

35. Використання прийомів мерчандайзингу в закладах ресторанного господарства

Артем Ущановський

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Для активного залучення нових гостей до закладів ресторанного господарства ресторатори намагаються постійно розвиватися та удосконалюватися.

Одним з перспективних напрямків розвитку закладу ресторанного господарства є використання прийомів мерчандайзингу.

Матеріали і методи. В роботі використані результати досліджень вітчизняних та закордонних фахівців індустрії гостинності. Для обробки, викладення та узагальнення отриманої інформації використані методи системного пошуку, аналізу та синтезу.

Результати і обговорення. Мерчандайзинг закладів ресторанного господарства – це діяльність щодо реалізації продукції та послуг підприємств ресторанного господарства [1].

Для збільшення обсягу продажів, а відповідно і збільшення прибутку, в закладах ресторанного господарства застосовуються наступні прийоми мерчандайзингу:

- дизайн страв та напоїв (естетичне оформлення);
- впровадження нових методів обслуговування (включаючи сервірування та послуга «take away»);
- агітація у залі;
- переконливий продаж;
- пропозиція у виборі альтернативних продукції та послуг [2].

Одним з найпопулярніших способів популяризації закладу ресторанного господарства є активне рекламування в соціальних мережах: Facebook, Instagram та TikTok. Заклади створивши власні сторінки можуть популяризувати себе, а також асортимент наявних товарів та послуг. Також активно використовується таргетинг. Все це призводить до збільшення частки гостей і вважається одним з найефективніших прийомів мерчандайзингу на сьогодні, адже підприємці майже нічого не платять за рекламний контент.

Висновки. Отже, на основі проведеного аналізу літературних джерел інформації, можна зробити висновок, що сучасні прийоми мерчандайзингу є важливими та необхідними для розвитку, популяризації закладу та отримання прибутку. Прийоми мерчандайзингу надають можливість закладу бути конкурентоспроможним, навіть в умовах воєнного часу. Тому власники закладів ресторанного господарства використовують мерчандайзинг як прогресивну технологію для просування продукції та послуг в своїй закладах.

Література

1. Омельченко, М. С. Мерчандайзинг у ресторанному господарстві / М. С. Омельченко, Н. М. Стукальська // Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії та перспективи VII Всеукраїнська студентська наукова конференція, 18 березня 2021 р., м. Київ. – Київ : КНТЕУ, 2021. – 2021. – С. 115-117.
2. Шквиря Н.О., Арестенко Т.В. Маркетингові дослідження поведінки споживачів готельних послуг. Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки). Мелітополь, 2021. № 1(43). С. 169-175.