

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Давиденко І. В.

(підпис)

“ ___ ” _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «Маркетингові стратегії розвитку кафе-кондитерської

«180°»»

Виконавець:

Студентки факультету міжнародної економіки

Стойка Христина Іванівна _____

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Михайлюк Олена Леонідівна

/підпис/

Одеса 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми магістерської роботи, обумовлена тим, що одним з найважливіших напрямків вирішення соціальних та економічних проблем є розвиток сфери послуг. Особливого значення набуває галузь ресторанного бізнесу, оскільки традиційно ринок ресторанних послуг відноситься до тих сфер економіки, суб'єкти яких здатні забезпечувати високі показники рентабельності, а значить, динамічно розвиватися, бути перспективним і прибутковим видом підприємницької діяльності. Динамікою розвитку ринків ресторанних послуг супроводжується технологічною революцією в індустрії сервісу, що зумовлює різке загострення і зміну характеру конкурентної боротьби в цій сфері економіки.

Будь-який підприємець зобов'язаний не тільки точно знати потребу в фінансових, матеріальних, трудових та інтелектуальних ресурсах на найближчу перспективу, а також припускати джерела їх залучення, а й вміти грамотно і точно оцінити ефективність застосування таких ресурсів у процесах виробничої і господарської діяльності компанії.

На сучасному етапі необхідною умовою успішної роботи сучасних підприємств галузі ресторанного бізнесу виступає створення маркетингового комплексу, метою якого є формування орієнтованих на кінцевого споживача, відносно недорогих і ефективних інструментів маркетингу, заснованих на застосуванні сучасних технологій

Мета дослідження - розробка бізнес-проекту відкриття туристичного підприємства – ФОП «180°» та впровадження маркетингових стратегій для покращення та просування підприємства.

Завдання дослідження:

- визначити теоретичні аспекти розвитку сфери громадського харчування;
- розглянути маркетингові стратегії у сфері громадського харчування;
- розглянути нормативно-правову базу сфери громадського харчування;
- дослідити сучасний стан і перспективи розвитку сфери харчування в

Україні і регіоні;

- розглянути нейромаркетинг як інноваційний інструмент маркетингової політики;
- проаналізувати організаційний та фінансовий стан кафе-кондитерської «180°»;
- спрогнозувати обсяг реалізації продукції підприємства;
- розрахувати бюджет проєкту та витрати на реалізацію окремих завдань;
- дослідити впровадження політики лояльності як механізму залучення клієнтів;
- дослідити інноваційні маркетингові стратегії розвитку кафе-кондитерської «180°»;
- запропонувати перспективні напрямки впровадження маркетингової політики просування для розвитку кафе-кондитерської «180°»;
- узагальнити результати створення проєкту туристичного підприємства та сформулювати висновки про доцільність його реалізації з позицій економічної ефективності.

Об'єкт дослідження—маркетингова діяльність кафе-кондитерської «180°» .

Предмет дослідження—визначення та запровадження маркетингових стратегій для розвитку кафе-кондитерської «180°».

Інформаційною базою для написання магістерської роботи були теоретичні, аналітичні та статистичні матеріали, закони України та інші нормативні документи з питань ресторанного господарства; монографії та періодичні видання відомих вітчизняних і зарубіжних вчених, офіційні статистичні данні, а також Інтернет-сайти.

У дослідженні були використані методи та прийоми програмно-цільового управління, проєктного аналізу, інвестиційного аналізу, вивчення та аналіз літературних джерел, спостереження.

Питаннями розвитку пов'язаних з розробкою маркетингової стратегії підприємств, висвітлюються у наукових дослідженнях Панкрухин А.П. [16], Архипов В.В. [8], Решетнікова М.Л. [7], Власова Н.О. [16]; специфіку роботи сфери громадського харчування описують Коротков Є.М. [12], Томпсон А.А. [19], Куденко Н.В. [3]; питання розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнеса висвітлюються у працях: Нездоймінова С. Г. [54], Галасюк С.С. [15,54], Михайлюк О.Л. [52,53] та ін.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у наступному:

