

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Маркетинговая деятельность сервисного предприятия (на примере ООО
«Система питания – Берег» паб «Irish Papa’s Pub»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 431 группы

Направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Кузьминой Анастасии Геннадьевны

Научный руководитель:

К.э.н., доцент

Т.В. Темякова

Зав. кафедрой:

Д.э.н., профессор

Т.В. Черевичко

Саратов 2019 г.

Введение. Эффективное функционирование предприятия сферы услуг определяется видами деятельности, которые осуществляет организация: производственной, маркетинговой, инвестиционной, финансовой, социальной. Благодаря переходу к рыночным условиям, формированию быстро изменчивой конъюнктуры рынка и внешней конкурентной среды большее значение для сервисного предприятия приобретает маркетинговая деятельность.

В условиях конкуренции предприятия сферы услуг должны выявлять и ориентироваться на потребности потребителей, уметь удовлетворять их на целевых рынках. С помощью маркетинговой деятельности можно управлять рынком с целью осуществления обмена и удовлетворения нужд и запросов потребителей услуг.

Маркетинговая деятельность предприятия нужна, прежде всего, для обеспечения гибкого приспособления компании к изменяющейся ситуации и требованиям потребителей на рынке. Всё это позволяет поднять интересы рынка над интересами отдельных видов деятельности предприятия и дает возможность обеспечить эффективную, конкурентоспособную деятельность в целом всего предприятия сферы услуг.

Актуальность данной темы объясняется тем, что результаты маркетинговой деятельности создают научно-практическую и обоснованную базу для принятия правильных квалифицированных решений сотрудниками управленческого аппарата и высшим руководством предприятия. Разработка и применение маркетинговых стратегий направляет всю производственно-хозяйственную деятельность сервисных предприятий на удовлетворение потребностей рынка и запросов потребителей. Динамичное развитие инновационных средств и технологий, рост конкуренции и постоянно меняющаяся конъюнктура рынка заставляют предприятия сервисной сферы изменять весь комплекс маркетинговых стратегий.

Цель бакалаврской работы – на основе исследования теоретических аспектов маркетинговой деятельности сервисного предприятия

проанализировать особенности маркетинговой деятельности ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa's Pub».

Задачами бакалаврской работы являются:

- изучение понятия и роли маркетинговой деятельности в сервисном предприятии;
- определение инструментов маркетинговой деятельности в работе предприятия сферы сервиса;
- описание общей характеристики деятельности ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa's Pub»;
- исследование маркетинговых коммуникаций ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa's Pub»;
- разработка мобильного приложения в целях повышения эффективности реализации маркетинговой деятельности в ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa's Pub».

При исследовании данной темы использовалась научная литература по маркетингу. Основные понятия и определения были взяты из краткого курса профессора международного маркетинга Высшей школы менеджмента Филиппа Котлера «Основы маркетинга»¹. Для написания бакалаврской работы использовалась информация из книг по общему маркетингу, таких авторов, как Барден Ф.², Беквит Г.³, Бест Р.⁴, Манн И.Б.⁵. Группа авторов - Березин И.С.⁶, Данько Т. П.⁷, Джеффри М.⁸, Малхотра, Н.К. ⁹, Тюрин, Д.В. в своих научных

¹ Котлер, Ф. Основы маркетинга. / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2014. – 496 с.

² Барден, Ф. Взлом Маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. – МИФ, 2014. – 304 с.

³ Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг – М: Альпина Паблишер, 2016. – 224 с.

⁴ Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест. – М.: МИФ, 2015. – 760 с.

⁵ Манн, И.Б. Маркетинг на 100%. /И.Б. Манн. – М.: МИФ, 2011. – 256 с.

⁶ Березин, И. С. Маркетинговый анализ: принципы и практика, российский опыт. – М.: Вершина, 2017. – 480 с.

⁷ Данько, Т. П. Количественные методы анализа в маркетинге.- СПб: Питер, 2015. – 384 с.

⁸ Джеффри, М. Маркетинг, основанный на данных. – М.: МИФ, 2013. – 284 с.

⁹ Малхотра, Н.К. Маркетинговые исследования: практическое руководство. – М.: Вильямс, 2007. – 1200 с.

