

повинна бути орієнтована на запам'ятовування бренду споживачами; продовжувати підтримувати лояльність клієнтів, позитивний імідж компанії спонсорськими акціями; продовжувати пропонувати нові види послуг, оскільки споживачі стають більш вимогливими у виборі готелю.

Розвиток продуктів і послуг, орієнтованих на сектор готельного ринку з середнім бюджетом, дозволить готелю збільшити кількість клієнтів, забезпечить присутність для середнього класу споживачів послуг, а отже, більшість його бізнес-сегментів працюватимуть на повну потужність. Таким чином, регулярне розміщення високоякісних фото та відео, інформативних статей та інтерактивних опитувань сприяє залученню потенційних гостей та інтересу до бренду. Запропоновані нами рекомендації можуть допомогти вдосконалити організацію маркетингової діяльності мережі готелів Hilton.

#### **Список використаних джерел:**

1. Добрянська Н.А. та ін. Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку. *Food Industry Economics*. 2021. Т. 13, № 4. URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v13i4.2193>.
2. Horng, J.-S.; Liu, C.-H.; Chou, S.-F.; Yu, T.-Y.; Hu, D.-C. Marketing Management in the Hotel Industry: A Systematic Literature Review by Using Text Mining. *Sustainability*. 2022. 14. P. 2344. <https://doi.org/10.3390/su14042344>.
3. Miceli M. 7 common hotel marketing strategies. Amenitiz. URL: <https://www.amenitiz.com/en/blog/7-hotel-marketing-strategies-to-attract-customers/>.
4. Hilton Hotel Marketing Strategy & Target Market/ URL: <https://ivypanda.com/essays/hilton-hotel-marketing-plan/>.

**Канд. екон. наук Самойленко А. О., Решетнікова К. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ**

Щоб залишатися успішними, ресторани повинні бути в курсі останніх тенденцій та адаптуватися до мінливої поведінки споживачів. Використання маркетингових стратегій, заснованих на сучасних тенденціях може допомогти ресторанному бізнесу процвітати у майбутньому. У світі все змінюється дуже швидко: впроваджуються нові технології, з'являються нові інструменти розвитку

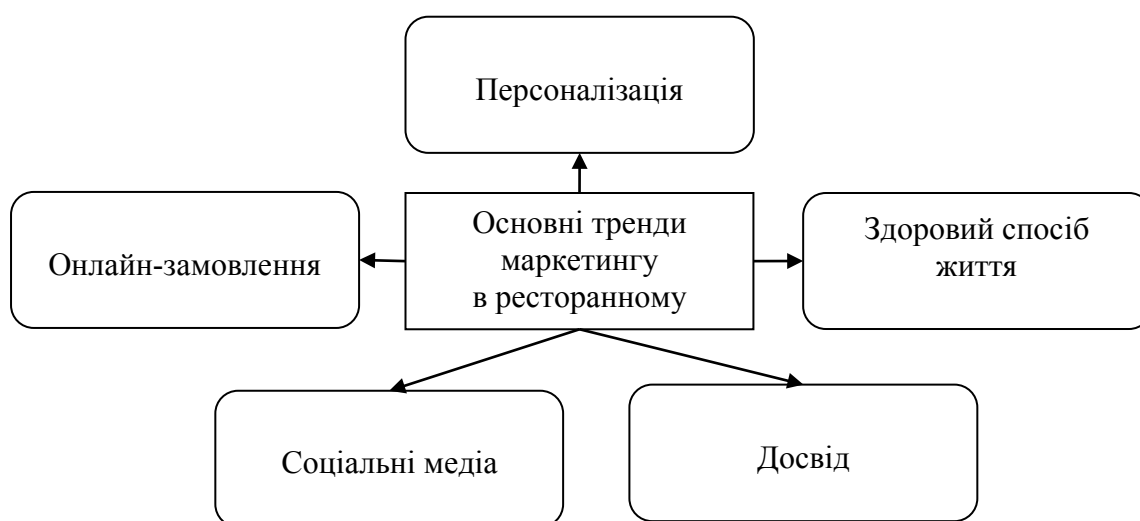
підприємств. Ресторанна галузь бізнесу існує у будь-якому куточку нашої планети – від екватора до полюсів, але у кожному регіоні вона особлива.

Головним завданням ресторанної індустрії є створення та підтримка позитивного досвіду та відносин з клієнтами, тому маркетинг є одним з важливих шляхів забезпечення успіху у цій галузі [1].

Ресторанна індустрія є динамічною та конкурентоспроможною сферою, де успіх залежить від розуміння та адаптації до постійно мінливих потреб клієнтів. У сучасному світі маркетинг відіграє ключову роль у розвитку та успіху ресторанів.

Маркетингові стратегії розвитку ресторанів – це набір відповідних технік і тактик, які ресторани використовують для просування свого бізнесу, залучення клієнтів і збільшення прибутку. Ці стратегії можуть варіюватися від традиційних методів реклами ресторанів, таких як друкована реклама їжі, білборди та радіоролики, до більш сучасних методів, таких як маркетинг у соціальних мережах, співпраця з впливовими особами чи платна онлайн-реклама [1].

Сучасний ресторанний бізнес стрімко розвивається кожного дня, щоб відповідати потребам і очікуванням сучасних клієнтів. На рис. 1 можна побачити основні тренди маркетингу в ресторанному бізнесі, на які слід обов'язково звертати увагу.



