

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ»

(на матеріалах ресторану «Арталь»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи ГРС-42д,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Кірілової
Діани
Сергіївни

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Рябенька
Марина
Олександрівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	6
1.1 Сутність та принципи маркетингової політики	6
1.2 Методичні підходи до оцінювання маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства	11
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ РЕСТОРАНУ «АРТАЛЬ»	16
2.1 Організаційно-економічна характеристика ресторану «Арталь»	16
2.2 Оцінка ринків постачання підприємств ресторанного господарства	23
2.3 Аналіз маркетингової політики в досліджуваному закладі	
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ В РЕСТОРАНІ «АРТАЛЬ»	16
3.1 Вибір напрямків поліпшення маркетингової політики у досліджуваному закладі	32
3.2 Економічне обґрунтування вдосконалення маркетингової політики в ресторані «Арталь»	43
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48
ДОДАТКИ	53

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 21.02.2023)
2. Антощенкова В.В. Сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства: актуальність та перспективи. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2017. № 2. С. 77-84.
3. Бакуліна Н.М., Фалович В.А. Застосування інноваційних технологій при проведенні мотиваційного моніторингу персоналу організації/ теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу: моногр./ за ред.. д.е.н., доц.. В.А. Фаловича. Тернопіль: «Бескиди», 2020. 179 с.
4. Балджи М.Д. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2017. 368 с.
5. Балджи М.Д. Торговельне підприємництво: навчальний посібник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2017. 112 с.
6. Безугла Л.С., Агафонов О.Д., Гладкий Д.Р. Формування маркетингової товарної політики. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 35. С. 133–137.
7. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності ролі та значення. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. С. 85–97.
8. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2019. № 4. С. 45-52.
9. Гевко І.Б. Методи прийняття управлінських рішень: підручник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2018. 187 с.

10. Гогілашвілі Є. Amazon, Ebay, Alibaba, OLX, Rozetka та інші: як вибрати ідеальний майданчик для продажів. Офіційний сайт «Економічна правда» від 28.10.2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/10/28/653012/> (дата звернення: 25.01.2023)
11. Горбаченко С.А. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 320 с.
12. Іванова Л. О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів: *Видавництво Львівського торговельно-економічного університету*, 2018. 508 с.
13. Калініченко О.О., Пойта І.О. Проблеми та перспективи розвитку маркетингової товарної політики підприємства. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/32925/1/Тези%201%20Калініченко.pdf> (дата звернення: 14.03.2023)
14. Кірілова Д.С. Теоретичні засади маркетингової політики підприємств ресторанного господарства. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих*: збірник наукових праць XII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (20 квітня 2023). Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип.174. С. 261-268.
15. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ. Видавництво «Диалектика», 2020. 880 с.
16. Кудренко Н. В. Обґрунтування цінової політики підприємства. *Економіка та суспільство. Електронне наукове фахове видання Мукачівського державного університету*. 2017. № 13. С. 210-214.
17. Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю. Теоретичні підходи до розуміння сутності маркетингової товарної політики підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 66. С. 149–158.

18. Маркетинг. Бакалаврський курс: підручник / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2017. 448 с.
19. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст: монографія / за ред. Н. Карпенко. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 252 с.
20. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А. В. Шевченко, О. С. Борисенко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. Київ: НАУ, 2022. 68 с.
21. Маркетингові дослідження: підруч. /А.В. Войчак, А.В. Федорченко; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана». Київ, 2017. 402 с.
22. Мендела І.Я. Маркетинг в соціокультурній діяльності: ситуаційні вправи, тестові завдання: практикум. Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2020. 60 с.
23. Мендела І.Я. Маркетинг готельно-ресторанного господарства: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Територія друку, 2022. 56 с.
24. Окландер М. А., Кірносорова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: ЦУЛ, 2017. 200 с.
25. Окландер М. А., Кірносорова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2020. 248 с.
26. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 240 с.
27. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. Київ: «Вид-во ЛІРА-К», 2018. 468 с.
28. Останкова Л., Літвінов Ю., Літвінова Т., Підгорна О. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посібник. Київ: ЦНЛ, 2017. 400 с.
29. Палеха Ю.І. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Київ: «Вид-во ЛІРА-К», 2019. 480 с
30. Підприємництво і торгівля: навчальний посібник /під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2018. 620 с.

