

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідуюча кафедрою
к.е.н., доцент Давиденко І. В.

(підпис)
“24” травня 2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою _____ «Туризм» _____
(назва освітньої програми)

на тему: «Управління ефективністю маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства»

Виконавець

студентка Центру денної форми навчання

Фіалка Олена Валеріївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

(науковий ступінь, вчене звання)

Павлоцький Володимир Якович _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2019

АНОТАЦІЯ

Фіалки О. В. «Управління ефективністю маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності _____ 242 «туризм» _____

(шифр та назва спеціальності)

за освітньою програмою _____ «туризм» _____

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти забезпечення маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства. Висвітлено особливості маркетингових досліджень підприємств ресторанного господарства. Розглянуто напрями маркетингової діяльності і реклами.

Проаналізовано господарсько-економічну діяльність ресторану «МАМАН». Винайдено варіанти підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Запропоновано впровадження нової концепції маркетингової діяльності ресторану «МАМАН». Обґрунтована економічна доцільність розробки нового медіаплану для підприємства.

***Ключові слова:** маркетинг, ресторанне господарство, ефективність маркетингової діяльності, рентабельність, калькулювання витрат, медіаплан,*

⋮

ANNOTATION

Fialka O. V. «Managing the effectiveness of marketing activities of restaurant enterprise»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree
in the specialty _____ 242 «Tourism» _____

(code and name of the specialty)

for the educational program _____ «Tourism» _____

(title of the educational program)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The paper considers the theoretical aspects of the marketing activity of the enterprises of the restaurant industry. The peculiarities of marketing researches of the enterprises of the restaurant industry are highlighted. The directions of marketing activity and advertising are considered.

The economic-economic activity of the restaurant "MAMAN" is analyzed. Variants of increase of efficiency of marketing activity of the company are found. The introduction of the new concept of marketing activity of the restaurant "MAMAN" is proposed. The economic feasibility of developing a new media plan for the enterprise is substantiated.

***Keywords:** marketing, restaurant economy, efficiency of economic activity, profitability, cost calculation, break-even point.*

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	6
1.1. Сутність види та особливості маркетингової діяльності підприємств.....	6
1.2. Маркетингова діяльність підприємств ресторанного господарства.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «МАМАН»	21
2.1. Організаційно-економічна характеристика ресторану «МАМАН».....	21
2.2. Аналіз господарсько-економічної діяльності ресторану «МАМАН».....	31
2.3. Аналіз фінансових результатів діяльності ресторану «МАМАН».....	35
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «МАМАН»	41
3.1.Пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності ресторанного господарства.....	41
3.2.Економічне обґрунтування ефективності нової концепції маркетингової діяльності ресторану «МАМАН».....	45

ВСТУП

Актуальність роботи. На сьогодні в Україні функціонує велика кількість підприємств ресторанного бізнесу. Найбільш важливим питанням для них є маркетингова діяльність підприємства. Управління маркетинговою діяльністю підприємства прямо впливає на його репутацію, а це впливає на прибуток підприємства.

Мета. Визначити особливості організації маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства.

Завдання дослідження. Для досягнення мети визначені наступні завдання:

- Визначити сутність маркетингової діяльності
- проаналізувати маркетингову діяльність підприємства «МАМАН»;
- оцінити фінансовий стан підприємства «МАМАН» ;
- проаналізувати ефективність маркетингової діяльності ресторану «МАМАН».
- запропонувати напрями подальшого розвитку маркетингової діяльності підприємства «МАМАН»;

Об'єкт дослідження. Процес удосконалення маркетингової діяльності вітчизняних підприємств ресторанного бізнесу

Предметом дослідження роботи виступає дослідження форм й методів покращення маркетингової діяльності ресторану «МАМАН»

Структура кваліфікаційної роботи включає вступ, три розділи основної частини, кожен з яких присвячений вирішенню відповідних завдань, висновки, список використаних джерел.

Інформаційна база дослідження. У процесі написання кваліфікаційної роботи використовувалися нормативно-правові акти України, науково-практична література з проблем роботи, окремі Інтернет-ресурси, комплекти фінансової та статистичної звітності ресторану «МАМАН» за 2017-2018 рр.

Основними монографічними джерелами дослідження були праці таких вітчизняних і зарубіжних авторів як: Н. І. Ведмідь, В. Г. Герасименко,

В. Ф. Кифяк, Р. Каплан, Ф Котлер, Л. Мітчел, Т. Б. Самонова, О. С. Телетов, Г. І. Фролова та ін.

Методи дослідження, що були використані у кваліфікаційній роботі включають загальні наукові та спеціальні економічні методи, серед яких, в основному, використовувалися: монографічний, статистичний, порівняльний, системно-структурний та інші методи. Для виконання розрахунків і представлення результатів аналізу використовувалися можливості табличного мікропроцесора Excel і програм побудови діаграм. Для обґрунтування ефективності нової кампанії маркетингових заходів ресторану був застосований регресійний аналіз залежності між витратами маркетингові заходи та обсягами реалізації ресторанних послуг.

Тема кваліфікаційної роботи відповідає напрямам наукових досліджень кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

ВИСНОВКИ

В результаті кваліфікаційної роботи було виявлено, що управління маркетинговою діяльністю на підприємстві – це широкий комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарів і послуг і отримання на цій основі максимального прибутку

Ресторан «МАМАН» на базі якого була написана кваліфікаційна робота, відноситься до підприємства ресторанного господарства із задовільними фінансово-економічними показниками. За 2017-2017 рік діяльність ресторану була прибутковою.

