

Исследование маркетинговой деятельности предприятия

Маркетинговый анализ предполагает определение и оценку рынков предприятия и внешней среды маркетинга с целью выявления привлекательных возможностей, обнаружения трудностей и слабых мест в работе предприятия. Эффективный маркетинговый анализ является необходимым условием разработки планов маркетинговых мероприятий, а также он выполняется в процессе их реализации.

Гостинично-ресторанный комплекс «Вирсавия» расположен в г. Муром. Находится в трехэтажном строении с шаговой доступностью к набережной реки Оки. ГРК «Вирсавия» предлагает большой выбор услуг, это услуги в сфере гостиницы, ресторана и сауны. Гостиница расположена на 3 этаже, на втором этаже – ресторан. Более подробно я остановлюсь на анализе маркетинговой деятельности ресторана «Вирсавия».

Предприятие находится в постоянном развитии. Об этом свидетельствуют данные о росте выручки, темпах роста физического объема продукции и прибыли.

В результате анализа товарного портфеля с помощью матриц БКГ, Ансоффа, Маккинзи и матрицы рентабельности было установлено, какие товары обладают высоким, средним и низким спросом. Самым высоким спросом обладают такие группы товаров, как рыба, морепродукты, алкоголь и мясная продукция.

В ГРК «Вирсавия» используется метод ценообразования «на основе текущих цен» т.е. уровень цен зависит от общей экономической ситуации в регионе.

При исследовании коммуникационной политики предприятия, было выявлено, что предприятие использует такие способы ФОССТИС, как, реклама и стимулирование сбыта. Предприятие использует рекламу на телевидении, радио, интернет-рекламу, а так же делает скидки постоянным клиентам.

Основными конкурентами ГРК «Вирсавия» являются ГРЦ «Империя» и ресторан «Чайка». Наиболее сильным конкурентом является КРЦ «Империя», так как занимает более выгодное географическое положение. Преимущества «Вирсавии» перед ними заключаются в том, что предприятие располагает собственными финансовыми ресурсами, высоко квалифицированным и компетентным персоналом, а так же устанавливает приемлемый уровень цен.

На основе проведенного исследования можно дать следующие рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности:

1. Разработка системы виртуального маркетинга, с использованием информационных технологий. Информационные технологии в современном мире занимают очень важное положение. Интернет является важным аспектом информационных технологий. Если рассматривать возможности интернета непосредственно для маркетинговой деятельности «Вирсавии», то он, прежде всего, может быть использован в таких направлениях как:

- Интернет реклама, включающая рекламу на различных сайтах, рассылку электронных писем и т.д

- Стимулирование сбыта. Включает в себя предоставление информации о товарах и услугах организации, публикации в сети пресс-релизов.

- Продажа товаров через интернет (электронная торговля)

- Различного рода онлайн-консультации.

- Предварительный заказ банкетов через интернет. Данный метод будет популярен среди иногородних жителей, так как будет большая экономия времени.

2. Использование напольной рекламы, с применением 3D графики возле ГРК «Вирсавия». Напольные стикеры стоят от 1000 рублей, а 3D реклама от 10000 рублей. Летом, такой вариант рекламы будет очень красиво выглядеть, а так же привлекать большое количество туристов.

Литература

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015)

Секция 14. Менеджмент и маркетинг

2. Еремин, В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учебник / В.Н.Еремин. – М.: КноРУс, 2014. – 648 с.
3. Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга: учебник / И.В Липсиц., М.Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
4. Маркетинг: учебник для студентов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2013. – 335 с.
5. Журнал «Outdoor Media», № 11, 2011. Напольная реклама.