



Отримано: 16 листопада 2024 р.

Прорецензовано: 05 грудня 2024 р.

Прийнято до друку: 14 грудня 2024 р.

e-mail: larysa.obolentseva@gmail.com

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0001-7085-6902>

e-mail: chalaalona2002@gmail.com

DOI: 10.25264/2311-5149-2024-35(63)-23-32

Оболенцева Л. В., Чала А. А. Стратегія впровадження концепції Slow Food для зміцнення конкурентних позицій ресторанів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, грудень 2024. № 35(63). С. 23–32.

УДК: 005.332.4:640

JEL-класифікація: I12, L10, L19

**Оболенцева Лариса Володимирівна,**

доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри туризму і готельного господарства  
Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

**Чала Альона Андріївна,**

магістрантка спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

## СТРАТЕГІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ SLOW FOOD ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ РЕСТОРАНІВ

У статті доведено, що однією з перспективних концепцій для зміцнення конкурентних позицій підприємств ресторанного бізнесу є рух Slow Food, який акцентує увагу на використанні локальних продуктів, принципах сталого виробництва та усвідомленому підході до споживання. Визначено стратегічні напрямки, спрямовані на підвищення привабливості для споживачів та забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу. Виявлено ключові аспекти впливу конкурентних сил в галузі ресторанного бізнесу, оскільки в цій галузі конкуренція має унікальні риси, які вирізняють її серед інших секторів економіки. Представлено загальну стратегію підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу у вигляді дерева цілей, що демонструє основні напрями розвитку. Запропоновано стратегію інтеграції концепції Slow Food у ресторанний бізнес, яка передбачає використання локальних продуктів на всіх рівнях функціонування закладу. Розроблено практичні рекомендації для рестораторів, які прагнуть оптимізувати діяльність своїх закладів відповідно до принципів концепції Slow Food.

**Ключові слова:** стратегія, підприємства ресторанного бізнесу, концепція Slow Food, конкурентоспроможність, сталий розвиток.

**Larysa Obolentseva,**

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Tourism and Hospitality,  
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

**Alona Chala,**

MA student in «Hotel and restaurant business»,  
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

## IMPLEMENTATION STRATEGY OF THE SLOW FOOD CONCEPT TO STRENGTHEN THE COMPETITIVE POSITION OF RESTAURANTS

The article demonstrates that one of the most promising concepts for the restaurant industry is the Slow Food movement, which emphasizes the use of local products, sustainable production principles, and a conscious approach to consumption. The application of this concept in restaurant operations not only ensures compliance with environmental and social standards but also serves as a powerful tool for enhancing competitiveness. Strategic directions aimed at increasing consumer appeal and ensuring the competitiveness of restaurant businesses have been identified. The combination of these directions forms a comprehensive approach to maintaining competitiveness, enabling establishments not only to sustain their market positions but also to expand their customer base and increase profitability.

The key aspects of competitive forces in the restaurant industry have been analyzed, as competition in this sector possesses unique characteristics that distinguish it from other economic sectors. A general strategy for improving the competitiveness of restaurant businesses is presented in the form of a goal tree, which outlines the main development directions. The goal tree is an effective method for visualizing strategic development, as it structures processes, enhances the transparency of management decisions, and provides a holistic approach to achieving competitive advantages.

A strategy for integrating the Slow Food concept into the restaurant business is proposed, involving the use of local products at all levels of the establishment's operations: from production processes to marketing activities and staff development programs. This approach aims not only to ensure sustainable development but also to preserve local traditions and cultural heritage. Practical recommendations are offered for restaurateurs seeking to optimize their operations in line with the Slow Food principles. Special attention is given to methods for incorporating local products, developing sustainable business processes, building partnerships with local producers, and fostering consumer trust. These practical tips systematize



information, making it easier to apply in practice. They will help restaurateurs improve service quality, raise environmental awareness among customers, and ensure long-term market competitiveness.

**Keywords:** strategy, restaurant business enterprises, Slow Food concept, competitiveness, sustainable development.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах розвитку ресторанного бізнесу спостерігається значне зростання попиту на інноваційні підходи до управління, які сприяють формуванню стійких конкурентних переваг і, водночас, відповідають змінним уподобанням споживачів. Однією з перспективних концепцій, що набуває популярності, є рух Slow Food, який акцентує увагу на використанні локальних продуктів, принципах сталого виробництва та усвідомленому підході до споживання. Застосування цієї концепції у діяльності ресторанних закладів не лише забезпечує відповідність екологічним і соціальним стандартам, але також виступає потужним інструментом підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Рух Slow Food має на меті не лише підвищення якості харчування, а й сприяє формуванню глибшого розуміння культурної цінності локальної кухні. Його впровадження може стати каталізатором розвитку партнерських відносин із місцевими виробниками, що, у свою чергу, стимулює економічне зростання регіонів. Крім того, підкреслення унікальності гастрономічного досвіду, заснованого на локальних продуктах, дозволяє ресторанам створювати унікальні пропозиції для своїх клієнтів, що підвищує їхню лояльність і сприяє довгостроковій стабільності бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання управління підприємствами, зокрема закладами ресторанного господарства, активно досліджуються багатьма науковцями, серед яких необхідно зазначити Л. Нечаюк, Н. Телеш [1], Ю. Ставську, Л. Яхно [2], А. Горпинченко [3], Г. П'ятницьку [4], І. Літвінову, О. Літвінову [5], Н. Кирніс [6], Н. Антошков [7], О. Янкового [8] та ін. Попри значну кількість наукових праць, присвячених питанням забезпечення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства зазначена проблематика залишається актуальною та потребує подальшого дослідження.

