

## РЕЗЮМЕ

Тема выпускной квалификационной работы: Повышение эффективности маркетинговых инструментов развития ресторанного бизнеса.

Автор ВКР: Максименко Татьяна Вячеславовна.

Научный руководитель ВКР: канд. экон. наук, доцент кафедры инноватики, управления и права А.Г. Авшаров.

Сведения об организации-заказчике: ООО «ПГЛУ – консалтинг» г. Пятигорск, ул. Калинина 9, каб. 4А.

Актуальность темы исследования: Актуальность темы исследования заключается в том, что в современных рыночных условиях применение инструментов комплекса маркетинга является непременным условием успеха любой компании. Разработка подходящего набора маркетинговых инструментов способствует стабильному развитию и долгосрочному росту прибыли. Без продуманной маркетинговой политики, основанной на исследовании потребительского поведения, и включающей в себя товарную, ценовую, кадровую, рекламную политику и другие аспекты, невозможно достичь желаемого спроса среди потребителей. Таким образом, исследование в области маркетинговых инструментов развития бизнеса представляется весьма актуальным.

Цель работы: Цель работы состоит в том, чтобы на основе анализа применяемой компанией маркетинговой стратегии разработать наиболее эффективный набор маркетинговых инструментов развития.

Задачи: Задачи исследования при реализации поставленной цели сводятся к следующему:

- рассмотрение комплекса маркетинга как методологической основы маркетинговой стратегии компании;
- выявление инструментов маркетингового управления;

- анализ современных тенденций развития маркетинговых инструментов ресторанного бизнеса;
- определение современного состояния и тенденций развития ресторанного бизнеса в РФ и регионе КМВ;
- практический анализ современного состояния маркетингового управления в кофейне «Caramel»;
- разработка путей повышения эффективности маркетингового управления в кофейне «Caramel».

Теоретическая и практическая значимость исследования: Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в расширении теоретических разработок в области повышения эффективности маркетинговых инструментов развития ресторанного бизнеса. Основные практические выводы и рекомендации могут быть использованы предприятиями общественного питания для повышения эффективности работы путём совершенствования применяемых маркетинговых инструментов развития.

Результаты исследования: Суть моделей маркетинга видится в выделении основных компонентов маркетинговой концепции, на которых должно быть сконцентрировано внимание в процессе маркетингового управления. Среди самых известных моделей маркетинга можно выделить модель 4Р Маккарти, 4С Б. Лотеборна, 7Р Б. Бумса и М. Битнера и другие. Все маркетинговые инструменты развития должны применяться и на предприятиях общественного питания.

Что касается состояния ресторанного бизнеса в России, считается, что он находится на раннем этапе своего развития, причем достаточно динамичного - он пока еще не сложился окончательно, и на нем много свободных ниш. Основными тенденциями являются стремительное развитие среднего ценового сегмента, расширение сетей ресторанов, увеличение количества заведений в торгово-развлекательных центрах и другие. Также

существуют такие проблемы, как, например, недостаток высококвалифицированных кадров, вялое развитие регионов.

Проанализировав текущее положение кофейни «Caramel» на рынке, мы пришли к выводу, что она имеет некоторые конкурентные преимущества, среди которых можно назвать качество предлагаемых десертов и напитков, возможность взять кофе с собой и другие. Но существует и ряд серьёзных проблем – например, высокие цены на десерты, узкий ассортимент, недостаточно продуманное оформление зала и улицы, а также не до конца сформированная рекламная компания. Также кофейне не хватает свежих идей, использование которых позволило бы создать отличия от заведений-конкурентов, обеспечить преимущество перед ними, а также добиться увеличения количества посетителей.

Рекомендации: К предложенным мерам можно отнести расширение ассортимента за счёт более дешёвых десертов, а также десертов на основе сахарозаменителей, что привлечёт клиентов, которым нельзя употреблять в пищу сахар. Также необходимо добавить в меню страницу с детскими блюдами, а также салаты и лёгкие закуски. Будет иметь полезный эффект и приготовление выпечки в помещении. Возможно использование необычных крышек для пластиковых стаканов – ароматизированных и термочувствительных. Необходимым, на наш взгляд, является и дополнение внешнего и внутреннего оформления, а также внедрение новой системы заказов через планшетные компьютеры. Следует расширить рекламную кампанию и проводить больше интересных мероприятий и акций, приуроченных к праздникам. Возможен также запуск проекта «кофейня на колёсах», а также создание сети кофеен «Caramel».