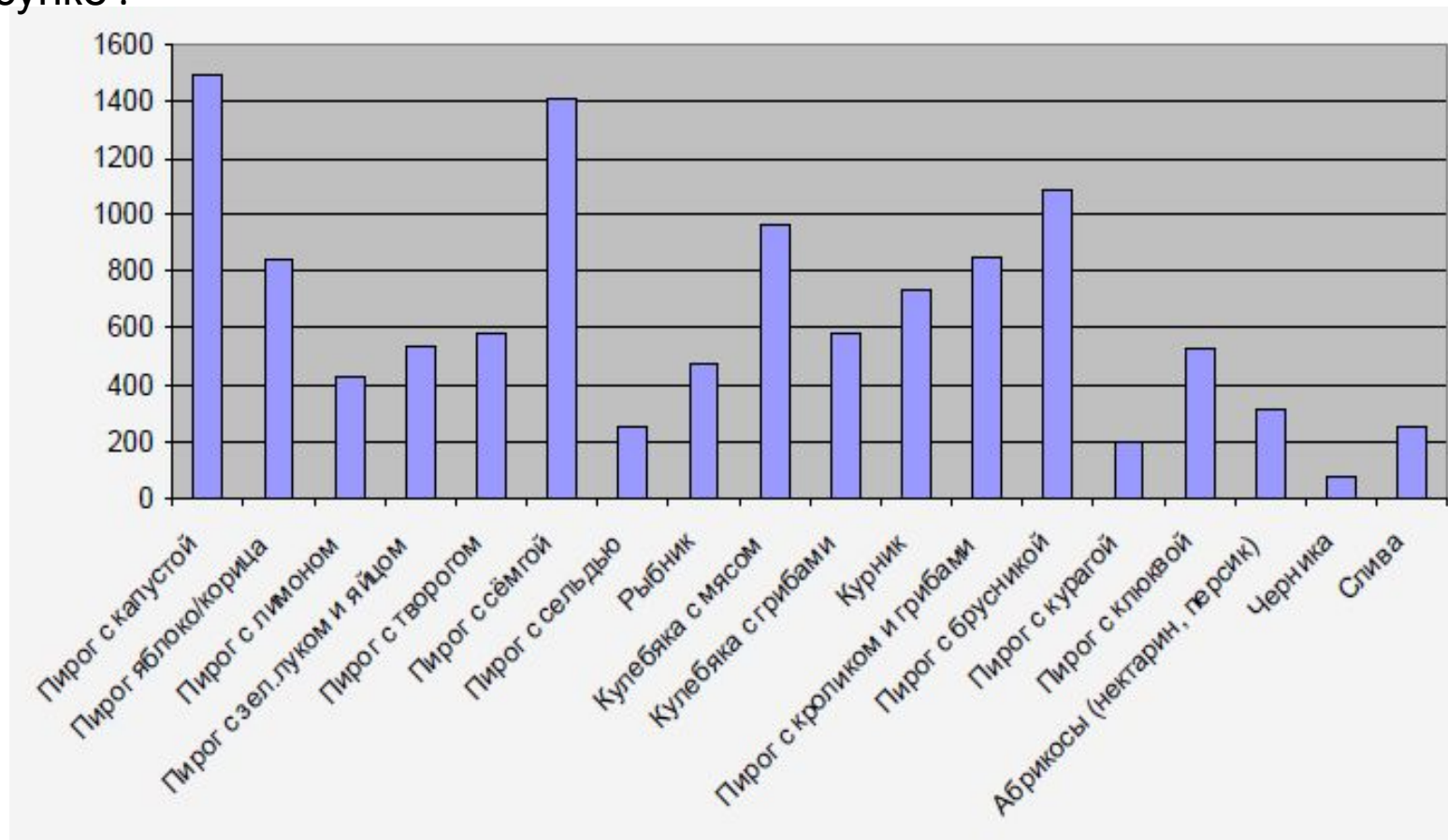


На сегодняшний день «Штолле» имеет устойчивую репутацию лучшего в приготовлении пирогов.

