

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

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка та управління туристичною діяльністю»

на тему: «Вдосконалення маркетингової діяльності на підприємствах ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Щастье»)»

Виконавець:

студент факультету міжнародної економіки

Мухаметшина Олександра Рауліївна _____

Науковий керівник:

к.е.н., професор

Герасименко Виктор Григорович _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В умовах жорсткої конкуренції і зростання витрат неодмінною умовою виживання суб'єкта економіки стає маркетинг. На сьогоднішній день, у ресторанному господарстві, успішно функціонують лише ті заклади, які спромоглися вдовольнити бажання споживачів найкращим чином і при цьому безустанно удосконалюють свій ресторанний продукт для підтримання його належного рівня відповідно до постійно зростаючих вимог споживачів. При таких умовах функціонування закладів ресторанного господарства, особливо ресторанів, тема вдосконалення маркетингової діяльності являється достатньо актуальною.

Мета дослідження. Вивчення, аналіз та вдосконалення маркетингової діяльності закладу ресторанного господарства.

Завдання дослідження:

- визначити сутність понять: ресторан та ресторанні послуги, види та особливості ресторанних послуг;
- дослідити теоретичні основи маркетингу в ресторанному бізнесі, комплекс маркетингу підприємств ресторанного господарства;
- проаналізувати господарську ресторану «Щастье»;
- дослідити організаційну структуру управління рестораном;
- проаналізувати маркетингову діяльність ресторану «Щастье»;
- запропонувати шляхи вдосконалення маркетингової політики розподілу закладу;
- розробити пропозиції з покращення цінової політики ресторану;
- запропонувати напрямки розвитку комунікаційної політики ресторану «Щастье».

Об'єкт дослідження – процес удосконалення маркетингової діяльності ресторану «Щастье».

Предмет дослідження – форми й методи вдосконалення маркетингової діяльності ресторану «Щастье».

Методи дослідження: методи узагальнення, індукції та дедукції, аналізу та синтезу – при вивченні понятійного апарату ресторанного господарства, маркетингової діяльності та комплексу маркетингу на підприємствах ресторанного господарства; економіко – статистичні методи – для проведення аналізу основних показників діяльності ресторану «Щастье», а також графічний метод для наочного представлення результатів досліджень. Для обробки й аналізу інформації показників операційної діяльності ресторану використовувалась програма автоматизації ресторанів «Iiko».

Інформаційна база дослідження: Нормативно-законодавча база України; наукові розробки сучасних учених з проблематики маркетингової діяльності в ресторанному бізнесі; теорії вдосконалення комплексу маркетингу на підприємстві ресторанного господарства; результати основних досліджень; інтернет – ресурси.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань)

та 2-х додатків. Загальний обсяг роботи становить сторінок. Основний зміст викладено на 72 сторінках. Робота містить 21 таблиць, 14 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 2 статті:

- Мухаметшина О.Р. Система франчайзингу у сфері ресторанного господарства / О.Р. Мухаметшина, О.С. Ткачук // Сучасні погляди на актуальні питання правових наук. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 25-26 листопада 2016 року. – 2016. – Частина 1. – 156 с.;

- Мухаметшина О. Проблеми діяльності ресторанів у кризові часи / О. Мухаметшина // Минуле, сучасне, майбутнє : збірник наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції. Вип. 6. – Одеса : Атлант, 2016 (науковий керівник – ст. викл. Шикіна О. В.).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи маркетингу в ресторанному бізнесі»* систематизовано понятійний апарат та уточнене змістове положення категорій «ресторанне господарство», «заклади ресторанного господарства», «тип закладу ресторанного господарства», «клас закладу ресторанного господарства», «ресторан». Представлена класифікація закладів ресторанного господарства.

У ході аналізу літератури національних та зарубіжних авторів визначено економічний зміст понять «маркетинг», «маркетингова діяльність» та «маркетинговий комплекс» для підприємств ресторанного господарства. Наведено систему елементів та характеристику комплексу маркетингу «5P + E».

У другому розділі *«Аналіз господарської та маркетингової діяльності ресторану «Щастье»»* проаналізовано господарську та маркетингову діяльність ресторану мережі «Клубная метка» - «Щастье». Розглянуто організаційну структуру управління рестораном.

У третьому розділі *«Шляхи вдосконалення маркетингової діяльності ресторану «Щастье»»* запропоновано ряд заходів щодо вдосконалення комплексу маркетингу обраного підприємства. Для вдосконалення маркетингової політики розподілу ресторану «Щастье» запропоновано та розрахований економічний ефект впровадження на підприємство послуги доставки продукції ресторану додому або в офіс. Запропоновано пропозиції з покращення маркетингової цінової політики ресторану. Запропоновано напрямки розвитку маркетингової комунікаційної політики: розроблено піар та рекламної компанії.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. У ході написання кваліфікаційної роботи було систематизовано понятійний апарат та уточнене змістове положення категорій «ресторанне господарство», «заклади ресторанного господарства», «тип закладу ресторанного господарства»,

«клас закладу ресторанного господарства», «ресторан». Представлена класифікація закладів ресторанного господарства.