- визначити теоретичні аспекти розвитку сфери громадського харчування;
- розглянути маркетингові стратегії у сфері громадського харчування;
- розглянути нормативно-правову базу сфери громадського харчування;
- дослідити сучасний стан і перспективи розвитку сфери харчування в Україні і регіоні;
- розглянути нейромаркетинг як інноваційний інструмент маркетингової політики;
- проаналізувати організаційний та фінансовий стан кафе-кондитерської «180°»;
- спрогнозувати обсяг реалізації продукції підприємства;
- розрахувати бюджет проекту та витрати на реалізацію окремих завдань;
- дослідити впровадження політики лояльності як механізму залучення клієнтів;
- дослідити інноваційні маркетингові стратегії розвитку кафе-кондитерської «180°» ;
- запропонувати перспективні напрямки впровадження маркетингової політики просування для розвитку кафе-кондитерської «180°»;
- узагальнити результати створення проекту туристичного підприємства та сформульовано висновки про доцільність його реалізації з

позицій економічної ефективності.

Структура і зміст роботи. Складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Кваліфікаційна робота містить 79 сторінок, основний зміст викладено на 55 сторінках, 15 таблиць, 2 рисунки, список використаних джерел з 65 найменувань.

Публікації та апробація результатів дослідження.

1. Стойка Х.І. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ «180°» .- Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України .- ОНЕУ, Одеса.

2. Стойка Х.І. СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕЦЕПТИВНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ІТАЛІЇ- Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених у 3 томах «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України .- ОНЕУ, Одеса.– Т. 2. – С. 295-299

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи маркетингової політики об'єктів громадського харчування»** виділено науково-теоретичні підходи щодо формування стратегії управління якістю послуг, розглянуто маркетингові стратегії у сфері громадського харчування, розглянуто нормативно-правову базу сфери громадського харчування.

У другому розділі **«Аналіз національного досвіду маркетингової політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу»** досліджено сучасний стан і перспективи розвитку сфери харчування в Україні і регіоні, розглянуто нейромаркетинг як інноваційний інструмент маркетингової політики, проаналізувано організаційний та фінансовий стан кафе-кондитерської «180^o», спрогнозувано обсяг реалізації продукції підприємства, розраховано бюджет проєкту та витрати на реалізацію окремих завдань.

У третьому розділі **«Маркетингові інструменти для успішного функціонування кафе-кондитерської «180^o»** досліджено впровадження політики лояльності як механізму залучення клієнтів, досліджено інноваційні маркетингові стратегії розвитку кафе-кондитерської «180^o», запропоновано перспективні напрямки впровадження маркетингової політики просування для розвитку кафе-кондитерської «180^o», узагальнено результати створення проєкту туристичного підприємства та сформульовано висновки про доцільність його реалізації з позицій економічної ефективності.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі розглянуто маркетингові стратегії для відкриття кафе-кондитерської «180^o», сучасний стан ресторанного господарства під час пандемії та розраховано фінансовий стан підприємства.

Сфера громадського харчування - це невід'ємна частина життя сучасного населення в цілому і кожної людини зокрема. Вона забезпечується удосконаленням і модернізацією технологій виробництва харчової продукції,

включаючи всі етапи життєвого циклу готових страв - доставку сировини, його переробку та випуск.

Кафе-кондитерська «180°» буде призначене для відпочинку відвідувачів. Інтер'єр залу був ретельно продуманий. Яскрава вивіска так само відіграє велику роль для підприємства. У кафе-кондитерській це назва «180°». Вона виконана об'ємними літерами і буде світитися у темний час доби.

Існують три методи ціноутворення: на основі витрат і цільового прибутку; орієнтоване на конкурентні ціни; на основі прогнозування попиту споживачів. Ціноутворення на основі витрат ґрунтується на калькуляції витрат та визначеного розміру прибутку. Його застосовують при реалізації короткострокової політики максимізації поточного прибутку. Орієнтованість на конкурентів передбачає встановлення цін на рівні ринкових, що склалися у конкурентів. При такому методі є відсутнім прагнення рівноваги між рівнем цін та рівнем витрат, при цьому приділяється менше уваги змінням попиту та пропозиції. Ціноутворення з орієнтацією на попит споживачів передбачає визначення уподобань та бажань потенційної більшості клієнтів та формування цін, прийнятних для цільового ринку.