Организационная характеристика предприятия «Штолле»

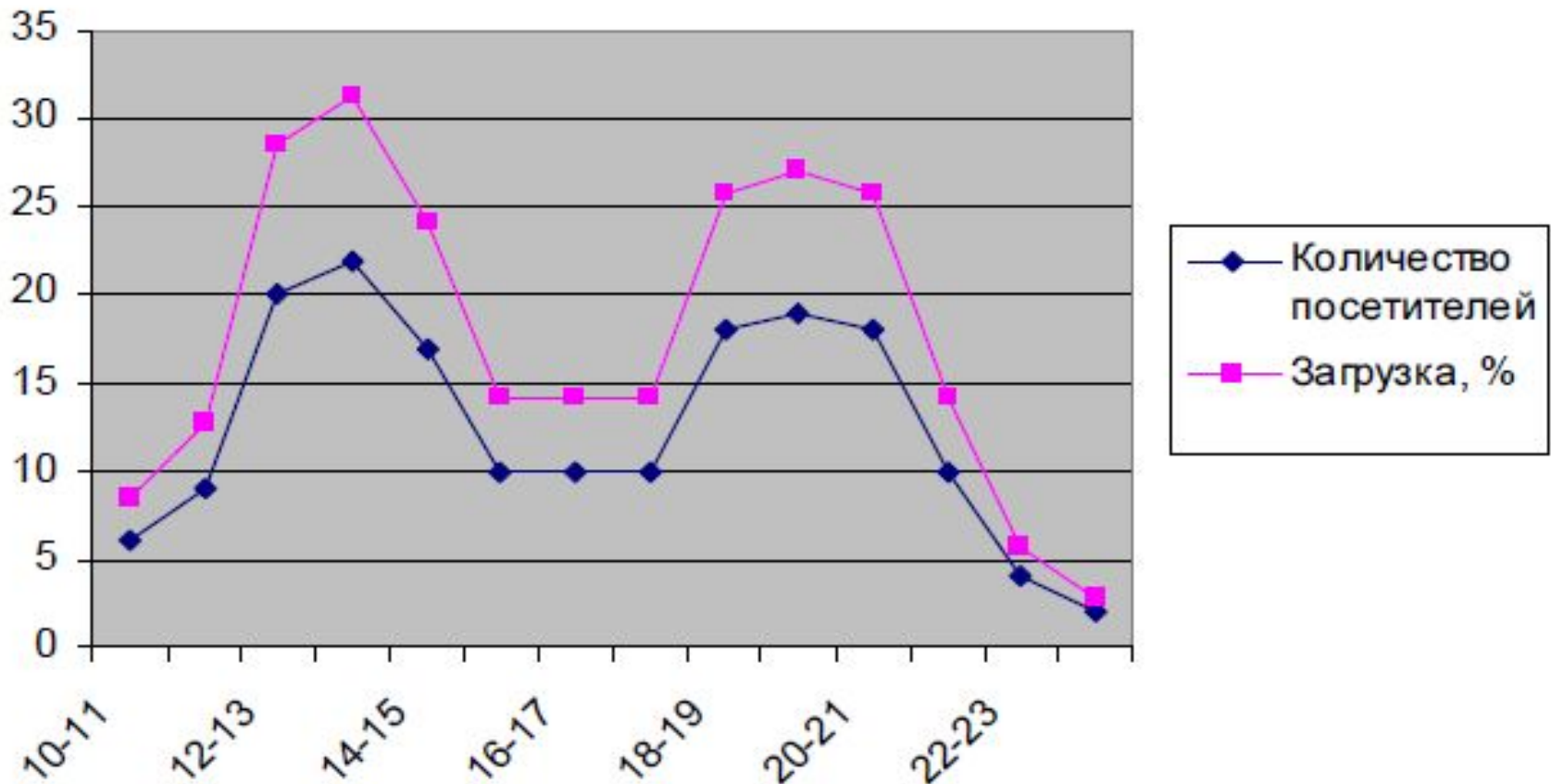
Ассортимент пирогов представлен 15 видами пирогов, плюс добавляются ещё сезонные пироги.

Лидеры продаж: пирог с сёмгой, кулебяка с мясом, кулебяка с капустой, пирог с брусникой. График реализации пирогов за март 2012г. представлен на рисунке .