31. Поважний О.С. Корпоративне управління: підручник. В5. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2018. 244 с.
32. Руденко О., Сергієнко О. Сучасні підходи до маркетингової товарної політики, рекламного креативу, мерчандайзингу як запорука ефективного менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. 449 с.
33. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
34. Сенишин О.С. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана-Франка, Простір – М, 2020. 347с.
35. Ус М. І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складник комерційної діяльності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 15. С. 482–488.
36. Фалович В.А., Довгунь О. С. Комунікації підприємств в інтернеті: тренди і напрями розвитку. *Вісник ОНУ ім. І.І.Мечникова*. 2018. Т. 23. Вип. 1 (66). С. 59-62. URL: [http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn_econom_23_1\(66\).pdf](http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn_econom_23_1(66).pdf) (дата звернення: 18.01.2023).
37. Федорченко А. В. Парадигма сучасного маркетингу / *Nauki Spoeczno-Humanistyczne (Соціально-гуманітарні науки). Polsko-ukraiskie czasopismo naukowe*. 2018. № 03(19). URL: https://sp-sciences.io.ua/s2634976/fedorchenko_andriy_2018_.modern_marketing_paradigm_social_and_human_sciences_polish-ukrainian_scientific_journal_03_19 (дата звернення: 27.02.2023).
38. Череп О.Г. Інноваційний розвиток підприємства: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти. Київ: Видавничий дім 86 «Кондор», 2019. 548 с.
39. Шаманська О.С. Споживча поведінка домогосподарств: основні чинники та мотиви. URL: http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Economics/6_104898.doc.htm (дата звернення: 16.02.2023).

40. Шинкарук Л.В. Менеджмент: навчальний посібник для студентів. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2018. 220 с.
41. Щербак В. Г. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства : монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2018. 252с
42. Яковлев А.І. Маркетинг промислового підприємства: Навчальний посібник. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 504 с.
43. Krakhmalova N. A. Evaluating the effectiveness of the use of integrated organizational structures of exhibition marketing as a factor of hotel and restaurant business development. Management. 2019. № 24. С. 19-28.
44. Shcherbak V. Open innovations as a tool of restaurant business effective activity. Managment. Issue 24. 2019. С.115–128.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Рисунок А.1 – Принципи оцінки ефективності маркетингової політики на підприємствах

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1 – Результати аналізу заходів програми лояльності з боку учасників фокус-групи

Захід	Ставлення клієнта	Прогнозна реакція клієнта	Висновок щодо доцільності
Програма оповіщення та підтримки клієнтів	Негативне	Часте оповіщення сприймають як спам, дратує та провокує віднести інформатора до чорного списку	Використовувати з обережністю, уточнивши у клієнта задовільну частоту отримання повідомлень
Бонусна система	Позитивне	Клієнт готовий нею користуватися, якщо вона йому зрозуміла і дасть відчутну вигоду	Використовувати після попередніх розрахунків витрат, розробити чітку та прозору систему отримання бонусів
Бонусні дні	Нейтральне	Клієнт скористається цим бонусом тільки, якщо він захоче продовжити своє перебування, запропоновано можливість «подарувати» цей бонус другу	Використовувати обережно, оскільки не є значним фактором, що мотивує.
Повернення відсотка на карту	Позитивне	По суті, це знижка за обсяг споживання послуги. Клієнт боїться, що карту можна легко втратити, проте зазначає привабливість такої пропозиції	Використовувати після попередніх розрахунків витрат, передбачити електронний спосіб фіксувати відвідування клієнтів і визначити йому знижку
Настільні ігри	Позитивне	Клієнт однозначно з ентузіазмом відгукнувся на цю пропозицію.	Використовувати після попередніх розрахунків витрат з поправкою на потенційну крадіжку, псування та втрату
Книга побажань	Нейтральне	Клієнти відзначили забавність цього заходу, але висловили сумніви щодо його значущості	Використовувати можна, але реальних позитивних ефектів не чекати

Продовження табл. Б.1

Удосконалення системи знижок	Нейтральне	Клієнти попросили зробити систему знижок менш заплутаною, зазначили, що поки що своєї мети ця система не досягає	Використовувати після попередніх розрахунків витрат, розробити чітку та прозору систему отримання знижок. Можливо, варто вибрати лише одну систему – бонусу або дисконту.
Спеціальні заходи та подарунки	Нейтральне	Клієнти відзначили привабливість цього заходу, але висловили сумніви щодо його значущості.	Не використовувати або використовувати в обмеженому обсязі після попередніх розрахунків витрат
Заохочення позитивних відгуків	Позитивне	Клієнти, відзначаючи власну інтернет-активність, із задоволенням готові долучитися до цієї роботи	Використовувати. Запропонувати систему заохочення позитивних відгуків
Контроль за порядком та тишею, запровадження етичного кодексу персоналу	Дуже позитивне	Клієнти виділили підвищену значущість цього заходу, зазначивши, що ефективність роботи персоналу не означає нав'язливість	Чітко визначити у посадових інструкціях персоналу відповідальність за підтримку тиші та чистоти, розробити документ, який регулюватиме норми поведінки