В усіх закладах кафе має бути передбачено відповідність вимогам щодо безпеки життя і здоров'я, споживачів згідно з ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.010 та ГОСТ 12.1.019; має бути передбачено надання змоги інвалідам пересуватися у візках; відповідно до свого типу у закладах РГ має бути передбачено наявність необхідних виробничих та побутових приміщень згідно з СанПиН № 42-123-4117, СанПиН № 42-123-5777, ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.019 та ГОСТ 17.2.3.02; відповідно до типу в закладах РГ має бути передбачено наявність необхідного устаткування для готування і продажу їжі згідно з Рекомендованими нормами ; Склад і площі приміщень закладів РГ передбачено привести у відповідність із вимогами, передбаченими ДБН В.2.2-9; ДБН В.2.2-3

На сьогодні, через поширення пандемії по всьому світу, відбувається закриття багатьох ресторанів, барів, кафе та інших закладів ресторанного господарств, а також готелів, це значно впливає на всю сферу послуг. Ресторанний бізнес одним з перших постраждав від пандемії і від обмежувальних заходів, які були спрямовані на боротьбу з нею. Бізнес по всьому світу змушений пристосовуватися швидше за всіх інших сфер.

Можна сказати, що дана ситуація дуже сильно вдарила по ресторанному бізнесу. Також варто відзначити той факт, що в антикризовому порятунку ресторанного господарства потрібна допомога держави. Адже не варто забувати, що ресторанний бізнес є невід'ємною частиною економіки. І до початку пандемії, він стрімко розвивався і приносив хороший дохід.

Сьогодні нейромаркетинг - це досить розвинена галузь, в якій успішно працюють близько 95 агентств у світі. Наука нейромаркетинга ґрунтується на дослідженнях головного мозку і об'єднує знання нейрології та маркетингу. Ця наука стверджує, що на прийняття рішення споживачем впливають набагато більше факторів, ніж прийнято вважати: колір, картинка, запах, звук, буквене поєднання - всі ці фактори визначають вибір клієнта на користь того чи іншого товару.

Концепція кафе-кондитерської відповідає усім сучасним вимогам. Сучасне оформлення залу в еко-стилі, використання натуральних продуктів і приготування кондитерських виробів з останніх новинок. Мода на здорову їжу почалася кілька років тому і не збирається здавати позиції. Це буде конкурентною перевагою для створення бізнесу.

Маркетингові дослідження будуть провидитися щомісяця і розпочнуться з вересня 2021 року. У вересні місяці відбудеться реєстрація підприємства а також оформлення договору оренди приміщення. У жовтні будуть проводитися оздоблювальні роботи та відбудеться закупівля устаткування. Ліцензію плануємо одержати наприкінці листопада, а також будуть укладатися договори на поставку сировини й продуктів та відбудеться наймання персоналу.

Аналізуючи всі розрахунки можна підсумувати, що товарообіг за рік складе 5846100грн, другого року виручка зросте і складе 6803835 грн;витрати початкового періоду в кафе «180°» становитимуть 1 344 305 грн;плата за оренду, комунальні платежі і інтернет складе в рік 9 308 840грн;інвестиції за проектом становитимуть 10 680 295 грн;баланс за перший рік становитимуть 4 562 601,18 грн, а за другий рік 5 625 611,66 грн;операційний прибуток за перший рік роботи складе 361 827 грн., кафе-кондитерська «180°» згідно Закону України «Про Державний бюджет України на 2020 рік», який Верховна Рада ухвалила 14 листопада 2019 року,ФОП на третій групі оподаткування платитимуть 5% від доходу на місяць (292 305,00 грн ЄСВ). Таким чином чистий прибуток після оподаткування складатиме 526 219 ;рентабельність в перший рік роботи підприємства складе 0,09%, така маленька рентабельність говорить про те, що за перший рік роботи підприємству потрібно повернути всі свої початкові витрати, гарну динаміку можна спостерігати на другому році, коли рентабельність складе 0,13%, що є нормою для підприємств ресторанного бізнесу.

Ефективна програма лояльності базується не тільки на перевагах знижок, а й приваблює клієнта, залучає його і робить задоволеним . Для цього маркетологи та менеджери ресторанів використовують широкий спектр методів впливу, а також таких механізмів, як гейміфікація. При правильному використанні картка клієнта може бути важливим інструментом просування ресторану та ключем до залучення лояльних споживачів.