Основна складність полягає в тому, що формування конкурентоспроможності в цьому секторі залежить від широкого спектра факторів, які є динамічними, взаємозалежними та складними для систематизації.

Крім того, особливості конкурентного середовища ресторанного бізнесу, такі як висока щільність конкурентів, швидкі зміни трендів у сфері харчування та зростання вимог споживачів, створюють додаткові виклики для управління.

У зв'язку з цим виникає потреба в розробці комплексного підходу до управління конкурентоспроможністю, який базується на стратегічному аналізі, використанні сучасних технологій та інтеграції нових бізнес-моделей, зокрема концепції Slow Food. Попри значний інтерес до здорового харчування в світі, в Україні цей напрямок перебуває на стадії розвитку, що обумовлює важливість вивчення поточного стану та проблем реалізації концепції у національному ресторанному секторі. Це дозволить не тільки поліпшити якість обслуговування, а й сприятиме розвитку ресторанного бізнесу в цілому, задовольняючи потреби сучасного споживача.

**Мета дослідження:** обґрунтувати стратегічні напрямки та надати практичні рекомендації щодо впровадження концепції Slow Food у вітчизняному ресторанному бізнесі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Українські споживачі щорічно витрачають чималу кількість коштів у закладах харчування. Цей факт свідчить про високу зацікавленість населення у ресторанних послугах, проте, ринок залишається недостатньо розвиненим. Згідно з даними українських рестораторів, рівень насиченості ресторанного ринку в Україні становить лише близько 50 %. Це вказує на значний простір для подальшого розширення, інноваційного розвитку та залучення інвестицій у галузь.

Суттєвий вплив на ресторанний бізнес мають макроекономічні чинники. Зокрема, рівень доходів населення безпосередньо визначає споживчу спроможність, що є ключовим фактором попиту на послуги закладів ресторанного бізнесу. Водночас розвиток туристичної галузі може стати каталізатором зростання ресторанного сектору, адже збільшення туристичного потоку сприяє зростанню відвідуваності закладів харчування та стимулює попит на унікальні гастрономічні пропозиції [7].

З точки зору споживача, конкурентоспроможність ресторанного закладу визначається, передусім, якістю пропонованої продукції та рівнем обслуговування. Якість продукції залежить від таких чинників, як смакові характеристики страв, їхня різноманітність у меню та естетична привабливість оформлення. Рівень обслуговування, у свою чергу, обумовлюється професійною підготовкою персоналу, спектром доступних послуг, зручністю місця розташування ресторану та режимом його роботи.

Крім цього, споживачі враховують низку додаткових факторів, які впливають на вибір ресторану. Таким чином, сукупність цих характеристик формує сприйняття ресторану споживачем і значною мірою впливає на його конкурентоспроможність на ринку [6].



Ключовим аспектом формування конкурентоспроможного ресторану є розробка його концепції та бізнес-моделі. Часто саме недооцінка цього етапу стає причиною невдачі багатьох закладів, які зосереджуються, насамперед, на виборі приміщення, ігноруючи важливість стратегічного планування витрат і прогнозування прибутковості. Такий підхід може призвести до фінансових втрат і закриття закладу.

Успішний ресторан – це не лише стильний інтер'єр чи вигідне місце розташування, а, передусім, добре продумана концепція, що включає унікальну ідею, яка визначає характер меню, стиль подачі страв, тип обслуговування та цільову аудиторію. Концепція має забезпечувати гармонійне поєднання кулінарної складової, маркетингової стратегії та операційної ефективності. Зокрема, ключовим елементом є чітке розуміння характеру їжі, яку пропонуватиме ресторан: від вибору інгредієнтів до способу їх подачі, що має відповідати очікуванням споживачів і вирізняти заклад серед конкурентів.

Таким чином, розробка концепції та бізнес-моделі є основою для створення стійкого та успішного ресторанного бізнесу, що здатний не лише задовольнити потреби клієнтів, а й забезпечити стабільний прибуток.

Основні напрямки забезпечення конкурентоспроможності ресторанного бізнесу охоплюють широкий спектр стратегій, спрямованих на формування стійкої позиції на ринку та підвищення привабливості для споживачів. До таких напрямків належать (табл. 1).

