

МАРКЕТИНГ У ГАЛУЗІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сіроус М.В., гр. МР-32

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Прядко О.М.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасний ресторанний бізнес став однією із провідних галузей економічного розвитку України. Ринок ресторанних послуг є досить насиченим, для нього характерна жорстка конкуренція особливо в сучасних умовах економічної кризи. Тому використання ефективного маркетингу в сфері послуг ресторанного бізнесу має важливе значення, адже купівельна спроможність споживачів знизилася і виникла потреба пошуку нових шляхів утримання постійних та залучення потенційних клієнтів. Маркетинг у галузі ресторанного бізнесу є складною багатокомпонентною системою, головною метою якого є забезпечення клієнта послугами, які максимально задовольняють їх потреби. На ринку ресторанних послуг мають успіх лише ті заклади, яким вдалося не тільки задовільнити бажання споживачів, але й при цьому постійно удосконалювати свій ресторанний продукт відповідно до зростаючих вимог клієнтів.

У закладах ресторанного господарства маркетингова діяльність повинна дотримуватися наступних принципів: надання достовірної, своєчасної інформації про кон'юнктуру ринку, діяльність конкурентів, динаміку та склад попиту, а також зміну в смаках споживачів; виведення на ринок такого товару, який буде найбільше відповідати потребам споживачів, порівняно з конкурентами; здійснення такого впливу на покупців, який призведе до отримання максимального прибутку.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності заклади ресторанного господарства мають постійно слідкувати за тенденціями та інноваціями, адже потреби споживачів постійно змінюються. Потрібно завжди бути на крок попереду від конкурентів як за якістю продукції і обслуговуванням, так і за ціновим фактором, який відіграє важливу роль у прийнятті споживчого рішення.

Узагальнюючи все вище викладене, можна сказати, що незважаючи на складну економічну ситуацію в країні, розвиток ресторанного бізнесу можливий завдяки ефективно організованій діяльності системи маркетингу. Важливо чітко розуміти потреби споживачів і намагатися їх задовольняти краще, ніж конкуренти, при цьому враховуючи обмежені фінансові можливості клієнтів.