

розмір підприємств, тим частіше вони оцінюють цю політику негативно і рідше – нейтрально.

Найбільш очікуваними подіями та змінами для бізнесу є, безумовно, закінчення війни, деокупація всіх територій України та припинення девальвації гривні.

Ключову роль у вирішенні багатьох проблем бізнесу в цій ситуації мали б відігравати бізнес-асоціації, які в більшості країн світу є важливим і дуже дієвим елементом інфраструктури підтримки підприємництва, невід'ємною частиною громадянського суспільства, показником його спроможності до самоорганізації, захисту своїх прав і представлення своїх інтересів.

Бізнес-асоціації – це:

- реальна можливість взаємовигідної корпоративної співпраці однодумців та колег на чисто прагматичних засадах;
- спільне вирішення багатьох проблем, з якими підприємець знаходиться один на один;
- можливість власними руками формувати сприятливі умови для успішного вирішення проблем економічного розвитку.

На жаль, нинішня ситуація вплинула не тільки на бізнес, а й на діяльність бізнес-асоціацій в Україні.

Не зважаючи на це, в Україні є багато бізнес-асоціацій, які:

- дійсно активно працюють і лобюють інтереси підприємництва;
- орієнтовані на своїх членів;
- надають їм істотну допомогу і суттєву підтримку в умовах воєнного стану.

Література:

1. Бетлій О., Коссе І., Кравчук В., Мовчан В. Місячний економічний моніторинг України № 233, травень 2024. Інститут економічних досліджень і політичних консультацій, 2024.
2. Бетлій О., Коссе І., Кравчук В. Місячний економічний моніторинг України № 234, липень 2024. Інститут економічних досліджень і політичних консультацій, 2024.
3. Бетлій О., Коссе І., Кравчук В. Місячний економічний моніторинг України № 234, серпень 2024. Інститут економічних досліджень і політичних консультацій, 2024.

Бондарєва К.І.

здобувачка вищої освіти

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

м. Умань, Україна

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Маркетингова діяльність в ресторанному бізнесі впливає на динамічний розвиток індустрії та підвищення конкурентоздатності підприємств ресторанного господарства на ринку. На сьогодні споживачі очікують від закладів ресторанного господарства не тільки якісної подачі та смачної їжі, а й цікавої концепції та інтерактиву. Маркетинг дозволяє сформувати зацікавленість клієнтів, залучити нових відвідувачів і зробити заклад більш популярним.

До моменту запуску закладу власники ставлять максимально реалістичні цілі на найближчий час: окупити вкладення, вийти на стабільний дохід. Після досягнення цих цілей треба йти далі й розвивати потенціал успішного закладу. Більшість сподівається на всіма улюблене сарафанне радіо. Так, це, безперечно, важливий фактор, але виходити на точку окупності, розраховуючи тільки на нього, можна вдвічі довше. Не всі готові чекати п'ять і більше років, поки їхнє кафе окупиться і почне приносити чистий прибуток. Тому маркетингом потрібно займатися постійно, а не тільки в момент запуску та до появи перших лояльних гостей. Офлайн реклама, платна реклама у соціальних мережах, акції в ресторані,

промокампанії та система лояльності мають працювати постійно [1]. В складних динамічних умовах розвитку економіки та нестабільності економічного середовища підприємства зіштовхнулися з багатьма проблемами функціонування і виживання. Однією з ключових проблем, від якої залежить дохідність підприємств є підвищення конкурентоспроможності на ринку. Формування стійких конкурентних переваг підприємств залежить від інноваційності та ефективного стратегічного маркетингового управління [2].

Завдяки грамотному інтернет-маркетингу заклад може давати значно більший прибуток без особливих вкладень. Теперішні можливості соціальних мереж і пошукових систем дають змогу підвищити попит та інтерес нових відвідувачів у локальному масштабі значно ефективніше, ніж офлайн реклама. Також не потрібно забувати про соціальні мережі, адже вони стали одним із невід'ємних інструментів у маркетинговій діяльності. Такі платформи як, Instagram, Facebook і Tik Tok дають можливість не лише залучати нових клієнтів, а й підтримувати активний зв'язок із постійними клієнтами. Опитування один з найкращих видів комунікації. Запитати думку своїх клієнтів про якість сервісу, кого вони б вибрали офіціантом місяця, яка страва їм сподобалась найбільше, це дозволить не тільки мати зв'язок між закладом та споживачем, а й дозволить покращити обслуговування.

Пости з робочими фото працівників закладу, історії про їхні захоплення, досвід роботи та унікальні навички. Поширюючи цікаву інформацію і позитивні новини про своїх працівників, підвищується не тільки репутація самої команди, а й загалом престиж закладу. Це покаже, що в закладі працюють не безликі роботи й машини, які обслуговують, а цікаві особистості [3]. Ринковий попит та пропозиції споживачів для задоволення їх потреб формує маркетингова продуктова політика. Вона передбачає забезпечення споживачам можливості вибору різноманітних продуктів та послуг, надання їм належного якісного рівня обслуговування, суттєво впливає на унікальність певного суб'єкта ринкових відносин серед конкурентів. Разом з цим, об'єм клієнтської бази кожного окремого підприємства, доступність його товарів та послуг для споживачів значною мірою залежить від сформованих ним каналів розподілу продуктів у межах маркетингової збутової політики [4].