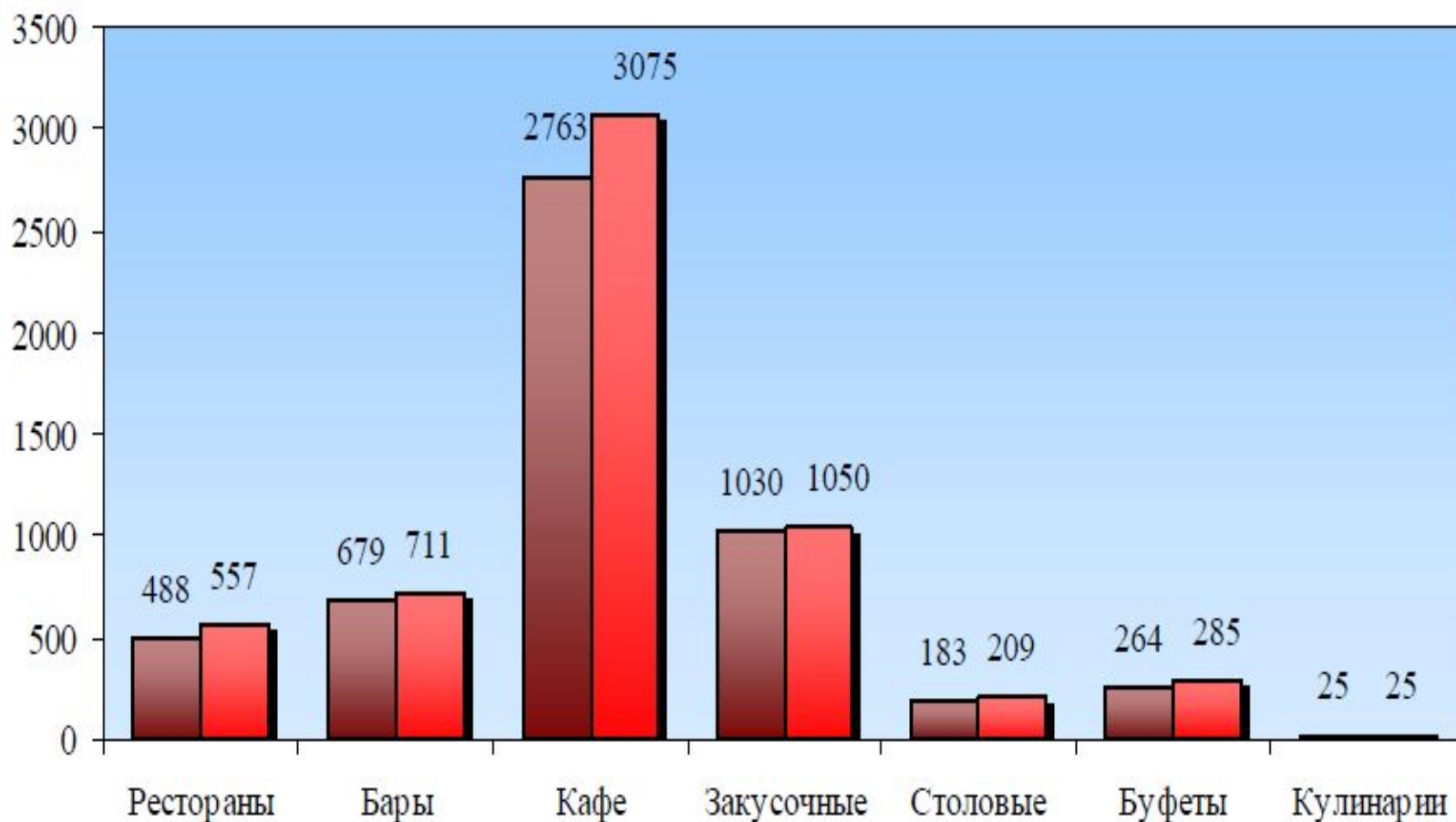
Организационная характеристика предприятия «Штолле»