трудах описывали маркетинговые исследования и анализ рынка. Сведения из данных источников были также использованы при написании бакалаврской работы.

Также при написании работы использовались периодические¹ и монографические² издания по маркетингу.

Выпускная квалификационная работа состоит из теоретической и практической частей, полностью раскрывающих основные аспекты выбранной темы.

В первой главе определены теоретические основы исследования маркетинговой деятельности, выяснены роль и понятие маркетинговой деятельности в организации сферы услуг, проведено подробное исследование инструментов маркетинговой деятельности в работе предприятия сферы сервиса.

Во второй главе бакалаврской работы был проведен анализ маркетинговой деятельности ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa's Pub», дана общая характеристика деятельности исследуемого предприятия, определены особенности реализации маркетинговой деятельности, проведено исследование маркетинговых коммуникаций ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa's Pub». В третьем параграфе второй главы осуществлена разработка мобильного приложения в целях повышения эффективности реализации маркетинговой деятельности в ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa's Pub».

Основное содержание работы. В современном мире активными темпами развивается третичный сектор экономики - сектор услуг. Вследствие этого происходит динамическое развитие маркетинговой деятельности сферы услуг.

¹ Официальный сайт журнала «Практический маркетинг» // URL: <https://www.bci-marketing.ru/glavnaya/chitatelyam/> (дата обращения 03.12.2018); Официальный сайт журнала «Маркетолог» // URL: <http://www.marketolog.ru/> (дата обращения 13.04.2019); Официальный сайт издательского дома «Гребенников» // Журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования». // URL: <https://www.grebennikoff.ru/product/3/> (дата обращения 11.05.2018).

² Посыпанова О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. – моногр. Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012. – 315 с.; Новаторов Э.В. Маркетинг услуг: теория и технология. – моногр. Спб.: ИП Петров Д.А., 2015. – 200 с.

Маркетинговая деятельность в сфере услуг – это действия и процессы разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированные на выявление потребностей клиентов. Это все те действия, благодаря которым услуги предприятия сферы услуг доходят до потребителей¹.

Одной из главных задач маркетинговой деятельности организации сервиса является постоянное усиление и отражение тенденций к совершенствованию производства услуг с целью увеличения эффективности функционирования сервисной организации посредством определения долговременных и текущих целей, путей их достижения, а также определение ассортимента услуг, структуры производства, качества и уровня возможной прибыли².

Осуществляя маркетинговую деятельность, предприятия сервиса решают три важные маркетинговые задачи:

- создание услуг, положительно отличающихся от услуг конкурентов, то есть проведение дифференциации услуг, которая обеспечивает их новизну на рынке, сниженные цены, лучшие условия оказания услуг;
- поддержание высокого качества услуг;
- обеспечение оптимального уровня производительности при оказании услуг без снижения их качества.

Основные инструменты маркетинговой деятельности можно объединить в комплекс 4P. Комплекс маркетинга - совокупность маркетинговых инструментов и методов, которые используются предприятием для достижения его рыночных целей.

Теория (концепция) 4P (англ. marketing mix) — маркетинговая теория, основанная на четырёх основных «координатах» маркетингового планирования:

¹ Новаторов Э.В. Маркетинг услуг: теория и технология. – моногр. Спб.: ИП Петров Д.А.,2015. – С. 18-20.

² Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг – М: Альпина Паблицер,2016. – С. 112.

- product — товар или услуга, ассортимент, качество, свойства товара или услуги, дизайн и эргономика или их совокупность, предлагаемая предприятием рынку;
- price — цена, уплачиваемая потребителями за предлагаемую услугу;
- promotion — продвижение, реклама, пиар, стимулирование сбыта. Целенаправленная деятельность по распространению услуг предприятия;
- place — месторасположения сервисного предприятия или торговой точки, каналы распределения. Территория, которая предполагает доступность предоставления потребителям услуги¹.