**Рис. 1. Основні тренди маркетингу в ресторанному бізнесі**

З рис. 1 можемо виділити такі основні тренди маркетингу в ресторанному бізнесі, а саме:

1. Онлайн-замовлення зростає: доставка їжі та онлайн-замовлення стають дедалі популярнішими. Ресторани, які не представлені в мережі Інтернет, ризикують втратити значну частину своїх клієнтів.

2. Персоналізація: клієнти очікують персоналізованого досвіду, який враховує їхні переваги та потреби. Ресторани можуть використовувати дані клієнтів, щоб пропонувати їм персоналізовані меню, рекомендації та спеціальні пропозиції [1].

3. Здоровий спосіб життя: попит на здорову їжу зростає. Ресторани, які пропонують здорові та екологічно чисті страви, можуть залучити нових клієнтів і утримати існуючих.

4. Соціальні медіа: Соціальні медіа є потужним інструментом ресторанного маркетингу. Ресторани можуть використовувати їх, щоб спілкуватися з клієнтами, рекламувати свої страви та заходи, а також створювати онлайн-спільноту.

5. Досвід: клієнти шукають унікальний досвід, а не просто їжу. Ресторани, які пропонують цікаву атмосферу, розваги та тематичні вечори, можуть виділитися на конкурентному ринку [1].

У міру розвитку технологій та зміни споживчих переваг ресторанна індустрія швидко адаптується до нових вимог ринку. Важливою частиною успішного маркетингу сьогодні є не лише якісний обід, але його ефективна презентація на цифрових платформах. Зі зростанням популярності соціальних мереж власники ресторанів дедалі більше зацікавлені у створенні яскравого контенту, який привертає увагу та розпалює апетит.

У майбутньому ми можемо побачити ще більшу інтеграцію віртуальної та доповненої реальності, щоб підвищити залученість клієнтів та покращити якість їх обслуговування у ресторанах. Велика увага також приділяється персоналізації пропозицій та послуг задоволення індивідуальних потреб кожного клієнта. Враховуючи вищеописані тенденції, можна окреслити наступні перспективи розвитку маркетингу в ресторанному бізнесі, які можна побачити на рис. 2.

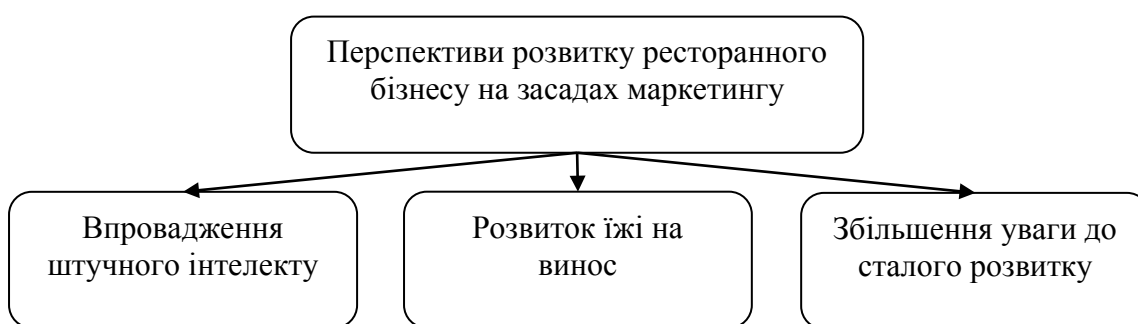
З рис. 2 можемо виділити такі перспективи розвитку ресторанного бізнесу на засадах маркетингу, а саме:

1. Впровадження штучного інтелекту: Штучний інтелект можна використовувати для автоматизації завдань, персоналізації взаємодії з клієнтами та прогнозування попиту.

2. Удосконалення віртуальної реальності: віртуальну реальність можна використовувати для створення віртуальних екскурсій по ресторанах і демонстрацій їжі.

3. Розвиток їжі на винос: ресторани, які пропонують їжу на винос, можуть залучити клієнтів, які не мають часу чи бажання їсти поза домом.

4. Збільшення уваги до сталого розвитку: ресторани, які використовують екологічні продукти та практики, можуть залучити клієнтів, які піклуються про довкілля.



**Рис. 2. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу на засадах маркетингу**

Таким чином, маркетинг є важливим інструментом для розвитку та успіху ресторанного бізнесу. Власники ресторанного бізнесу, які розуміють сучасні тенденції та адаптуються до них, можуть залучати нових клієнтів, утримувати існуючих і процвітати в конкурентному середовищі.

Отже, сфера громадського харчування – це динамічна галузь, яка постійно змінюється та адаптується до нових вимог ринку. В свою чергу маркетинг відіграє ключову роль в успіху ресторанів, допомагаючи їм залучати та утримувати клієнтів, а також ефективно просувати свої продукти та послуги. Прийняття сучасних маркетингових стратегій, включаючи онлайн-замовлення, персоналізацію, соціальні мережі та орієнтацію на здоровий спосіб життя, може допомогти існуючим ресторанам залишатися конкурентоспроможними та успішними у майбутньому и приймати всі виклики від зовнішнього середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Hafid, H., & Kucukköse, I. (2022). Discovering a need for marketing services in the small restaurant industry (Master's thesis). Karlstad University, Karlstad, Sweden. Retrieved from <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kau:diva-91543>