Динамика загрузки зала кафе-пироговой



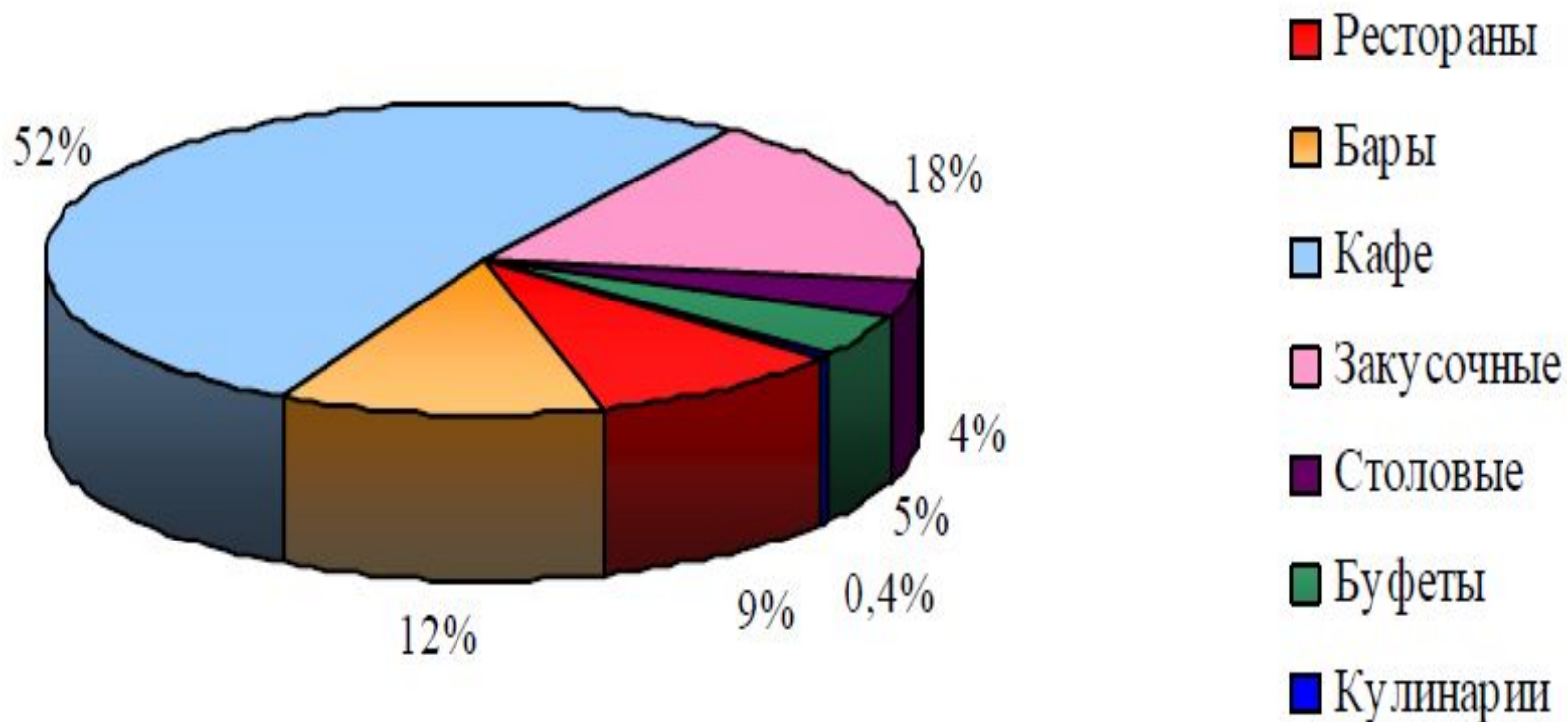
Анализ критериев конкурентоспособности предприятия

Сравнение количества предприятий общественного питания в **2010 году** и 2011 году