Однією з ключових складових успішного управління маркетингом у ресторанній галузі є правильне визначення та розуміння цільової аудиторії. Це дозволяє не тільки створювати продукти і послуги, які максимально відповідають уподобанням споживачів, а й правильно обирати канали комунікації та просування. Сьогодні ресторани підприємства активно використовують інструменти цифрового маркетингу, зокрема соціальні мережі, SEO, таргетовану рекламу та email-маркетинг, що сприяє досягненню ширшого охоплення та залученню нових клієнтів.

Отже, управління маркетинговою діяльністю в ресторанному підприємстві є критично важливим фактором для забезпечення його конкурентоспроможності та стійкості на ринку. В умовах жорсткої конкуренції ресторани повинні прагнути не лише задовольнити потреби своїх клієнтів, а й постійно адаптувати свої послуги, меню та атмосферу до нових вимог і трендів ринку. Для цього підприємства мають активно застосовувати комплексний підхід, що охоплює сегментацію ринку, цільове позиціонування, розробку унікальної пропозиції та ефективну комунікацію з цільовою аудиторією.

Таким чином, ефективне управління маркетинговою діяльністю в ресторані полягає у постійному аналізі ринку, розробці стратегій залучення і утримання клієнтів та впровадженні сучасних технологій. Використання комплексного маркетингового підходу забезпечує підприємству можливість не тільки зберегти лояльність існуючих клієнтів, але й збільшити прибутковість за рахунок залучення нових споживачів.

Література:

1. Маркетинг ресторану – 9 кроків маркетингової стратегії ресторану. URL : (https://joinposter.com/ua/post/marketyng-u-restorannomu-biznesi?ref=g-ads-pmax-fastfood-ukraine&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=&utm_campaign=pmax-fastfood-ukraine&utm_term=&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw7Py4BhCbARIsAMMx-_Kc9iiX0cuIjx3hml_oy0P18Z_4meU-VoX8fHctb6ktGhf2lJswsUAaAq4CEALw_wcB)

2. Пачева Н. О., Подзігун С. М., Корнієнко Т.О. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю інноваційно-орієнтованих підприємств. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер. Економічні науки. 2023. № 8. DOI : <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9113>

3. Як просувати ресторан в інтернеті – креативні ідеї для реклами ресторану. URL : <https://joinposter.com/ua/post/prosuvannya-restoranu-v-interneti>

4. Лутай Л., Пачева Н. Сучасні маркетингові тенденції управління проєктами. Економічні горизонти. 2023. Вип. 2 (24). С. 157–164. DOI : [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(24\).2023.288674](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(24).2023.288674)

Веселова А. С.

здобувачка групи МЕ-21

Тушевська Т.В.

асистент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

ЕРГОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ

Враховуючи масовий перехід на віддалену роботу в останні роки, проблема організації робочого місця для віддалених працівників набула неабиякої актуальності. Спосіб організації домашнього офісу має великий вплив на продуктивність, а також на емоційне та фізичне благополуччя [1, с. 150].

Питаннями пристосування робочого середовища до фізичних і психологічних потреб людини займається наука «ергономіка». Мета – зменшити фізичні навантаження та підвищити продуктивність. Ергономіка досліджує взаємодію між людиною та її середовищем, акцентуючи на комфорті, безпеці та продуктивності [4, с. 34-40].

У віддаленому робочому середовищі ергономічний дизайн робочого простору має вирішальне значення для збереження здоров'я, зниження рівня стресу та підвищення продуктивності. Оскільки дистанційна робота стає все популярнішою, працівники можуть уникнути багатьох проблем, пов'язаних із тривалими періодами бездіяльності та перенапруженням, правильно налаштувавши домашнє робоче місце. Неправильно організоване робоче місце може призвести до фізичного дискомфорту, втоми та проблем зі здоров'ям, таких як біль у спині, шії або очах [2, с. 76].

Основними аспектами ергономіки дистанційної роботи вважають: вибір меблів, розташування обладнання в просторі, освітлення, температура, вентиляція, організація робочого простору, акустичне середовище, естетичне оформлення, індивідуальні потреби, режими праці та відпочинку тощо.

Вибір меблів є важливим елементом організації простору. Висота столу повинна бути такою, щоб лікоть був зігнутий під кутом 90 градусів. Особливо корисними є регульовані робочі місця, які дають змогу працювати стоячи або сидячи. При виборі стільців звертають увагу ергономічні вимоги – на опору для спини, сидіння, що регулюється по висоті тощо. Рекомендується вибирати моделі з підлокітниками, які підтримують руки, не спричиняючи навантаження на плечі. Важливо тримати ноги на підлозі та тримати коліна на рівні стегон.

Для того, щоб напруга в шії була мінімальною доцільно розмістити монітор на відстані 50–70 см. від очей, верхня частина – на рівні очей або трохи нижче. Використання спеціальних фільтрів для зменшення синього світла допомагає зберегти зір під час тривалих періодів роботи. Щоб запобігти напрузі зап'ястя клавіатуру та мишу рекомендують тримати на одній висоті. Використання подушечок для зап'ястя допомагає зменшити біль.