Таблиця 1

**Стратегічні напрямки, спрямовані на підвищення привабливості для споживачів та забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу**

Напрямок	Характеристика
Створення бренду	Формування впізнаваного образу закладу, який відображає його унікальність, цінності та якість. Сильний бренд забезпечує лояльність клієнтів і сприяє довгостроковій конкурентній перевазі
Дотримання санітарних норм	Гарантування безпеки та якості продукції є обов'язковою умовою для сучасного ресторанного бізнесу. Це підвищує довіру клієнтів та відповідає законодавчим вимогам
Високий рівень сервісу	Забезпечення професійного обслуговування, яке включає ввічливість, оперативність і персоналізований підхід до кожного клієнта
Впровадження нових форматів закладів	Адаптація до змін у споживчих уподобаннях через створення концептуальних закладів. Це дозволяє залучати нові сегменти аудиторії
Розвиток онлайн-продажів	Інтеграція цифрових платформ для замовлення їжі, доставки та бронювання столиків, що забезпечує додаткові канали доходу та розширює аудиторію
Зменшення плинності кадрів	Створення сприятливих умов праці, професійного розвитку та мотивації персоналу. Стабільний колектив сприяє підвищенню якості обслуговування та зниженню витрат на навчання нових співробітників
Діджиталізація бізнесу	Впровадження сучасних технологій, таких як автоматизовані системи управління, CRM-платформи, аналітика продажів і маркетингу забезпечує підвищення ефективності операцій та оптимізації витрат
Унікальні пропозиції	Створення ексклюзивних продуктів або послуг, які виділяють ресторан серед конкурентів. Наприклад, оригінальні авторські страви, тематичні вечори чи партнерські програми з локальними виробниками

Джерело: сформовано авторами.

Сукупність цих напрямків формує комплексний підхід до забезпечення конкурентоспроможності, дозволяючи закладам не лише утримувати свої позиції, але й розширювати аудиторію та підвищувати прибутковість.

До цих складових слід додати орієнтацію на постійне вдосконалення якості продукції та послуг, адаптацію до змін у споживчих вподобаннях і потребах ринку, а також створення стійкого бренду, що викликає довіру і лояльність аудиторії. Злагоджена інтеграція цих елементів сприяє формуванню унікальної ціннісної пропозиції, яка не тільки допомагає підприємству досягти лідерських позицій, але й забезпечує довготривалу конкурентоспроможність. Це дозволяє компанії не лише успішно функціонувати на ринку, а й постійно збільшувати впізнаваність і популярність серед цільової аудиторії, закладаючи міцний фундамент для стійкого розвитку [8].

Оскільки конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю перевершувати конкурентів у задоволенні потреб споживачів, ефективності управління ресурсами та якості пропонованих послуг, тому аналіз і моніторинг конкурентного середовища, розробка унікальної стратегії позиціонування, а також виявлення та посилення ключових переваг стають невід'ємними складовими забезпечення успішного функціонування підприємств ресторанного господарства. Лише за умови комплексного



підходу до управління, що враховує як внутрішні, так і зовнішні фактори, підприємство здатне утримувати свої позиції на ринку та створювати конкурентну перевагу.

В галузі ресторанного бізнесу конкуренція має унікальні риси, які вирізняють її серед інших секторів економіки. Серед ключових аспектів впливу конкурентних сил можна виділити наступні (табл. 2).

Таким чином, особливості конкурентних сил у сфері ресторанного бізнесу вимагають від підприємств не лише постійної адаптації до умов ринку, але й стратегічного управління, яке враховує специфіку галузі і потреби споживачів [6].

Тобто, підприємства можуть досягати успіху в конкурентній боротьбі в ринковому середовищі лише за умов наявності чітких стратегічних орієнтирів, які визначають напрямки їхньої діяльності та слугують основою для розробки корпоративних стратегій. Стратегія підприємства повинна базуватися на чітко сформульованій та затвердженій місії, яка відображає основну мету його існування, довгострокові прагнення та ключові цінності.

Таблиця 2

### Ключові аспекти впливу конкурентних сил в галузі ресторанного бізнесу

Аспект	Характеристика
Задоволення споживача як центральна мета	Основним результатом діяльності підприємств ресторанного господарства є створення позитивного досвіду споживача через якісне надання послуг та забезпечення високого рівня комфорту. Це робить емоційний компонент обслуговування важливим фактором у конкурентній боротьбі
Масштаби бізнесу не визначають перевагу	У конкурентній боротьбі домінують не обсяги виробництва чи розміри підприємства, а здатність задовольняти потреби цільової аудиторії та створювати унікальну ціннісну пропозицію
Переважають середніх і малих підприємств	Ринок ресторанного господарства характеризується високою часткою невеликих закладів, які швидше адаптуються до змін у споживчих вподобаннях і пропонують більш персоналізовані послуги
Вагоме значення державного регулювання	Контроль за дотриманням санітарно-гігієнічних норм, вимог до якості сировини та готової продукції є важливим чинником, який впливає на конкурентоспроможність підприємств і формує загальні стандарти галузі
Конкуренція з домогосподарствами	Ресторанний бізнес змагається не лише із закладами громадського харчування, але й із домогосподарствами, які можуть забезпечити альтернативу приготування їжі в домашніх умовах. Це стимулює ресторани до створення особливих переваг, таких як унікальні страви, атмосфера або ексклюзивний сервіс

Джерело: сформовано авторами.