В 1981 году Дж.Битнер и Б.Бумс, разрабатывая концепцию маркетинга в сфере услуг, решили дополнить маркетинг-микс тремя дополнительными Р. По мере развития и усложнения рынка сферы услуг комплекс маркетинга 4Р изменился и превратился в модель 7Р. Все составляющие маркетинг-микс 4Р: Product, Price, Place, Promotion могут быть использоваться любой компанией. Новые 3Р's, включенные в модель 7Р: People, Process, Physical Evidence подходят для комплекса маркетинга на рынке услуг и соответствуют рынку В2В (business-to-business) :

- people - люди, прямо или косвенно, воздействующие на процесс предоставления услуги.
- process - процесс оказания услуг; механизмы, процедуры, и действия, обеспечивающие оказание услуги.
- physical evidence-физическое окружение услуги, обстановка и условия, в которых предоставляется услуга. Действия, которые информируют целевой сегмент потребителей об услуге, о её преимуществах.

Маркетинговая деятельность в современных рыночных условиях - это важнейший элемент в управлении предприятием, который совместно с различными другими видами деятельности компании создает интегрированный единый процесс, направленный на удовлетворение поступающих запросов с

¹ Бабурин В.А., Гончарова Н.Л. Маркетинг в сфере сервиса. – СПб: Астерион, 2014. – С. 118.

рынка и получение на этой базе прибыли. Маркетинговая деятельность заведений общественного питания отличается от маркетинга других предприятий выполнением особых специфических задач, но в своей основе это тот же элемент сервисного предприятия по разработке и предоставлению потребителям услуг, обеспечивающий получение определенной прибыли самой компании и удовлетворение спроса потребителей.

Паб «Irish Papa's Pub» - это заведение общественного питания в городе Саратове, выполненное в концепции ирландского паба. Это заведение входит в состав холдинга «AGroup» и является питейным заведением, в котором представлено множество видов закусок, салатов, горячих блюд, десертов и алкоголя. Анализируемое предприятие представляет собой два заведения в городе Саратове, выполненные в концепции ирландского паба. Один из пабов располагается в самом центре города, на проспекте Кирова, 20, а другой паб - на улице Московской, 9.

Маркетинговая деятельность в холдинге «AGroup» представлена отделом маркетинга, который реализует свою деятельность во всех заведениях холдинга, таких, как пабы «Irish Papa's Pub», кофейни «Кофе и шоколад», кофейня «Шоколадница», кондитерская «Pêche Migno».

Ниже представлены функции, выполняемые маркетинговой службой холдинга «AGroup», деятельность которой распространяется и на заведения «Irish Papa's Pub»:

- формирование и определение рыночной стратегии предприятия;
- реализация основных концепций и теорий маркетинга;
- реклама продукции, услуг и стимулирование сбыта;
- обеспечение и проведение маркетинговых исследований.

Для эффективного функционирования маркетинговой деятельности используют метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации, который называется SWOT-анализ. Данный метод предполагает разделение факторов внутренней и внешней среды организации на четыре категории: strengths (сильные

стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности), threats (угрозы).

К сильным сторонам (Strengths) заведения «Irish Papa`s Pub» можно отнести:

- 1) Удобное расположение заведения.
- 2) Квалифицированные сотрудники.
- 3) Широкий ассортимент предлагаемых блюд и напитков.
- 4) Большое количество развлекательных мероприятий для гостей «Irish Papa`s Pub» .
- 5) Активная работа сотрудников с аудиторией социальных сетей и официального сайта.

К слабым сторонам (weaknesses) «Irish Papa`s Pub» в SWOT-анализе заведения можно отнести:

- 1) Отсутствие парковочных мест у заведения «Irish Papa`s Pub», расположенного по адресу проспект Кирова, 20.
- 2) Высокие цены в меню по сравнению с главными конкурентами.
- 3) Плохо просматриваемая информация в меню на официальном сайте.

К возможностям (opportunities) заведения «Irish Papa`s Pub» можно отнести:

- 1) Создание мобильного приложения.
- 2) Появление новых гостей, которые станут постоянными гостями благодаря активной маркетинговой деятельности.
- 3) Открытие филиала заведения в городе Энгельс.
- 4) Повышение платёжеспособности населения.
- 5) Сотрудничество со службой такси.