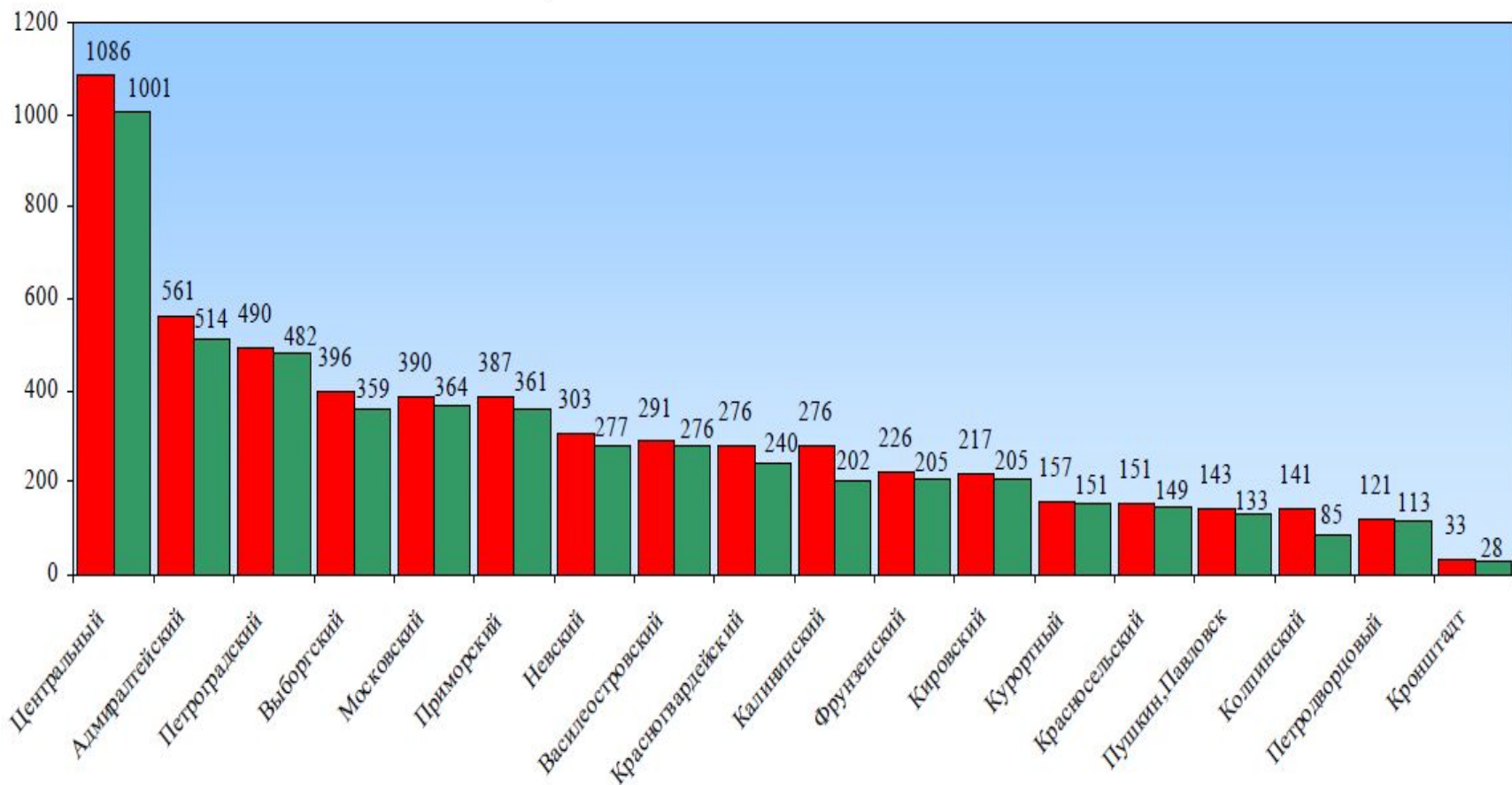
Анализ критериев конкурентоспособности предприятия

Структура предприятий общественного питания в разрезе профиля деятельности в Санкт-Петербурге по состоянию на 01.01.2012 года



Анализ критериев конкурентоспособности предприятия

Сравнение численности заведений общественного питания в разрезе районов Санкт-Петербурга



Анализ критериев конкурентоспособности предприятия

Структура предприятий общественного питания Санкт-Петербурга в разрезе кухонь основного меню

Структура предприятий общественного питания Санкт-Петербурга в разрезе кухонь основного меню



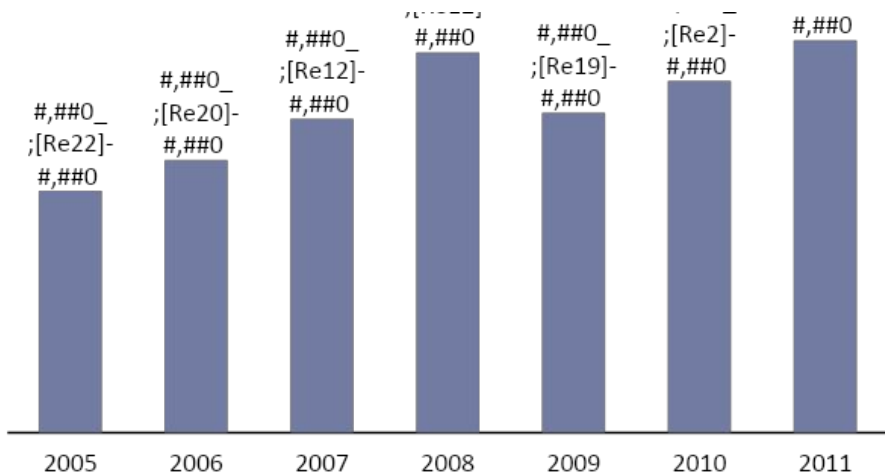
Анализ критериев конкурентоспособности предприятия