ДОДАТОК В

Таблиця В.1 – Меню ресторану «Арталь»

Назва страви	Вихід, г	Ціна, грн
Салати		
«Грецький»	270	107
«Цезар» класичний	250	135
«Цезар» з тигровими креветками	280	298
Гострий салат із свинини	230	105
Салат з мідіями та сиром «фета»	300	197
Салат «Нісуаз»	300	425
«Мус авокадо з креветками»	240	488
Салат з телячим «Ростбіфом»	220	200
Салат з лососем гравалакс та крем-сиром	200	240
Салат «Середземноморський»	250	198
Салат з руколою та «вугрем»	250	268
Салат з білими грибами	300	175
Закуски		
М'ясне асорті	300	220
Асорті з благородних сирів	300	245
Асорті з овочів	300	98
Соління	800	160
Сьомга на суфле зі шпинату	220	299
Тар-тар з лосося	150	225
Оселедець на французький манер	250	93
Курячий рол з маринованою сливою	300	115
Опеньки мариновані	150	145
Ікра червона	50	405
Сало мариноване	150	67
Брускети з авокадо	5 шт	159
Брускети з тартаром із телятини	5 шт	130
Гарячі закуски		

Продовження табл. В.1

Лаваш гарячий з сиром		
Деруни з цибулею та підчервиною	250	98
Млинці з м'ясом під грибним соусом	230/70	125
Картопля від Шефа з овочами	300	88
Пікантна ковбаска	100	84
Перші страви		
Борщ «Український»	300	67
Солянка «По-Вінницьки»	300	98
«Буябес» (рибний суп)	300	142
Гарніри		
Овочі гриль	200	88
Картопля з пікантним соусом	270	96
Картопля «По-Уланівськи»	250	66
Картопляне пюре з маслом	200	50
Страви з м'яса та птиці		
Теляча гомілка в ожиновому соусі	500+	569
Каре телятини під ягідним соусом	100	114
Свинні медальйони з картоплею та грибами	300	187
Каре свинини під вишневим соусом	100	79
Люля Кебаб	100	94
Куряча грудка з овочами та соусом «Дор Блю»	300	158
Шашлик свинний	100/25/15/10/10	110
Гарячі страви з риби та морепродуктів		
Лосось з овочами темпура	250	302
Щука з овочами гриль	250	197
Стейк з сьомги	100	288
Креветки тигрові королівські	250	488
Філе скумбрії з крутонами на подушці з сирно-грибного соусу	250	189
Десерти		
Штрудель «Вишневий»	250	90
Млинці з вишнею	200	88
Шоколадний фондан	100	96
Морозиво з фруктами	300	94

Таблиця В.2 – Меню кейтерингу ресторану «Арталь»

Назва страви	Опис	Ціна, грн
Канапе «Лаванда»	сир блакитний, песто	47
Канапе «Песто»	сир зелений, песто	47
Канапе з восьминогом	восьминіг, сир моцарелла, перець чілі, олія	44
Канапе з креветкою та чері	креветка, помідора чері	55
Канапе з сьомгою та фета	сьомга, сир Фета, салат	50
Канапе з тигрової креветки	(креветка тигрова, соус Тар-тар, маслини, цибуля синя	78
Канапе з чері та моцарели	сир моцарела Гальбані, чері	22
Канапе з телятини	телятина, приправа, сир Фета	47
Канапе з мармеладом	мармелад, сир «ементаль»	18
Канапе «Папероні»	сир, папероні маринований	42