К угрозам (threats) заведения общественного питания «Irish Papa`s Pub» можно отнести:

- 1) Ужесточение конкуренции в отрасли общественного питания г.Саратова
- 2) Неблагоприятное изменение налоговой политики.

3) Активное развитие маркетинговой деятельности у основных конкурентов.

По данным SWOT-анализа предприятия общественного питания «Irish Papa`s Pub» можно сделать вывод о том, что у заведения большое количество сильных сторон и возможностей, которые превалируют над количеством угроз, исходящих из внешней среды организации. Так, малое количество слабых сторон говорит о том, что они не будут иметь особого значения для деятельности «Irish Papa`s Pub» в случае возникновения отрицательных ситуаций. Из всего анализа следует, что «Irish Papa`s Pub» сможет быстро адаптироваться под любое развитие событий на рынке услуг общественного питания.

Маркетинговая деятельность представляет собой элемент внутренней структуры организации «Irish Papa`s Pub», поэтому многие маркетинговые коммуникации, успешно реализуемые пабом, были рассмотрены в перечне сильных сторон заведения, однако используются и другие маркетинговые инструменты для реализации маркетинговой деятельности.

Реклама играет важную роль в деятельности анализируемого предприятия общественного питания. Прямая реклама в заведениях «Irish Papa`s Pub» очень разнообразна. Наружная реклама паба на Проспекте Кирова практически совпадает с рекламой паба на улице Московской: яркие баннеры с фотографиями и слоганом паба «Повод собраться», перетяжки, заметные вывески. Внутренняя реклама пабов выражена в афишах предстоящих событий и сувенирной атрибутикой.

Рекламу на телевидении, радио и в печатных СМИ предприятие общественного питания «Irish Papa`s Pub» использует редко, так как такая реклама несет крупные финансовые затраты, но не слишком эффективна, по сравнению с другими методами продвижения.

Продвижение в Интернете анализируемое заведение «Irish Papa's Pub» использует очень часто. У них есть собственный сайт и страницы в таких социальных сетях, как Вконтакте¹, Instagram², Facebook³.

Прямой маркетинг также используется на данном предприятии. Это как активная работа с клиентской базой, так и смс-рассылка. В данной организации действует программа лояльности для гостей. Постоянные гости «Irish Papa's Pub» получают бонусные карты.

Одна из важных составляющих эффективной работы любого сервисного предприятия - это успешная маркетинговая деятельность. А маркетинговая деятельность в современном мире не возможна без Интернет - технологий. При анализе функционирования маркетинговой деятельности «Irish Papa's Pub» и степени использования маркетинговых инструментов в деятельности заведения общественного питания, пришли к выводу о том, что для оптимизации результатов маркетинговой деятельности необходимо создание мобильного приложения «Irish Papa's Pub».

Мобильное приложение — один из инструментов сферы общественного питания, который способен оптимизировать рабочие процессы и развивать персонифицированную маркетинговую политику. С помощью мобильного приложения «Irish Papa's Pub» можно оптимизировать большую часть маркетинговых коммуникаций, которые использует в своей деятельности исследуемое предприятие общественного питания.

Стоимость разработки и опубликования мобильного приложения в магазинах приложений App Store и Google Play варьируется от 15 000 рублей до 800 000 рублей.

¹ Официальная группа «Irish Papa's Pub» в «Вконтакте» // URL: <https://vk.com/irishpapaspub> (дата обращения 12.03.2018) (дата обращения 02.03.2018).

² Официальный аккаунт «Irish Papa's Pub» в «Instagram» // URL: <https://www.instagram.com/irishpapaspub/>(дата обращения 12.03.2018).

³ Официальная группа «Irish Papa's Pub» в «Facebook» // URL: <https://www.facebook.com/Irishpapaspub> (дата обращения 12.03.2018).

По данным официальных сайтов компаний-разработчиков мобильных приложений ежегодная стоимость поддержки эффективного функционирования мобильного приложения составляет около 3990 рублей в месяц. Из этого можно сделать вывод о том, что ежегодная поддержка приложения обойдётся предприятию «Irish Papa`s Pub» в 47 880 рублей¹.

