

*Христинина Евгения Викторовна*

студентка

ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»

г. Москва

## **МАРКЕТИНГ-МИКС В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

*Аннотация: в статье рассмотрены инструменты маркетинг-микс, применимые для предприятий общественного питания.*

*Ключевые слова: маркетинг, маркетинг-микс, ресторанный бизнес.*

Маркетинг во всех его проявлениях – это один из важнейших компонентов, входящих в этапы управления рестораном. Основной миссией маркетинга на предприятии ресторанного бизнеса является обеспечение мотивации у клиента на посещение предприятия питания, а также умение удовлетворить его потребности. Причем так, чтобы он захотел прийти в ресторан снова и желательно не один раз [1].

В ресторанном бизнесе маркетинг отличается от классического наличием нескольких особых задач, стоящих перед ним. К ним относятся, например, такие задачи, как *выбор и привлечение целевой аудитории*, информирование о ресторане, *расширение круга посетителей ресторана, удержание клиентов, а также увеличение дохода, приходящегося на одного клиента.*

Под маркетинг-микс понимается совокупность различных маркетинговых инструментов, при помощи которых становится возможным воздействовать на спрос товаров и услуг. Существует несколько различных моделей комплекса маркетинг-микс: «4Р», «5Р», «4С», «7Р». Модель «7Р» представляет из себя более современную, модернизированную концепцию «4Р», которая включает дополнительные элементы. Их появление можно объяснить специфичностью маркетинга, направленного на продвижение услуг [3].

Приведем диаграмму, которая состоит из элементов маркетинг-микс, рекомендуемых для применения на предприятиях общественного питания.

## Маркетинг-микс "7P"



Рис.1. Маркетинг-микс «7P»

### People

Это поставщики, продавцы и покупатели товара. Пункт подразумевает осуществление взаимодействия между ними, разработку определенной кадровой политики заведения, а также формирование потенциальных клиентов.

### Physical evidence

Это среда, которая находится внутри предприятия питания (например, интерьер, оборудование, музыка) и создает оригинальную атмосферу.

### Product

Подразумевает товарную политику фирмы, направленную на формирование ассортиментного ряда продукции и услуг, их специфических свойств, а также упаковки и т. д. Для предприятий ресторанного бизнеса это ассортимент товаров, то есть меню блюд и напитков, предлагаемых рестораном, а также дополнительные услуги, которые предоставляет заведение.

### Price

Это ценовая политика, то есть разработка уровня цен, механизмов ценового воздействия на покупателей и конкурентов, ценовых методов стимулирования продаж и т. д. Вместе с остальными «P» цена определяет привлекательность

продукта, поэтому она должна быть соответствующей ожиданиям целевой аудитории.

### Place

Подразумевает выбор местоположения ресторана. При этом должно учитываться наличие конкурентов, демографические характеристики потенциальных клиентов и т. д.

### Promotion

Это продвижение товара, то есть информирование потенциальных клиентов о ресторане, создание положительного мнения с помощью различных методов стимулирования сбыта (например, реклама, сервис и т. д.).

### Process

Это процессы оказания услуг, способ их предоставления, стандарты поведения и внешнего вида персонала, а также сам процесс обслуживания целиком.

Таким образом, для того, чтобы максимально эффективно осуществлять маркетинговую деятельность предприятия, необходимо применять все семь инструментов маркетинга-микс «7Р». Все это сделает решения более понятными, позволит действовать последовательно в рамках стратегии предприятия, оказывая правильное воздействие на потребителей [2].

### *Список литературы*

1. Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wikipedia.org/wiki/маркетинг>

2. Маюрникова Л.А. М38 Маркетинг в ресторанном бизнесе (часть 1): Учебное пособие / Л.А. Маюрникова, Н.И. Давыденко, Т.В. Крапива; Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2014. – 96 с.

3. , 5Р, 7Р маркетинга (маркетинг-микс) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – [http://ob21.ru/information/glossary/term\\_18.html](http://ob21.ru/information/glossary/term_18.html)