

Чи можлива діяльність закладів ресторанного господарства без маркетингу?

Вероніка Вархол, Наталія Стукальська, Олександра Нєміріч

Національний університет харчових технологій

Вступ. Ресторанне господарство у сучасному світі – це не тільки вид економічної діяльності, це – комплексна сфера послуг, адже має забезпечити: належну організацію харчування на високому рівні, організацію спілкування, відпочинку, більш повне задоволення соціально-культурних потреб відвідувачів.

На етапі проектування закладу ресторанного господарства важливо провести дослідження ринку. Аналіз конкурентного середовища є першим кроком до створення успішного закладу, який буде користуватися попитом у населення та стане рентабельним бізнесом для власників.

Результати. Відкриття успішного ресторану – результат наполегливої праці на усіх етапах його проектування. Одним з перших таких етапів є обґрунтування його створення та ефективності функціонування в сучасних ринкових умовах. Без проведення маркетингових досліджень це зробити не можливо.

Щоб просування ресторану було ефективним, а число постійних відвідувачів збільшувалося, ресторатор повинен знати, що таке маркетинг ресторану, і вміти грамотно використовувати у своєму бізнесі його інструменти. Серед універсальних функцій маркетингу виділяють збір інформації та дослідження ринку.

У сучасних умовах розвитку національної економіки в Україні все більшої актуальності набувають питання маркетингового планування, оскільки воно визначає модель ринкової поведінки підприємства залежно від його можливостей та стану маркетингового середовища. Саме маркетингове планування дозволить підприємству в сучасних умовах обирати оптимальні маркетингові інструменти впливу на споживачів, ефективно здійснювати маркетингову діяльність. Особливого значення маркетингове планування набуває в підприємствах ресторанного господарства.

У сучасних умовах постійно зростає роль послуг. Повсякчас збільшуються кількість суб'єктів, працівників, зайнятих у сфері послуг, обсяг реалізованої продукції. Поняття «послуга» включає в себе значну кількість різноманітних видів діяльності. Одним із видів послуг, що надаються споживачам, є послуги об'єктів ресторанного господарства. Послуги, які надають заклади ресторанного господарства, мають загальні і специфічні особливості.

Нинішній ринок послуг ресторанного господарства характеризується загостренням конкуренції. Для більш ефективної діяльності власники закладів ресторанного господарства повинні прикладати зусилля, щоб утримати вже існуючих та завоювати нових клієнтів. Для цього потрібно впроваджувати сучасні новітні форми та методи управління, виготовлення страв, обслуговування клієнтів, використовувати сучасне обладнання, підвищувати якість страв та обслуговування, швидко та гнучко реагувати на зміну потреб споживачів, враховуючи специфіку послуг саме цих об'єктів, щоб стати і залишитися неповторними, кращими з кращих.

Висновки. Таким чином, послуги закладів ресторанного господарства мають свої специфічні ознаки, що визначають особливості маркетингового управління їхніми споживачами, адже ця сфера вимагає більш широкого застосування маркетингу для дослідження потреб і поведінки покупців, їх задоволення та впливу на них.