Формування стратегій підвищення конкурентоспроможності являє собою комплексний процес прийняття управлінських рішень, спрямованих на забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку. Цей процес охоплює розробку, адаптацію та впровадження стратегій, які здатні ефективно реагувати на виклики зовнішнього середовища, підтримуючи синергетичний зв'язок між ключовими компонентами організаційної системи.

Розробка стратегій конкурентоспроможності включає як реактивні, так і проактивні підходи, спрямовані на адаптацію до змін, підтримку балансу між внутрішніми ресурсами та зовнішніми викликами, а також забезпечення стійкого розвитку організації [5].

Для успішної реалізації зазначених стратегій підприємствам необхідно чітко визначити свої стратегічні цілі та оперативні завдання. У цьому контексті візуалізація стратегічного плану є важливим інструментом, що допомагає систематизувати ключові аспекти розвитку.

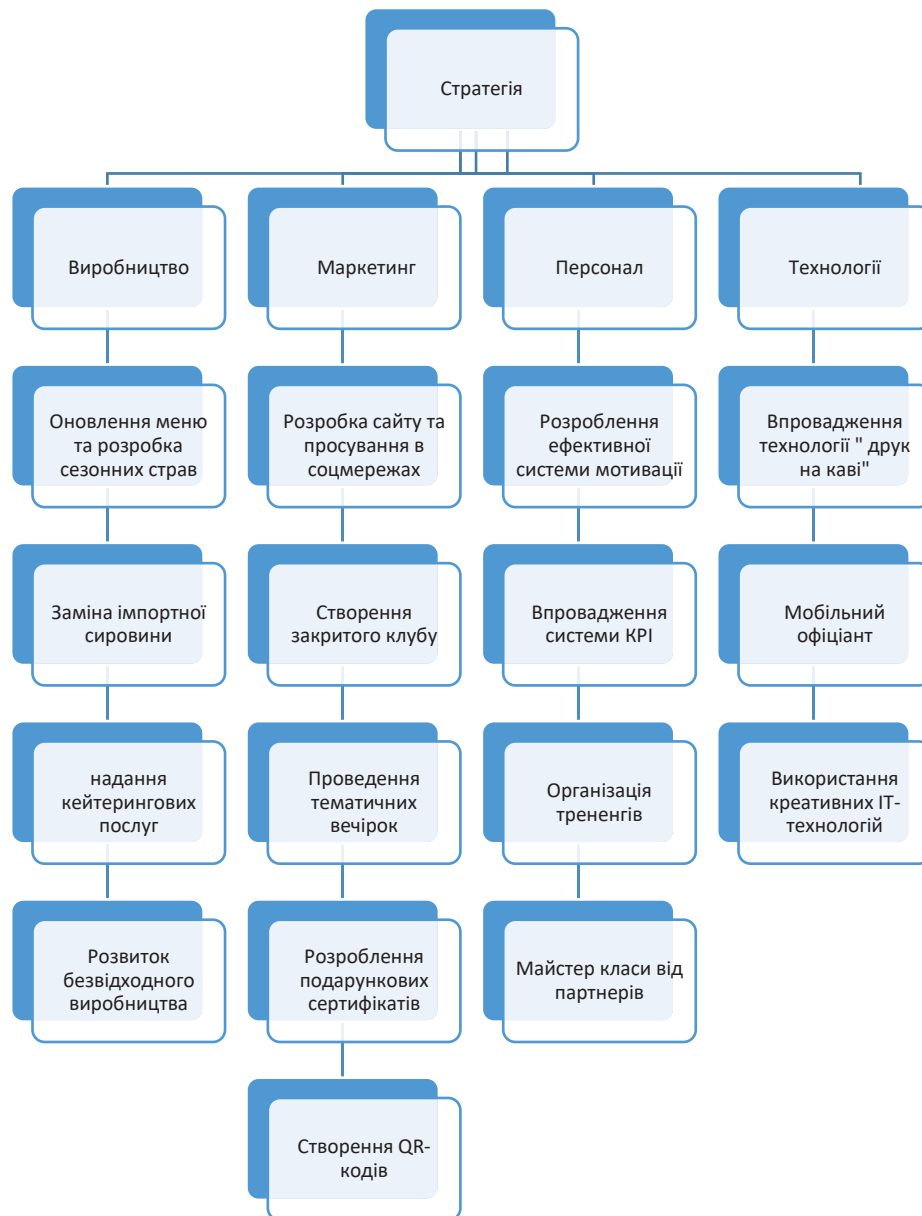
На рис. 1 представлено загальну стратегію підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу у вигляді дерева цілей, що демонструє основні напрями розвитку.

Дерево цілей є ефективним методом візуалізації стратегічного розвитку, який дозволяє структурувати процеси, підвищувати прозорість управлінських рішень та забезпечувати комплексний підхід до досягнення конкурентних переваг.

