

2. Mastering Cross-Cultural Communication in the Global Hospitality Industry – Mise En Place. Mise En Place – Mise En Place Hotel Training. URL: <https://traininghotels.com/2024/04/23/mastering-cross-cultural-communication-in-the-global-hospitality-industry/>.
3. Ten Strategies for Effective Cross-Cultural Communication: A Comprehensive Guide. Digicrusader: AI Marketplace and Digital Tools Coach. URL: <https://digicrusader.com/ten-strategies-effective-cross-cultural-communication/>.
4. Bose A.K. Mastering Cross-Cultural Management in Hospitality for Global Success. LinkedIn: Log In or Sign Up. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/mastering-cross-cultural-management-hospitality-global-bose-7tphc/>.
5. Cultural Competence in Hospitality: Insights & Solutions. Harri Insights. Harri. URL: <https://resources.harri.com/blog/cultural-competence-hospitality-management/>.

Колчина М. О., д-р екон. наук Жиленко К. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Ресторанний бізнес є однією з найбільш конкурентоспроможних галузей економіки, що вимагає постійного вдосконалення та адаптації до змін ринку. Основні виклики, з якими стикається ресторанний бізнес, включають високу конкуренцію, зміну споживчих вподобань, підвищення витрат на сировину та персонал, а також необхідність цифрової трансформації. Дослідження має на меті оцінити ефективність сучасних стратегій розвитку ресторанного підприємства, визначити ключові фактори успіху та запропонувати практичні рекомендації для їх реалізації.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що впровадження комплексного підходу до розвитку ресторанного підприємства, що включає використання цифрових технологій, маркетингових стратегій та оптимізацію бізнес-процесів, дозволяє підвищити конкурентоспроможність та прибутковість закладу.

Розвиток ресторанного підприємства вимагає комплексного підходу, що включає ефективне управління, адаптацію до ринкових змін та впровадження інновацій. Дослідження показало, що ресторани, які активно використовують цифрові технології, покращують комунікацію з клієнтами та підвищують лояльність споживачів. Автоматизація процесів, оптимізація витрат та впровадження сучасних маркетингових стратегій дозволяють значно підвищити прибутковість бізнесу.

Ключові знахідки та результати дослідження

Стратегія розвитку	Методи просування стратегії	Вплив використання стратегії на підприємство
Маркетингова стратегія	Соціальні мережі (Instagram, Facebook і TikTok), які дозволяють значно збільшити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів	Візуально привабливий контент, регулярні оновлення, інтерактиви та таргетована реклама сприяють зростанню популярності закладу
	Впровадження програми лояльності, а саме: бонусні системи, кешбек, знижки на день народження та інші програми заохочення	Допомагають утримувати постійних клієнтів та збільшувати частоту їхніх візитів. Дослідження показують, що повторні відвідувачі витрачають у середньому на 30–40% більше, ніж нові клієнти
	Персоналізовані пропозиції та сегментований маркетинг (спеціальні меню для веганів, сімейні пропозиції або знижки для корпоративних клієнтів)	Дозволяє ресторанам пропонувати спеціальні акції для різних категорій клієнтів
Операційна ефективність	Використання POS-систем (Point of Sale), мобільних додатків для бронювання столиків і безконтактного замовлення	Дозволяє скоротити час обслуговування та знизити ризик помилок персоналу
	Впровадження CRM систем (Customer Relationship Management). Наприклад: відправка індивідуальних пропозицій, нагадування про акції або аналіз споживчих патернів для покращення обслуговування	Допомагають вести базу клієнтів, відстежувати їхні вподобання та взаємодіяти з ними персоналізовано
	Аналітика для прогнозування попиту	Використання штучного інтелекту та великих даних дозволяє ресторанам оптимізувати закупівлю продуктів, планувати роботу персоналу та прогнозувати попит у різні періоди. Це сприяє зменшенню витрат через псування товарів
Інноваційні підходи	Розширення формату обслуговування через dark kitchens (віртуальні кухні)	Дає можливість оптимізувати витрати та працювати лише на доставку
	Онлайн-доставка через власні платформи або сервіси на кшталт Glovo та Bolt Food	Дозволяють розширити клієнтську базу та збільшити прибутки. Дослідження показують, що частка замовлень на доставку постійно зростає, особливо після пандемії
	Використання роботизованих рішень, таких як автоматизовані каси чи дрони-доставники	Допомагає зменшити витрати, навантаження на персонал і підвищують рівень обслуговування
Стійкість та адаптивність	Екологічні ініціативи (зменшення використання пластику, переробка відходів, органічні продукти)	Ресторани мінімізують харчові відходи та пропонують органічні продукти, отримують лояльність клієнтів

Важливу роль у стійкому розвитку відіграє гнучкість підприємства, зокрема здатність швидко реагувати на нові тенденції та змінювати формат обслуговування. Використання екологічних ініціатив та соціально відповідального підходу сприяє формуванню позитивного іміджу ресторану. Досвід успішних ресторанів

доводить, що для довгострокового успіху необхідно не тільки слідувати трендам, а й активно створювати нові можливості для зростання.

Список використаних джерел:

1. Гришина О. Готелі на карантині: працюємо до останнього клієнта та впроваджуємо інновації. URL: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/goteli_na_karantini_pra_tsyuemo_do_ostannogo_klienta_ta_vprovadzhuemo_innovatsiyi.
2. Стан та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: колективна монографія/ за ред. д.і.н., проф. Чепурди Г.М. Черкаси:ЧДТУ, 2019. 157 с.
3. Остапенко Я.О., Параниця Н.В., Макаренко О.Я. Статистичний аналіз і тенденції розвитку готельного господарства в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 11(18). С. 311–316. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/1_18_ukr/56.pdf.

Левадна О. О., канд. екон. наук Редько В. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Інновації в маркетингу ресторанного бізнесу є очікуваними в клієнто-орієнтованій економіці та виступають важливим фактором для розширення ринку та підвищення лояльності постійних гостей. Під цим терміном науковці розуміють «інновації, які пов'язані із застосуванням нових методів, технологій та інструментів маркетингу в процесі виробництва й просування продукції. Вони забезпечують підприємству ексклюзивність, відмінність, індивідуальність підходу до задоволення потреб споживачів та посилюють його ринкові конкурентні позиції» [1, с. 57]. Варто зазначити, що розробка ефективної маркетингової стратегії ресторанів є вимогою і викликом часу. Для кожного власника ресторану розуміння цих змін є важливим у прагненні залишитись конкурентоспроможним на ринку в довгостроковій перспективі. Реалізація найкращих маркетингових ідей ресторанів та використання інноваційних підходів здатні допомогти суб'єктам бізнесу розвиватися навіть в умовах турбулентності зовнішнього середовища і вимагають цілеспрямованої стратегії.

Стратегічний підхід в цьому контексті сприяє не лише залученню нових клієнтів, а й формуванню їхньої лояльності в перспективі. Інноваційні методи