SWOT-анализ деятельности ООО «Штолле»

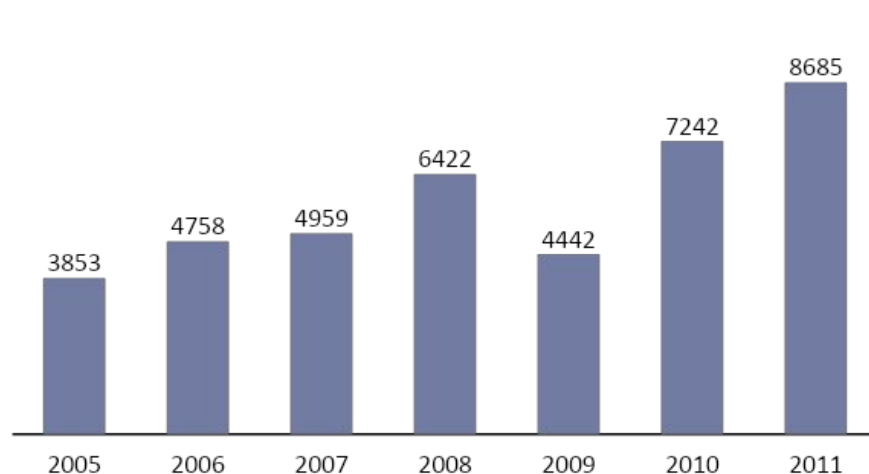
Сильные стороны	Слабые стороны
1. Наличие договоров с поставщиками продовольственных товаров и сырья	1. Сильная конкуренция на местном рынке:
2. Наличие опытного технолога при разработке ассортимента предоставляемых блюд	2. Практически исчерпаны возможности для расширения площади залов
3. Наличие квалифицированного управленческого персонала	3. Отсутствует рекламная деятельность
4. Традиционная русская кухня, соответствующая потребностям выбранной целевой аудитории;	4. Неквалифицированное обслуживание
5. Хорошее месторасположение ресторана, большая проходимость	5. Узкий ассортимент продукции
6. Наличие постоянных потребителей-	
Возможности	Угрозы
1. Возможность расширить перечень сервисных услуг - праздники с национальным колоритом, разработка детского меню	1. Экономическая нестабильность в стране
2. Создание фирменного имиджа	2. Растущая конкуренция в данном секторе услуг
3. Повышение качества обслуживания	
4. Повышение качества продукции.	
5. Рост целевой аудитории	

Определение экономической эффективности деятельности предприятия в условиях конкуренции

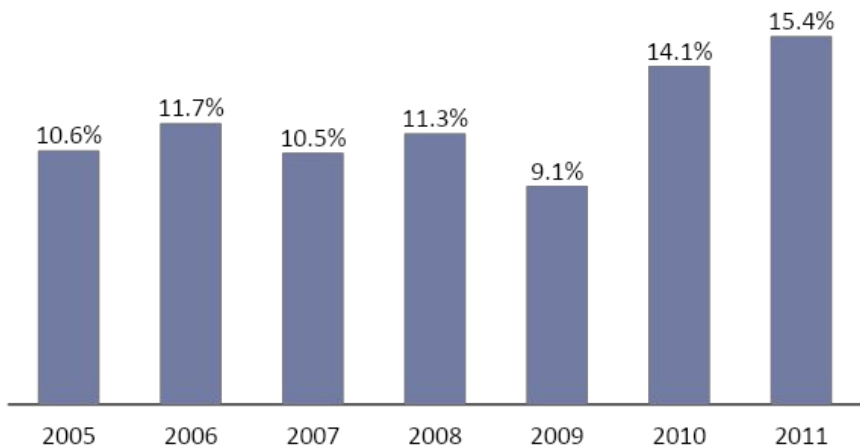
Динамика выручки от реализации (тыс. руб.)



Динамика чистой прибыли (тыс. руб.)