Для залучення нових клієнтів та утримання наявної аудиторії, керівництво закладу повинно забезпечувати регулярне оновлення меню. Оптимальна частота оновлень – не рідше ніж один раз на квартал. Перед тим як внести зміни до асортименту, важливо провести соціологічне дослідження або опитування клієнтів. Це дозволяє виявити їхні вподобання та визначити, які нові страви та напої вони хотіли б бачити у меню.

Важливим підходом є використання сезонних продуктів при розробці нових позицій меню. Використання локальних сезонних продуктів не лише сприяє зниженню собівартості виробництва, але й робить

кінцеві ціни на страви більш привабливими для клієнтів. Такий підхід також демонструє орієнтацію закладу на підтримку місцевих виробників та сталий розвиток [8].



**Рис. 1. Комплексна стратегія зміцнення конкурентних позицій підприємств ресторанного бізнесу**

*Джерело:* сформовано на основі [5].

Таким чином, стратегія оновлення меню із залученням думки клієнтів та акцентом на сезонність сприяє задоволенню запитів споживачів, підвищенню їхньої лояльності та забезпеченню конкурентоспроможності закладу.

Для забезпечення стабільного постачання свіжих продуктів та оптимізації витрат важливо віддати перевагу локальним інгредієнтам, замінивши дорогі імпортні компоненти на місцеву сировину. Співпраця з місцевими фермерами не лише сприяє скороченню витрат, але й забезпечує свіжість та високу якість продуктів. Такий підхід також підтримує розвиток місцевого агросектору, що відповідає сучасним тенденціям сталого розвитку. В умовах зростаючого інтересу до локальних продуктів ця стратегія стає дедалі популярнішою та відповідає очікуванням екосвідомих споживачів.

Фактори, що обумовлюють популярність вибору локальних продуктів, зокрема економія витрат, підтримка місцевих виробників і забезпечення унікальності ресторанного меню, гармонійно узгоджуються з основними принципами концепції Slow Food [6]. На основі цих ключових аспектів доцільно розробити





стратегію інтеграції концепції Slow Food у ресторанний бізнес, яка передбачає використання локальних продуктів на всіх рівнях функціонування закладу: від виробничих процесів до маркетингових заходів і програм розвитку персоналу. Такий підхід спрямований не лише на забезпечення стійкого розвитку, а й на збереження місцевих традицій і культурної спадщини, що відображено на рис. 2.



**Рис. 2. Процес впровадження та реалізації стратегії Slow Food з використанням місцевих продуктів у ресторанах**

*Джерело:* сформовано авторами.

Ця стратегія враховує сучасні виклики ресторанної індустрії, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності закладів через підкреслення автентичності пропозицій. Інтеграція локальних продуктів у повсякденну діяльність ресторану відповідає запитам екологічно свідомих споживачів, стимулює розвиток регіональної економіки та формує позитивний імідж бізнесу як відповідального та орієнтованого на сталий розвиток.

Враховуючи сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу, інтеграція локальних продуктів у концепцію «Slow Food» має значний потенціал для підвищення конкурентоспроможності закладів харчування [7]. Такий підхід не лише задовольняє зростаючий попит споживачів на якісну, натуральну та екологічно чисту їжу, а й сприяє підтримці місцевих фермерів та виробників, що є ключовим елементом філософії «Slow Food». Зокрема, акцент на використанні локальних інгредієнтів дає змогу створювати унікальні меню, які відображають регіональні традиції, а також зміцнювати імідж закладів як соціально відповідальних підприємств.

Першим етапом у реалізації цієї стратегії є дослідження ринку та аналіз конкурентного середовища. Цей крок має вирішальне значення, оскільки забезпечує базу для подальших дій та дозволяє оцінити потенціал використання локальних продуктів у конкретному регіоні.

На основі отриманих даних формується стратегічний план впровадження локальних продуктів, включаючи список інгредієнтів, які будуть інтегровані в меню, а також попередні ідеї щодо маркетингового просування. Такий підхід дозволяє не лише створити конкурентну перевагу, а й забезпечити гармонійний перехід до концепції «Slow Food», що відповідає сучасним очікуванням споживачів.

Другий етап передбачає розробку концепції та формування меню, що є ключовими складовими успішного запуску ресторанного бізнесу. На цьому етапі необхідно ретельно визначити позиціонування закладу на ринку, його унікальні характеристики, які вирізнятимуть ресторан серед конкурентів, а також детально окреслити цільову аудиторію.



Одним із пріоритетних завдань є створення меню, орієнтованого на використання локальних інгредієнтів. Це не лише підкреслює автентичність страв, але й сприяє підтримці місцевих виробників, що може стати важливою складовою соціально-відповідального бізнесу. Розробка меню включає створення оригінальних рецептів, які гармонійно поєднують регіональні кулінарні традиції із сучасними трендами гастрономії. Важливо також продумати цінову політику, забезпечуючи баланс між доступністю для споживачів і рентабельністю бізнесу.