Сучасні тенденції в ресторанному бізнесі пов'язані як зі створенням нових видів продукції, що має високі споживчі властивості, так і з економічної ефективністю функціонування підприємств на ринку ресторанних послуг.

Фінансово-економічний аналіз проекту з організації кафе-кондитерській «180°» дозволяє зробити висновок, що даний бізнес-план можна реалізувати з високим рівнем ефективності. Якщо кафе буде

задовольняти якісні та емоційні запити клієнтів, це дозволить розраховувати на постійне їх відвідування, що спричинить збільшення прибутку закладу.

При наявності необхідних для реалізації проекту інвестицій, вмілому керівництві, правильно підбраному персоналом і розташуванні кафе, і деяких інших чинників, які в повному обсязі розглянуті в описі проекту, організація кафе-кондитерської «180°» являє собою прибуткове підприємство, що має високі перспективи для подальшого розвитку . Таким чином, вважаю кафе-кондитерську економічно вигідним і доцільним.

На закінчення можна підвести підсумок, що перераховані вище заходи для кафе-кондитерської «180°» зможуть принести додатковий прибуток і дадуть успішні результати.

АНОТАЦІЯ

Стойка Х. І.

«Маркетингові стратегії розвитку кафе-кондитерської «180°»».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за магістерською освітньою програмою «Управління готельним та ресторанным бізнесом», Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2020 рік.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел та додатків. Кваліфікаційна робота містить 79 сторінок, основний зміст викладено на 55 сторінках, 15 таблиць, 2 рисунків, список використаних джерел з 65 найменувань.

Об'єкт дослідження – маркетингова діяльність кафе-кондитерської «180°».

Предмет дослідження – визначення та запровадження маркетингових стратегій для розвитку кафе-кондитерської «180°».

У роботі розглядаються науково-теоретичні підходи щодо формування стратегії управління якістю послуг, маркетингові стратегії у сфері громадського харчування, нормативно-правова база сфери громадського харчування, сучасний стан і перспективи розвитку сфери харчування в Україні і регіоні. Проаналізовано сучасний стан і перспективи розвитку сфери харчування в Україні і регіоні. Запропоновано перспективи розвитку сфери харчування в Україні і регіоні, організаційний та фінансовий стан кафе-кондитерської «180°» та обсяг реалізації продукції підприємства, розраховано бюджет проєкту та витрати на реалізацію окремих завдань.

Ключові слова: маркетингові стратегії, нормативно-правова база, нейро маркетинг, маркетингова політика, ресторанне господарство, маркетинговий план, баланс, стратегії розвитку, пандемія, організаційний та фінансовий план, рентабельність.

ANNOTATION

Stoika K. I.

"Marketing strategies for the development of a cafe-confectionery" 180 ° "".

Qualification work for a master's degree
in specialty 241 "Hotel and restaurant business"

According to the master's program of professional orientation

Economics and management of tourism

Odessa National Economic University

Odessa, in 2020.

Qualification work consists of an introduction, three sections, each of which covers the topic and objectives of this work, conclusions, a list of sources and applications used. Qualification work contains 79 pages, the main content is set out on 55 pages, 15 tables, 2 figures, a list of sources used with 65 items.

Object of research – marketing activity of cafe-confectionery "180°".

The subject of research is the definition and implementation of marketing strategies for the development of cafe-confectionery "180°".

This paper discusses the scientific and theoretical approaches to the formation of a strategy for managing the quality of services, marketing strategies in the field of public catering, the regulatory framework of the public catering sector, the current state and prospects for the development of the catering sector in Ukraine and the region. Analyzed the current state and prospects for the development of the catering industry in Ukraine and the region. Prospects for the development of the food sector in Ukraine and the region are proposed, the organizational and financial state of the cafe-confectionery "180 °" and the volume of sales of the company's products, the budget for the project and the costs of implementing certain tasks are recovered.

Keywords: marketing strategies, regulatory framework, neuro marketing marketing policy, public catering, marketing plan, balance, development strategies, pandemic, organizational and financial plan, profitability.