Динамика рентабельности услуг

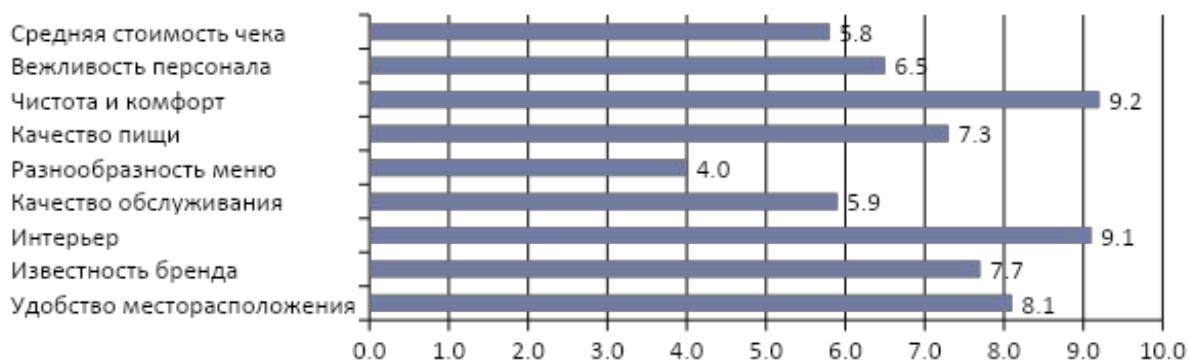


Динамика рентабельности продаж



Моделирование конкурентных отношений на рынке

Название ресторанов	Удобство месторасположения	Известность бренда	Интерьер	Качество обслуживания	Разнообразие меню	Качество пищи	Чистота и комфорт	Вежливость персонала	Средняя стоимость чека	Итого
Весовой коэффициент	5%	3%	4%	12%	12%	25%	15%	7%	17%	100%
Штолле	8,1	7,7	9,1	5,9	4,0	7,3	9,2	6,5	5,8	6,8
Пробка	7,9	6,8	7,4	6,9	7,1	7,9	9,1	7,2	4,2	7,1
ZL	7,6	8,2	8,6	7,7	8,1	8,4	9,3	7,1	3,9	7,5
РЕСЕКТОРИА GROUP	8,5	7,6	8,3	7,8	7,8	8,4	9,1	7,0	4,4	7,6
Строганов Стейк Хаус	9,1	8,1	4,2	5,7	3,2	6,4	8,7	4,7	7,0	6,4
Гимназия	7,4	6,4	5,7	7,1	5,4	6,4	8,9	5,1	5,2	6,5
Гутцайт Групп	7,3	7,9	7,4	7,4	6,4	6,7	8,4	5,4	3,9	6,5
Ф.М. Достоевский	7,7	8,5	9,1	7,0	6,1	7,1	8,7	5,9	3,5	6,7
Chinar Group	6,9	7,2	6,4	7,1	6,0	7,0	8,3	5,3	4,4	6,5
Среднее значение	7,8	7,6	7,4	7,0	6,0	7,3	8,9	6,0	4,7	6,8



Развитие систем работы предприятия, обеспечивающих конкурентные преимущества «Штолле»

Наименование группы восприятия	Рекомендуемые мероприятия по формированию позитивного корпоративного имиджа
1. Потребители	<ul style="list-style-type: none"> –Проведение рекламной кампании с целью формирования позитивного имиджа –Создание и развитие системы сервисного обслуживания.
2. Общественность	<ul style="list-style-type: none"> –Проведение рекламной кампании в периодической печати с публикацией информации о миссии и стратегических целях предприятия (с учетом интересов общественности), деловой –Публикация интервью руководителя с целью формирования его позитивного имиджа в глазах общественности.
3. Госструктуры	<ul style="list-style-type: none"> –Формирование неформальных отношений с представителями власти
4. Партнеры	<ul style="list-style-type: none"> –Обеспечение возможности ознакомления партнеров с миссией и стратегическими целями предприятия. –Формирование высокой деловой репутации предприятия
5. Персонал	<ul style="list-style-type: none"> –Внедрение в сознание сотрудников четких представлений о миссии и стратегических целях предприятия –Внедрение системы обучения персонала, направленной на повышение его профессионального и культурного уровня. –Внедрение системы информирования персонала о задачах, решаемых предприятием с целью повышения уровня информационной открытости руководства. –Разработка и внедрение системы оценки работы персонала