Наступний етап зосереджений на організації логістики та налагодженні системи постачання, що є критично важливим для забезпечення стабільної роботи ресторану. Основним завданням цього етапу є пошук надійних місцевих постачальників, які можуть гарантувати регулярне постачання свіжих та якісних інгредієнтів. Використання локальних ресурсів не лише сприяє створенню автентичного меню, але й підтримує економіку регіону.

Підготовка персоналу є ключовим елементом ефективної стратегії розвитку бізнесу. Співробітники повинні не лише володіти глибокими знаннями про локальні продукти, але й розуміти специфіку їх приготування та презентації. Важливим аспектом є розвиток комунікативних навичок, щоб мати змогу професійно інформувати гостей про переваги використання місцевих інгредієнтів, зокрема їхню свіжість, екологічність та вплив на якість страв. Це сприяє створенню атмосфери довіри, посилює емоційний зв'язок між клієнтами та брендом, а також підвищує рівень їхньої лояльності, що в довгостроковій перспективі позитивно впливає на репутацію та конкурентоспроможність підприємства.

Наступним важливим етапом є маркетинг і просування, які спрямовані на інформування споживачів про використання локальних продуктів та підкреслення їхніх переваг. Основна мета цього етапу – донести до клієнтів цінність місцевих інгредієнтів, які не лише позитивно впливають на якість страв, а й сприяють підтримці місцевих виробників та сталому розвитку регіону.

Моніторинг і адаптація є безперервними процесами, які забезпечують гнучкість стратегії, дозволяють відповідати на виклики ринку та підтримувати високу конкурентоспроможність. Це не лише покращує економічну ефективність, але й зміцнює репутацію закладу як соціально відповідального бізнесу, який підтримує місцеву спільноту.

Таким чином, необхідно запропонувати практичні рекомендації для рестораторів, які прагнуть оптимізувати діяльність своїх закладів відповідно до принципів концепції Slow Food. Особливу увагу необхідно приділити методам впровадження локальних продуктів, розвитку стійких бізнес-процесів, побудови партнерських відносин із місцевими виробниками та формуванню довіри серед споживачів.

Практичні поради структуровано в табл. 3, що дозволяє систематизувати інформацію, полегшуючи її використання на практиці, крім того вони допоможуть рестораторам покращити якість обслуговування, підвищити екологічну свідомість клієнтів та забезпечити довгострокову конкурентоспроможність на ринку.

Ці рекомендації охоплюють основні аспекти функціонування ресторанного бізнесу, спрямовані на комплексне покращення його діяльності. Вони включають підвищення якості обслуговування, підтримку місцевих виробників та впровадження принципів стійкого розвитку, що є невід'ємною складовою сучасного ринку.

Особливий акцент зроблено на інтеграції локальних продуктів, які не лише відповідають актуальним запитам споживачів на екологічну та якісну продукцію, але й сприяють створенню унікальної пропозиції, що вигідно вирізняє заклад серед конкурентів. Більше того, принципи усвідомленого споживання допомагають формувати довіру клієнтів, збільшувати їхню лояльність і залучати нову аудиторію, орієнтовану на етичне та екологічно відповідальне споживання.

Рекомендації спрямовані на досягнення довгострокового успіху ресторанного бізнесу, дозволяючи закладам адаптуватися до змін у ринковому середовищі та задовольняти сучасні очікування споживачів, які надають перевагу якості, автентичності та стійкому підходу до споживання (табл. 3).

На основі аналізу ключових аспектів реалізації концепції Slow Food у ресторанному бізнесі можна зробити висновок, що успішна інтеграція цієї ідеї потребує багаторівневого підходу, який охоплює як екологічні, так і соціально-економічні аспекти. Тобто, успішна імплементація концепції Slow Food у ресторанній діяльності вимагає гармонійного поєднання економічних, соціальних та екологічних факторів, що дозволяє закладам не лише зміцнювати свою конкурентоспроможність, але й сприяти сталому розвитку суспільства загалом.