ДОДАТОК Д

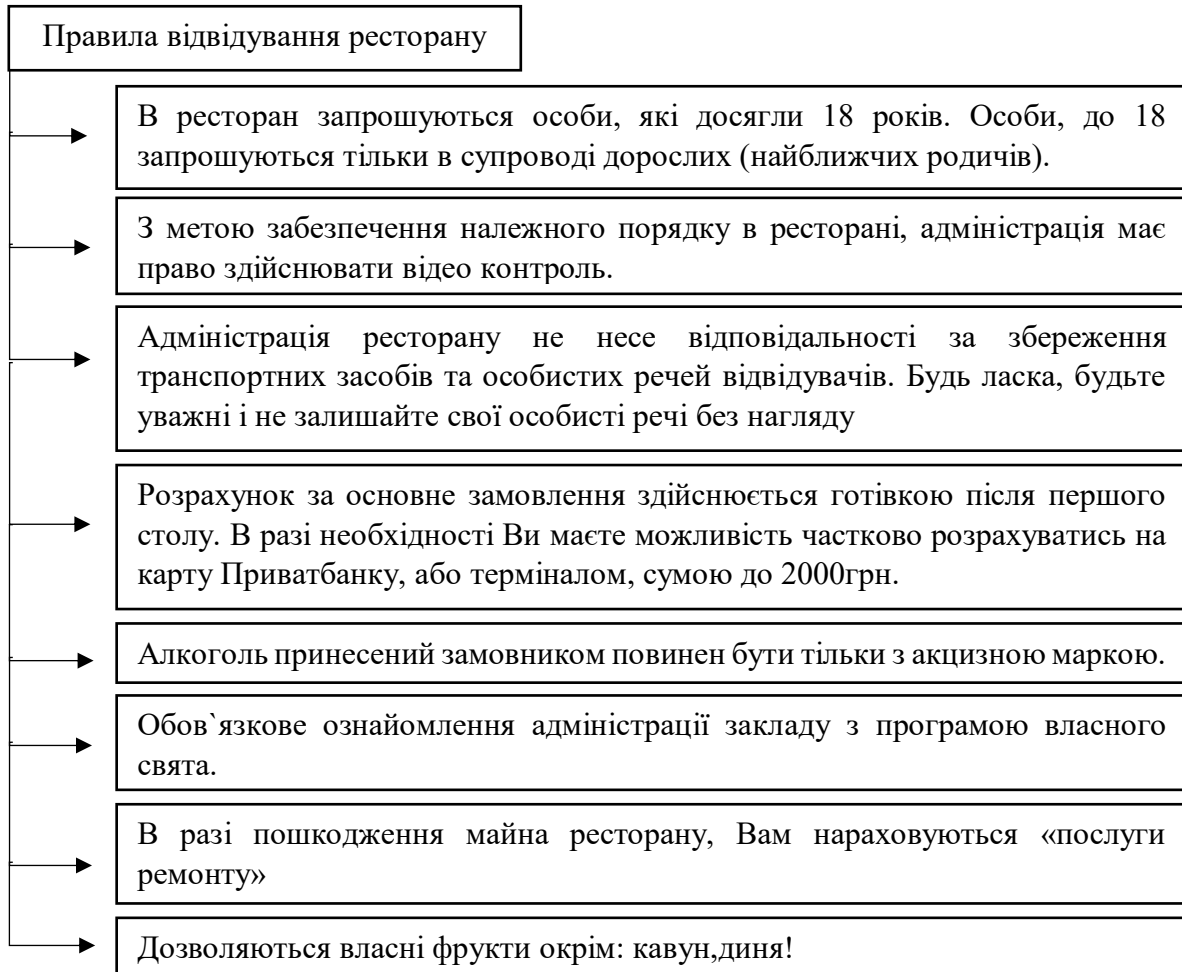


Рисунок Д.1 – Правила відвідування ресторану «Арталь»

Таблиця Д.1 – Доповнення до правил ресторану

Назва послуги	Вартість, грн
Вартість музичного супроводу (Пн-Чт)	800
Мінімальне замовлення з людини (200г. алк \ 200г. б\а)	600
Мінімальне замовлення з дитини (віком 2-8 років)	200
Вартість музичного супроводу на весілля	5000
Мінімальне замовлення з людини для весіль, весільних вечірок (200г. алк \ 200г. б\а)	700
Власний алкоголь (за одну бутылку)	50
Підключення ведучого або анімацій в мережу закладу	200
Замовлення ресторану «під ключ»	80 000
Закрити зал під одне замовлення:	
Камінний зал	40 000
Тераса	25 000
Зал Бібліотека	15 000
Нарізка та подача власних фруктів, торта за кожен вид окремо (послуга кухаря)	30

ДОДАТОК Е



Рисунок Е.1 – Інтер'єр ресторану «Арталь» Камінна зала



Рисунок Е.2 – Інтер'єр ресторану «Арталь» Зал Бібліотека



Рисунок Е.3 – Интер'єр ресторану «Арталь» Тераса



Рисунок Е.4 – Екстер'єр ресторану «Арталь»