МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності __075 «Маркетинг»_____
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
_____«Стратегічний маркетинг»_____
(назва магістерської програми)

на тему: **«Управління комплексом маркетингу на прикладі ресторану «Дача»**
(назва теми)

Виконавець:
студент факультету міжнародної економіки
_Нгуєн Зуй Хоанг_____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
_к.е.н., доцент_____
(науковий ступінь, вчене звання)
_Обнявко Олександр Валентинович_____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми зумовлена тим, що загострення конкурентної боротьби та зростання рівня ризику і непередбачуваності ринкового середовища, підсилених економічною кризою, вимагають від підприємств більш ретельного підходу до планування виробничої діяльності та спонукають до проведення маркетингових досліджень. На сьогоднішній день, у ресторанному господарстві, успішно функціонують лише ті заклади, які спроміглись 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. Щодо ступеню вивченості, то варто відмітити, що довгий час маркетинг не находив належного застосування у сфері ресторанного бізнесу. Однак зростання конкуренції у сфері послуг привели до необхідності впровадження комплексу маркетингу у закладах ресторанного господарства.

Мета дослідження: є вивчення, аналіз та вдосконалення маркетингової діяльності закладу ресторанного господарства на прикладі ресторану «Дача».

Завдання дослідження:

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

Об'єкт дослідження: процес удосконалення маркетингової діяльності ресторану «Дача».

Предмет дослідження: форми й методи вдосконалення маркетингової діяльності ресторану «Дача».

Методи дослідження: для досягнення мети у кваліфікаційній роботі використовувалися наступні методи: 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 «Дача», 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: при написанні кваліфікаційної роботи використовувалась наступна інформаційна база: 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. випускна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури, додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні основи маркетингу в ресторанному бізнесі* » розглядаються поняття, сутність і завдання ресторанного маркетингу та особливості комплексу маркетингу підприємств ресторанного господарства.

У другому розділі *«Аналіз господарської та маркетингової діяльності ресторану «Дача»»* зроблено загальну характеристику господарської діяльності ресторану, організаційну структуру управління та маркетинговий аналіз діяльності ресторану «Дача»

У третьому розділі «Шляхи вдосконалення маркетингової діяльності ресторану «Дача»» вдосконалено політики розподілу продукції ресторану, запропоновано покращення цінової політики ресторану та розроблено напрямки розвитку комунікаційної політики».

АНОТАЦІЯ

Нгуєн Зуй Хоанг, «Управління комплексом маркетингу на прикладі ресторану «Дача»,

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
075 «Маркетинг»
за магістерською програмою «Стратегічний маркетинг»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – є процес удосконалення маркетингової діяльності ресторану «Дача».

У роботі розглядаються сутність понять ресторан та ресторанні послуги, види та особливості ресторанних послуг теоретичні основи маркетингу в ресторанному бізнесі, комплекс маркетингу підприємств ресторанного господарства.

Зроблено аналіз застосування маркетингових інструментів та маркетингову діяльність ресторану «Дача».

Запропоновано вирішення існуючих проблем, шляхом удосконалення маркетингової політики розподілу закладу, а саме розробкою та впровадження комунікаційної політики та цінової політики ресторану «Дача»».

Ключові слова: Маркетингова діяльність, маркетинг в ресторанному бізнесі,, комплекс маркетингу підприємств ресторанного господарства, маркетингові комунікації, ТОВ «ДРАЙВ-ИН », ресторан «Дача», програма автоматизації ресторанів «Iiko».

ANNOTATION

Nhuien Zui Khoanh, « Management of the marketing complex on the example of the restaurant "Dacha",

thesis for Master degree in specialty 075 "Marketing"
for the master's program "Strategic marketing",
Odessa National Economic University
Odessa, 2018

Master's qualification work consists of three sections. Object of research - is the process of improving the marketing activities of the restaurant "Dacha".

The essence of the concepts of restaurant and restaurant services, types and features of restaurant services, theoretical bases of marketing in the restaurant business, the complex of marketing of enterprises of restaurant economy are considered in the work.

The analysis of application of marketing tools and marketing activity of the restaurant "Dacha" is made.

The solution of existing problems is proposed, by improving the marketing policy of distribution of the institution, namely the development and implementation of the communication policy and pricing policy of the Dacha restaurant. "

Keywords: marketing activity, marketing in restaurant business, restaurant marketing complex, marketing communications, DRIVE-IN LLC, Dacha restaurant, Iiko restaurant automation program.