На основании сведений о доходах и расходах по данным ФНС от 28.02.2019 по ИНН 6455017023 доходы ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa`s Pub» за год составили 66 252 000 рублей². Значит, для того, чтобы расходы на разработку приложения не понесли за собой больших финансовых затрат, «Irish Papa`s Pub» необходимо увеличить выручку на 0,7%, так как 447 880 рублей на разработку приложения и его поддержку в первый год функционирования являются 0,7 % от годовой выручки заведений «Irish Papa`s Pub».

Из данных расчетов можно сделать вывод о том, что введение в деятельность мобильного приложения «Irish Papa`s Pub» не понесет за собой большой финансовой нагрузки на предприятие.

В мобильном приложении «Irish Papa`s Pub» пользователь сможет:

- Зарегистрироваться в личном кабинете.
- Отслеживать накопленные баллы в программе лояльности.
- Просматривать меню.
- Узнавать о предстоящих событиях и мероприятиях.
- Забронировать стол.
- Отставить отзыв о заведении.
- Осуществлять онлайн-заказ блюд
- Оплачивать счет

¹Официальный сайт компании-разработчика мобильных приложений « Appsafe» // URL: <https://www.appsafe.ru/price/> (дата обращения 22.04.2019) .

² Организация ООО "СП БЕРЕГ"// Каталог организаций России «List-org» // URL: http://www.list-org.com/company/321183/show/founders_history#founders (Дата обращения: 22.04.19).

При правильной разработке приложения, адаптированной под все условия и особенности не только маркетинговой, но и общей деятельности сети заведений «Irish Papa's Pub», значительно повысится эффективность функционирования маркетинговой деятельности в ООО «Система питания – Берег» паб «Irish Papa's Pub».

Заключение. Маркетинговая деятельность является важнейшим источником информации и рекомендаций для всех функциональных служб сервисного предприятия (производственной, технологической, юридической, финансовой службы и других). Эта информация ложится в основу формирования стратегии предприятия по всем направлениям деятельности.

Эффективно функционирующая маркетинговая деятельность обеспечивает целенаправленное осуществление производственно-сбытовой деятельности сервисного предприятия на основе изучения рынка сбыта и приспособления к нему производства услуг и продукции. Для поддержания и наращивания объемов производимых услуг проводятся маркетинговые исследования, осуществляется мониторинг потенциальных и действующих рынков сбыта, проводится активная рекламная поддержка производимых услуг.

Применяются различные приемы добросовестной конкуренции, направленные на расширение рынков сбыта, увеличение числа покупателей и наращивание объемов продаж.

В условиях конкуренции современного рынка маркетинг играет важную роль в деятельности любой организации сферы сервиса, потому что он позволяет установить оптимальную взаимосвязь между предприятием и макросредой. Сегодня маркетинг подразумевается как понятие ориентированного на рынок управленческого мышления, для которого характерны творческие и гибкие подходы. Акцент в конкурентной борьбе за рынки сбыта переносится в такие сферы, как качество и высокий технический уровень продукции и оказываемых услуг, уровень сервисного обслуживания, своевременное пополнение ассортимента. Потребительским спросом пользуется то предприятие, которое готово предложить целостный комплекс сервисных услуг. Это полностью

относится к предприятиям общественного питания. Для решения подобных задач в заведении общественного питания и должна активно функционировать служба маркетинга.

Функционирование современных предприятий общественного питания в условиях неопределенности и динамично меняющейся внешней среды вынуждает их активно решать задачи обеспечения финансовой устойчивости, поддержания конкурентоспособности и условий дальнейшего роста, осуществлять ответные действия на изменения внешней среды. Речь идет об ответах предприятия «Irish Papa's Pub» на стратегические воздействия рынка. А без маркетинговой деятельности современное предприятие «Irish Papa's Pub» не смогло бы эффективно осуществлять эти действия. Маркетинговая деятельность сервисной организации является самым важным способом в повышении её функциональности. А одним из главных методов улучшения функционирования маркетинговой деятельности является разработка и внедрения в деятельность предприятия общественного питания современного мобильного приложения для электронных устройств. Подобное новшество способствует эффективному воздействию маркетинговых коммуникаций на потребителей услуг общественного питания, будет аккумулировать все результаты маркетинговой деятельности «Irish Papa's Pub».