

ПРИОРИТЕТЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА НА РЫНКЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



Голубева Мария Александровна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Костромской государственной университет; 156961, г. Кострома, ул. 1 мая, д.14, Институт управления, экономики и финансов

mariya-golubeva-2012@mail.ru



Карпакова Татьяна Игоревна,

магистрант кафедры менеджмента и маркетинга, Костромской государственной университет; 156961, г. Кострома, ул. 1 мая, д.14, Институт управления, экономики и финансов

tikarpakova@yandex.ru

Социально-экономические условия функционирования предприятий общественного питания актуализируют вопросы, связанные с адаптацией маркетинговой деятельности к быстроизменяющимся потребностям целевой аудитории. В статье представлены основные результаты конъюнктурного обзора рынка общественного питания, выявлены трендовые индикаторы перспектив его развития. Установлено, что наибольший спрос потребителей как в целом по России, так и с учетом регионального компонента характерен для предприятий быстрого обслуживания. На базе разработанного авторами инструментария с применением метода «важность-исполнение» обосновано положение о том, что планирование мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта на рынке предполагает комплексный анализ факторов, определяющих потребительский выбор. В сегменте быстрого обслуживания основными факторами являются: приемлемый уровень цен, соответствие блюд вкусовым пристрастиям, качество и скорость удовлетворения потребностей. Обоснование основных и второстепенных факторов потребительского выбора сопровождается оценкой управленческого воздействия инструментов рекламного продвижения на целевую аудиторию. Изучение потребительских предпочтений целевой аудитории в отношении предприятий быстрого обслуживания позволяет авторам к основным инструментам отнести интернет и телевизионную рекламу, отзывы друзей и знакомых. Обобщение полученной в ходе маркетингового исследования информации о приоритетах потребительского выбора имеет практическую ориентацию на соблюдение высокого уровня обслуживания в сфере общественного питания с учетом тенденций развития конкурентной среды.

Ключевые слова: конъюнктурный обзор; рынок общественного питания; предприятия быстрого обслуживания; приоритеты потребительского выбора; целевая аудитория; «метод важность-исполнение»; инструменты рекламного продвижения.

Общественное питание является перспективной и динамично развивающейся отраслью российской экономики, имеющей важнейшее народнохозяйственное значение. Согласно ГОСТ 31985-2013, эта отрасль состоит из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организует питание населения, производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широко-

го перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг*. Исходя из этого, можно выделить три взаимосвязанные функции предприятий общественного питания: производство, реализация и организация потребления (включая кейтеринг — выездное обслуживание). В результате выполнения отмеченных функций предприятия общественного питания, как правило, предоставляют населению услугу в материальной (продукция) и нематериальной (организация питания) форме, которая является объектом

потребительского спроса. При этом особенности спроса на услуги предприятий общественного питания зависят от различных социально-экономических, психологических и поведенческих факторов, определяющих потребительский выбор с учетом интенсивности конкурентной среды. В современных условиях хозяйствования услуги общественного питания оказывают предприятия различных типов: ресторан, кафе, бар, столовая, предприятие быстрого обслуживания, кафетерий, магазин (отдел) кулинарии**,

* ГОСТ 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения. – Введ. 01.01.2015. – Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200103471> (дата обращения 20.08.2019).

** ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. – Введ. 01.01.2016. – Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации [Электронный ресурс] URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200107325> (дата обращения 20.08.2019).