Таблиця 3

## Рекомендації для вдосконалення роботи ресторанів на основі концепції Slow Food

№	Напрямок	Пропозиції щодо вдосконалення
1	2	3
1	Сталий розвиток та ефективне використання ресурсів	<p>Оптимізація енергоспоживання та зменшення відходів передбачає впровадження енергоефективних технологій, таких як використання енергоощадного освітлення, раціоналізація споживання води та ресурсів на кухні. Також важливим є скорочення харчових відходів шляхом удосконалення процесу планування меню, зокрема через пропонування страв, що забезпечують повне використання всіх частин інгредієнтів.</p> <p>Компостування та переробка відходів є важливими кроками для зменшення екологічного впливу ресторанів. Рекомендується впроваджувати системи компостування на місці або налагоджувати співпрацю з підприємствами, що спеціалізуються на переробці харчових відходів, з метою зниження екологічного сліду закладів ресторанного бізнесу.</p>
2	Ефективна співпраця з місцевими постачальниками	<p>Довгострокові партнерські відносини спрямовані на формування стабільних і взаємовигідних зв'язків із місцевими фермерами та постачальниками. Це передбачає укладання довгострокових контрактів, які забезпечують безперерйне постачання свіжих і сезонних продуктів, сприяючи стабільності та взаємній довірі у співпраці.</p> <p>Підтримка малих фермерських господарств є ключовим напрямом у діяльності ресторанів, що прагнуть до сталого розвитку. Варто не лише співпрацювати з великими місцевими виробниками, але й віддавати перевагу малим фермерським господарствам, які спеціалізуються на вирощуванні органічної продукції без застосування пестицидів та хімічних добрив. Такий підхід сприятиме збереженню біорізноманіття та підтримці традиційних методів виробництва.</p>
3	Навчання персоналу	<p>Підвищення кваліфікації у сфері екологічних практик є важливим елементом сталого розвитку закладу. Рекомендується організувати тренінги для персоналу, спрямовані на ознайомлення з принципами сталого розвитку та концепцією Slow Food. Це дозволить співробітникам не лише впроваджувати екологічні практики у щоденну діяльність, але й ефективно комунікувати ці цінності гостям, підвищуючи їхню обізнаність та лояльність.</p> <p>Мотивація та залучення персоналу є важливими складовими успішного впровадження сталого розвитку в ресторані. Рекомендується стимулювати працівників через системи винагород, а також залучати їх до процесу розробки нових страв із використанням локальних продуктів. Такий підхід сприяє підвищенню рівня відповідальності, зацікавленості та творчого підходу персоналу, водночас підтримуючи цінності сталого розвитку.</p>
4	Інноваційні маркетингові підходи	<p>Підкреслення унікальності через використання локальних продуктів є потужним інструментом для формування впізнаваності ресторану та залучення гостей. Рекомендується впроваджувати маркетингові кампанії, які акцентують увагу на використанні місцевих інгредієнтів, зокрема сезонних продуктів. Це можна реалізувати через організацію тематичних заходів, таких як «сезонні меню» або «фестивалі локальних смаків», що дозволить не лише демонструвати підтримку місцевих виробників, але й створювати унікальний досвід для гостей, зміцнюючи зв'язок із громадою.</p> <p>Туристичні програми Slow Food відкривають можливості для ресторанів стати частиною гастрономічних турів або туристичних маршрутів. У межах таких програм туристам пропонується відвідувати заклади, які активно підтримують концепцію Slow Food, та насолоджуватися стравами, приготованими з локальних і сезонних продуктів. Це сприяє популяризації принципів сталого розвитку, підвищенню привабливості ресторану для туристів і розвитку місцевої гастрономічної культури.</p>
5	Залучення споживачів через інноваційні рішення	<p>Прозорість щодо походження продуктів є важливим аспектом зміцнення довіри клієнтів. Рекомендується проводити відкриті інформаційні кампанії, які надають гостям детальну інформацію про походження інгредієнтів. Це може включати дані про постачальників, фермерські господарства та використовувані методи виробництва. Такий підхід не лише підвищує обізнаність споживачів, але й демонструє відданість принципам якості, екологічності та підтримки місцевих виробників.</p> <p>Освітні заходи для споживачів є ефективним інструментом популяризації концепції Slow Food та формування емоційного зв'язку клієнтів із закладом. Рекомендується організувати майстер-класи з приготування страв або зустрічі з фермерами, які постачають продукти до ресторану. Такі заходи сприяють підвищенню обізнаності гостей про якість, походження та екологічну цінність продуктів, водночас створюючи унікальний досвід взаємодії з рестораном.</p>
6	Соціальна відповідальність та інтеграція з громадою	<p>Підтримка локальних ініціатив є важливим внеском ресторанів у розвиток громади та зміцнення їхнього соціального іміджу. Рекомендується активно долучатися до місцевих соціальних проектів, таких як підтримка сільськогосподарських ярмарків, організація благодійних заходів чи надання допомоги малозабезпеченим верствам населення через забезпечення доступу до якісних продуктів. Така діяльність не лише сприяє формуванню позитивного іміджу закладу, але й допомагає розвивати культуру взаємної підтримки та відповідальності.</p> <p>Залучення місцевих громад є ключовим аспектом сталого розвитку ресторанів, спрямованим на підтримку локальної економіки та зміцнення соціальних зв'язків. Рекомендується активно взаємодіяти з громадою через підтримку місцевих шкіл, громадських центрів або організацію культурних подій. Така діяльність сприяє створенню довіри та позитивного іміджу ресторану, а також підсилює його роль як соціально відповідального учасника локального середовища.</p>

Джерело: сформовано авторами.





**Висновки.** Запропонований алгоритм впровадження не лише сприятиме оптимізації бізнес-процесів у закладах ресторанного бізнесу, але й інтегрує їх у більш широкий контекст глобальної ініціативи, орієнтованої на популяризацію здорового харчування та підтримку принципів сталого розвитку.

