

3. Коваленко О.М. Сталість розвитку ресторанного бізнесу в контексті екологічної відповідальності. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Економіка»*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. Випуск 32. С. 45-53.
4. Стратегії розвитку ресторанного бізнесу в Україні: аналіз та прогнозування за ред. І. Петренка та О. Горбунової. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 210 с.
5. Технології управління ресторанним бізнесом: практика та інновації за ред. І. Ковалю. Київ: Видавництво «Університетська книга», 2023. 176 с.

Канд. екон. наук Редько В. Є., Єгорова А. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

В умовах гострої конкуренції на локальному ринку перед закладами ресторанного бізнесу постає завдання набуття стійких конкурентних переваг, здатних забезпечити зростання інтересу споживачів й стабільний прибуток у довгостроковій перспективі. Одним із таких способів їх отримання в ресторанному бізнесі є динамічна асортиментна політика, яка являє собою комплекс різнопланових заходів, спрямованих на формування оптимального асортименту послуг, що відповідає потребам цільової аудиторії, сучасним ринковим тенденціям й забезпечує ефективність роботи. Асортиментна політика має критичне значення для ресторанів, впливаючи на їхній статус, задоволення клієнтів і результати. Тому метою цієї роботи є визначення особливостей формування асортиментної політики закладу ресторанного бізнесу в сучасних умовах. Останніми роками ресторанна індустрія стикається зі зміною споживацьких тенденцій. Серед ключових тенденцій, що впливають на формування асортиментної політики, можна виділити наступні [1]:

1. Популярність здорового харчування. Споживачі все більше звертають увагу на своє здоров'я та прагнуть споживати продукти, які відповідають здоровому способу життя. Це означає, що заклади ресторанного бізнесу мають включити до свого меню варіанти легких страв, багатих на вітаміни та мікроелементи, а також пропозиції для веганів та вегетаріанців.

2. Екологічна відповідальність. Заклади ресторанного бізнесу, які використовують місцеві, сезонні продукти та практикують сталість у своїй діяльності,

набувають додаткових переваг перед споживачами. Люди бажають підтримувати ті заклади, що дбають про навколишнє середовище, і навіть готові платити за це більше.

3. Технологічні нововведення. Впровадження цифрових рішень для замовлення та доставки їжі стало необхідністю, а не просто додатковою послугою під час COVID-19. Ця тенденція продовжується і в після пандемічний період у світі. Окрім того, цифровізація дозволяє підвищити якість обслуговування та зробити процес замовлення більш зручним для клієнтів.

4. Експерименти з меню. Любов споживачів до нових смакових відчуттів та фудпейрінг змушує рестораторів експериментувати з асортиментом, пропонуючи унікальні та інноваційні страви. Це включає в себе екзотичні інгредієнти, нетрадиційні способи приготування та незвичайні комбінації смаків.

Для формування ефективної асортиментної політики в ресторанному бізнесі важливим є детальний аналіз цільової аудиторії та її потреб. До найбільш важливих критеріїв слід віднести вивчення тенденцій харчування, звичок споживання в регіоні або місцевості. Важливо не лише визначити найбільш популярні страви або напої, а й зосередитися на тих, що можуть стати візитною картою закладу, відображаючи його унікальність та креативність.

Розробка унікальних пропозицій, що забезпечена належним управлінням запасами та ефективним постачанням продукції, допоможе закладу виділитися серед конкурентів [2]. Такий підхід може включати створення інноваційних страв, розробку пропозицій «фірмового меню», проведення спеціальних подій (майстер-класів з приготування їжі, дегустацій, змагань між шеф-кухарями, тощо), відкритої кухні, а також впровадження додаткових послуг, як-от безкоштовна адресна доставка, бронювання й замовлення онлайн, програми лояльності, спеціальні пропозиції фірмових та чергових страв та інші креативні рішення. Доведено, що ексклюзивні пропозиції не тільки сприяють залученню нових клієнтів, але й заохочують повторні відвідування, тим самим підвищуючи клієнтську лояльність.

Для успішного формування асортиментної політики необхідно глибоко зрозуміти споживчі уподобання та очікування. Важливими аспектами є:

1. Персоналізація пропозицій. Гості закладу цінують індивідуальний підхід та можливість адаптувати страву під їх вподобання. Заклад ресторанного

бізнесу має забезпечити гнучкість меню, що дозволяє вносити зміни згідно з побажаннями клієнтів. Цікавим рішення є страви-конструктори.

2. Якість обслуговування, яка залишається ключовим фактором задоволення клієнтів. Це стосується як швидкості подачі страв, так і професійної етики персоналу.

3. Цінова політика продовжує бути важливим фактором вибору закладу. Прозорість ціноутворення та адекватне співвідношення ціни, якості й атмосфери можуть забезпечити високий рівень лояльності клієнтів.

4. Досвід споживання, яким можна поділитися в соціальних мережах. Він включає вдало обрану й обіграну концепцію закладу, сезонну зміну інтер'єру, оригінальне оформлення й подачу страв.

Отже, розуміння цих тенденцій та уподобань дозволить закладам ресторанного бізнесу ефективно формувати свою асортиментну політику, залучати нових клієнтів та зберігати лояльність існуючих.

Список використаних джерел:

1. Voicu L.-A. 5 Social Factors Affecting Restaurants & How to Capitalize on Them. Restaurant Operations. 12.01.2024. URL: <https://www.gloriafood.com/social-factors-affecting-restaurants>.
2. Hayes, D. K., & Miller, A. Revenue Management for the Hospitality Industry. John Wiley & Sons, 2011. 530 p. URL: <https://utntyh.com/wp-content/uploads/2018/10/Revenue-Management-for-the-Hospitality-Industry.pdf>.

Канд. екон. наук Редько В. Є., Копаниця Д. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Стимулювання праці виступає дієвим механізмом управління персоналом для досягнення ним поставлених цілей і результатів перед суб'єктом бізнесу. В готельному бізнесі персонал відіграє ключову роль у наданні якісного сервісу. Тому його ефективне стимулювання і забезпечення позитивного досвіду працівників на робочому місці є гарантією не тільки високої продуктивності праці, а й рівня задоволеності гостя. Відомо, що стимулювання праці включає