Ресторан «МАМАН» використовує рекламу в Інтернеті як засіб просування своїх послуг. Даний вид реклами можна вважати найефективнішим інструментом залучення споживачів. Більш ніж 60% споживачів використовують Інтернет-ресурси для пошуку інформації щодо цін, меню, місце знаходження та відгуки гостей. Ресторан застосовує рекламу у соціальних мережах. Ресторан має свої групи та публічні сторінки у таких соціальних мережах як: Facebook та Instagram. Через них компанія інформує потенційних споживачів про сезонні пропозиції, знижки та новинки.

Для досягнення найбільшої ефективності від маркетингових заходів, на нашу думку, у ситуації, що склалась, доцільно розширити межі рекламної діяльності використовуючи різні ЗМІ, зовнішню рекламу, радіо, та розширити рекламу на Інтернет-ресурсах.

Виконавши завдання дослідження можна стверджувати, що при написанні кваліфікаційної роботи були досягнуті наступні цілі:

- розглянуті теоретичні аспекти маркетингової діяльності.
- проаналізована маркетингова діяльність підприємства «МАМАН».
- оцінений фінансовий стан ресторанного підприємства.
- проаналізована ефективність маркетингової діяльності ресторану «МАМАН».

- запропоновано напрями подальшого розвитку маркетингової діяльності підприємства «МАМАН».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Панкрухин А.П. Маркетинг. Учебник / А.П. Панкрухин. – М.: ИКФ ОмегаЛ, 2002. – 656 с.
2. Крюков А.Ф. Управление маркетингом: учебное пособие / А.Ф. Крюков. – М.: КНОРУС, 2005. – 368 с.
3. Т.Подвірна. Маркетингова сегментація на світових ринках / Т.Подвірна // Галицький економічний вісник. — 2012. — №6(39). — с.169-174 - (маркетингово-інноваційні технології)
4. Костюк О. С. Оцінювання ефективності функціонування маркетингу на підприємстві / О. С. Костюк, Н. В. Тижай, Н. В. Фаєк // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 690 : Логістика. – С. 79–84.
5. Балабанова Л.В. Маркетинг торговельного підприємства: Навч. посіб. / Л.В. Балабанова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – 620 с.
6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг [Текст]:. 12-е изд. – СПб.: Питер, 2006., - С.816
7. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 708с.
8. Райко Д. В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація : монографія / Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ІНЖЕК, 2008. – 632 с.
9. Тімонін О.М. Стратегії маркетингу: навчальний посібник / О.М. Тімонін, С.С. Олійник. – Х.: Око, 1999. – 184 с.
10. Маркетинг: Підручник / В.Руделіус, О.М.Азарян, Н.О.Бабенко та ін.. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
11. Тімонін О.М. Стратегії маркетингу: навчальний посібник / О.М. Тімонін, С.С. Олійник. – Х.: Око, 1999. – 184 с

12. Войчак А. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А. Войчак, В. Шумейко. // Маркетинг в Україні. – 2009. – №4. – С. 52-55.
13. Карпенко Н.В. Формування клієнтоорієнтованих компетенцій на підприємстві / Н.В. Карпенко // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 28-29 травня 2015 р.) – П.: ПУЕТ. – 2015. – С.10-14.
14. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.Н. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 346 с.
15. Липчук В.В. Маркетинг: навчальний посібник / В.В. Липчук, Р.П. Дудяк, С.Я. Бугіль, Я.С. Янишин. – Львів: «Магнолія 2006», 2012. – 456с.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг ; пер. с англ. Т. В. Клекоти . – 9-е изд. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 1200 с.
17. Науменко М. О. Шляхи забезпечення якісного обслуговування споживачів на підприємствах ресторанного господарства / М. О. Науменко // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2013. - № 36. - С. 179-181.
18. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкуренто-спроможністю підприємств ресторанного господарства /В. А. Антонова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. - 2012. - № 1 (21). - С. 54-57.
19. Диксон П. Управление маркетингом / П. Диксон. – М.: Бином, 1998. – 420 с.
20. Науменко М. О. Шляхи забезпечення якісного обслуговування споживачів на підприємствах ресторанного господарства / М. О. Науменко // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2013. - № 36. - С. 179-181

21. Ісмаєв Д. К. Маркетинг і керування якістю готельних послуг /Д.К. Ісмаєв. - К: Аспект Пресс, 2006. –631 с.
22. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.Н. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 346 с.
23. Маркетинг підприємства - Балабанова Л.В.
[Електронний ресурс]. - Режим доступу:
http://pidruchniki.ws/15840720/marketing/marketing_pidpriyemstva_-_balabanova_lv
24. Сучасний стан розвитку ринку послуг ресторанного господарства України та Одеської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75976>
25. Офіційний сайт ресторану «МАМАН» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/cafemamanodessa/>
26. Офіційний сайт ресторану «МАМАН» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tomato.ua/odessa/restaurants/maman>
27. Офіційний сайт ресторану «МАМАН» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.maman.rest.html>
28. Офіційний сайт «Tripadvisor» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g295368-d4072151-Reviews-Maman-Odessa_Odessa_Oblast.html
29. Офіційний сайт «Lesbar» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://letsbar.com.ua/place/maman-cafe/>
30. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посібник. / За редакцією М. Г. Грещака – К.: КНЕУ, 2001.