Зважаючи на наведені рекомендації, ресторани, що впроваджують концепцію Slow Food, мають унікальну можливість не лише зміцнити свою конкурентоспроможність на ринку, але й відігравати провідну роль у просуванні ідей сталого розвитку. Орієнтуючись на потреби сучасних свідомих споживачів, які цінують екологічну відповідальність, підтримку локальних виробників та якісну автентичну кухню, такі заклади можуть стати прикладом для наслідування в індустрії гостинності.

Ресторани з цією концепцією здатні формувати нові стандарти відповідального бізнесу, інтегруючи екологічні, соціальні та економічні принципи у свою діяльність. Вони можуть активно реагувати на виклики сучасного ринку, такі як зростання попиту на прозорість, сталість та унікальність продуктів. Успішна реалізація таких стратегій дозволяє не лише залучати нових клієнтів, але й створювати довготривалі відносини з постійними споживачами.

Крім того, через освітню та просвітницьку діяльність, ресторани з концепцією Slow Food можуть сприяти поширенню культури свідомого споживання серед ширшого загалу, впливаючи на поведінку клієнтів і стимулюючи їх робити вибір на користь екологічно відповідальних практик. У результаті, такі заклади не лише відповідають вимогам сучасного ринку, але й стають важливим елементом глобального руху за сталий розвиток і відповідальне ставлення до ресурсів планети.

Перспективним напрямом майбутніх досліджень є комплексний аналіз досвіду впровадження концепції «Slow Food» у закладах ресторанного господарства України, зокрема, оцінка її впливу на гастрономічну культуру, стратегії маркетингу та сталий розвиток ресторанного бізнесу. Окрему увагу слід приділити дослідженню механізмів адаптації цієї концепції до локальних умов та особливостей споживчого попиту.

#### Література:

1. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес : менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 348 с.
2. Nechaiuk L. I., Telesh N. O. (2003) Hotelno-restoranniy biznes : menedzhment [Hotel and restaurant business: management]: navch. posib. Kyiv : Tsentr navchalnoi literatury, 348 p. [in Ukrainian].
3. Ставська Ю.В., Яхно Л.С. Формування конкурентних переваг ресторанного бізнесу в умовах Євроінтеграції. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2021. № 2 (56). С. 181-196. Stavska Yu.V., Yakhno L.S. (2021) Formuvannia konkurentnykh perevah restorannoho biznesu v umovakh Yevrointehratsii [Formation of competitive advantages of the restaurant business in the conditions of European integration]. *Ekonomika, finansy, menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky* [Economics, finance, management: topical issues of science and practice]. № 2 (56). P. 181-196. [in Ukrainian].
4. Горпинченко А.П. Особливості діяльності підприємств ресторанного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2021. № 1. С. 395-402. Horpynchenko A.P. (2021) Osoblyvosti diialnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva [Peculiarities of restaurant business activities]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh* [Economic strategy and prospects for the development of trade and services]. № 1. P. 395-402. [in Ukrainian].
5. П'ятницька Г. Т. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 9. С. 66–73. Piatnytska H. T. (2020) Suchasni trendy rozvytku restorannoho hospodarstva v Ukraini [Modern trends in the development of the restaurant industry in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and the state]. 2020. № 9. P. 66–73. [in Ukrainian].
6. Литвінова І., Литвінова О. Пріоритетні стратегії розвитку готельно ресторанного бізнесу в сучасних умовах. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції та стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу»*. Львів. 2022. С. 63 – 65. Litvinova I., Litvinova O. (2022) Priorytetni stratehii rozvytku hotelno restorannoho biznesu v suchasnykh umovakh [Priority strategies for the development of the hotel and restaurant business in modern conditions]. *Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Suchasni tendentsii ta stratehii rozvytku hotelno-restorannoho biznesu»* [Materials of the International scientific and practical conference “Modern trends and strategies for the development of the hotel and restaurant business”]. Lviv. P. 63 – 65. [in Ukrainian].
7. Кирніс Н.І. Аспекти конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 5(61). С. 135–140. Kurnis N.I. Aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva v suchasnykh umovakh [Aspects of competitiveness of restaurant enterprises in modern conditions]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli* [Scientific Bulletin of the Poltava University of Economics and Trade]. 2013. № 5(61). P. 135–140. [in Ukrainian].
8. Антошкова Н. А. Аналіз сучасного ринку рестораних послуг в Україні. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення»*. Львів, 2020. С. 203–205.



Antoshkova N. A. (2020) Analiz suchasnoho rynku restorannykh posluh v Ukraini [Analysis of the modern market of restaurant services in Ukraine]. Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Suchasni napriamy rozvytku ekonomiky, pidpriemnytstva, tekhnolohii ta yikh pravovoho zabezpechennia» [Materials of the International scientific and practical conference «Modern trends in the development of the economy, entrepreneurship, technologies and their legal support»]. Lviv, 2020. P. 203–205. [in Ukrainian].

8. Янковський О.Г. Конкуреноспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

Yankovskyi O.H. (2013) Konkurentospromozhnist pidpriemstva : otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia [Enterprise competitiveness: assessment of the level and directions for improvement]: monohrafiia. Odesa : Atlant, 470 p. [in Ukrainian].