2. У ході аналізу літератури національних та зарубіжних авторів визначено економічний зміст понять «маркетинг», «маркетингова діяльність» та «маркетинговий комплекс» для підприємств ресторанного господарства. З урахуванням специфіки діяльності закладів ресторанного господарства та особливостей галузі підприємствам рекомендовано дотримуватися комплекс маркетингу «5P + E».

3. Проаналізовано господарську діяльність ресторану «Щастье», що є загальнодоступним підприємством ресторанного господарства, що надає споживачам широкий асортимент страв складного приготування, в основному за індивідуальними замовленнями, а також виногорілочні, тютюнові та кондитерські вироби. Ресторан знаходиться за адресою м. Одеса, вул. Буніна, буд. 21 та діє згідно чинного законодавства.

4. Досліджено організаційну структуру управління рестораном, яка у ресторані «Щастье» є лінійною, відповідно до якої в кожній ланці зосереджені всі функції, повноваження і відповідальність за управління конкретним виробничим підрозділом.

5. Проаналізовано маркетингову діяльність ресторану «Щастье» та визначено, що для ресторану «Щастье» важливу роль відіграють наступні аспекти розвитку: інформування аудиторії «оточення», широкий спектр та якість додаткових послуг, зовнішня реклама ресторану, стимулювання збуту, персональні продажі.

6. Спираючись на аналіз господарської та маркетингової діяльності ресторану «Щастье» було запропоновано ряд заходів щодо вдосконалення комплексу маркетингу обраного підприємства. Для вдосконалення маркетингової товарної політики розподілу ресторану «Щастье» запропоновано та розрахований економічний ефект впровадження на підприємство послуги доставки страв та напоїв власного виробництва. Така послуга викличе позитивну реакцію споживачів, особливо постійних, які вже встигли полюбити страви та напої закладу. Впровадження послуги доставки збільшить кількість замовлень «з собою» у середньому до 130 у місяць, що, у свою чергу, спричинить зріст прибутку підприємства.

7. Розроблено пропозиції з покращення цінової політики ресторану, запропоновано проаналізувати закупівельні ціни на товар ресторану та ціни інших постачальників м. Одеси, що пропонують аналогічний товар за більш привабливими цінами. Якість продукції при цьому не знизиться, а закупівельні ціни будуть різнитися, що дозволить знизити собівартість страв та, у свою чергу, збільшити статтю прибутку від операційної діяльності.

8. Запропоновано напрямки розвитку комунікаційної політики ресторану «Щастье». Для вдосконалення маркетингової комунікаційної політики запропонована розробка піар-компанії, яка включає основні напрямки діяльності по залученню відвідувачів і зміцненню іміджу ресторану відповідно до цільової аудиторією ресторану. Для рекламування ресторану «Щастье» запропоновано використання таких основних засобів, які необхідно відобразити в рекламній кампанії ресторану: а) зовнішня реклама; б) внутрішня реклама; в) реклама в тематичних друкованих виданнях та на телебаченні; г) реклама в мережі Інтернет.

Запропоновані заходи в комплексі дадуть змогу значно підвищити рівень відвідуваності закладу та стануть чудовим повштовхом для зростання прибутку від операційної діяльності ресторану «Щастье».

АНОТАЦІЯ

Мухаметшина О.Р. «Вдосконалення маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Щастье»)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «242 Туризм» за магістерською програмою професійного за спрямування «Економіка та управління туристичною діяльністю».

Одеський національний економічний університет.

Одеса, 2017.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти діяльності закладів ресторанного господарства, маркетингової діяльності та комплексу маркетингу на підприємствах ресторанного господарства,

Проаналізовано маркетингову діяльність на підприємстві ресторанного господарства «Щастье».

Запропоновано шляхи вдосконалення маркетингової діяльності ресторану «Щастье».

Ключові слова: ресторанне господарство, ресторан, маркетингова діяльність, комплекс маркетингу, вдосконалення маркетингової діяльності.

ANNOTATION

Mukhametshyna O.R., «Improvement of marketing activity of enterprises of restaurant industry (on the example of the restaurant «Щастье»), thesis for Master degree in specialty «242 Tourism» for the master's program «Tourism Economics and management».

- Odesa National Economics University.

- Odessa, 2017.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of the restaurant industry's activities, marketing activities and marketing complex at restaurant enterprises.

The level of marketing activities of restaurant "Щастье" were analyzed.

The ways of improving the marketing activity of the restaurant "Schastye" are offered.

Keywords: restaurant industry, restaurant, marketing activity, marketing complex, improvement of marketing activity.