

## **МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Романович А.С., гр. МР-60м**

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

Сьогодні ресторанна справа в Україні перебуває, з одного боку, лише на стадії зародження, а з іншого – він відбувається в умовах ускладнення політичної та соціально-економічної ситуації. Такий вид бізнесу залишається привабливим як довгострокова інвестиція з вірогідною прибутковістю в 15–20% або незалежно від збитковості як іміджевий інструмент його власника. За інформацією Асоціації ресторанного бізнесу.

Сучасний стан розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні викликає необхідність використання якісно нового підходу до управління. Кон'юнктурні коливання на споживчому ринку, погіршення стану макросередовища, що зумовлює високий рівень ризику та невизначеності; посилення конкуренції висувають на перший план одну з актуальних проблем в економіці підприємств сфери ресторанного господарства – завдання інтенсивного та комплексного використання наявних можливостей, розв'язання якого прямо пов'язане із маркетинговим плануванням на підприємствах ресторанного бізнесу. Саме маркетингове планування дозволить підприємству в сучасних умовах обирати оптимальні маркетингові інструменти впливу на споживачів, ефективно здійснювати маркетингову діяльність. Активізація маркетингової діяльності є однією із передумов підтримки попиту на послуги ресторану, утримання клієнтів, оскільки у сучасних складних умовах більшість закладів ресторанного господарства страждають від їх втрати, внаслідок чого знижується відвідуваність закладу, обсяги споживання його послуг. Слід ураховувати, що в умовах зниження платоспроможного попиту необхідно намагатися утримувати доступний рівень цін, а за допомогою маркетингових інструментів підвищувати споживчу цінність послуги закладу для підвищення рівня задоволеності клієнтів й сприяння їх лояльності до закладу, приваблення нових клієнтів, що є важливим для забезпечення стабільного розвитку закладу. Важливо також відстежувати кулінарні та ресторанный тенденції, використовувати інноваційні технології кулінарного виробництва, інноваційні маркетингові інструменти.