

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сучасні процеси суспільного розвитку висувають нові вимоги до розвитку сфери послуг, як невід'ємної складової найважливіших показників соціально-економічного комплексу будь-якої країни. Змінюючись під впливом складних економічних процесів, сфера послуг відображає всю сукупність соціально-економічних проблем, їх динаміку та перспективи в бізнес середовищі. Військова агресія РФ призвела до змін в політичній, економічній та соціальній сферах життя України, прискорила її інтеграцію до Європейського співтовариства, впровадження нових технологій, а відповідно і необхідність удосконалення всіх сфер управління підприємствами ресторанного господарства.

Автоматизовані системи управління є базисом для створення інтегрованої системи ефективного управління закладом. Вони дають змогу скоротити час обслуговування гостей, зменшити витрати підприємства та оптимізувати рутинні операції, які є затратними у часі. Автоматизовані системи управління охоплюють процеси складського та фінансового обліку та аналізу, роботу кас-терміналів, роботу інтегрованого обладнання та подачу податкової звітності. Найяскравішими прикладами автоматизованих систем управління є «R-Keeper», «Poster», «Iiko» та «POS Sector».

Digital signage в широкому розумінні використовувалось десятки років назад у вигляді LED-тікерів та LED-відео стін. Хоча тільки нещодавно це стало одним з основних рекламних засобів [1].

Сфера ресторанного бізнесу в Україні на початок 2021 року залишилась

без багатьох відомих ресторанів, кафе і навіть ресторанних мереж. Приблизно 15% усіх закладів закрилися чи збанкрутували. Інші підприємства ресторанного господарства отримали менше 50% доходу порівняно з 2020 роком (рис.1).

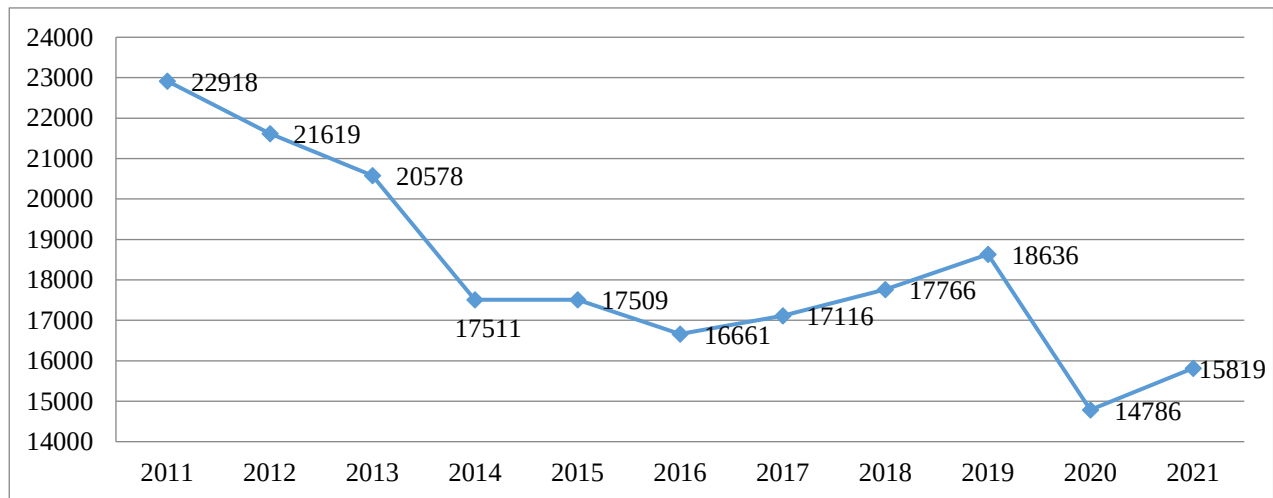


Рис.1. Динаміка розвитку ресторанного бізнесу в Україні за 2011-2021рр.

Згідно з аналізом статистичних джерел підприємства ресторанного бізнесу потрібно звернути увагу на 5 пунктів [2]:

- онлайн-пропозиції – знижкові програми (багато в чому це обумовлено зростання популярності онлайн-середовища);
- пошуковий маркетинг та дисплейна реклама (як зазначається у дослідженні, для невеликих організацій цей компонент може бути складний у реалізації без наявності партнерських відносин, а також спостерігається не дуже швидкий ROI);
- мобільний маркетинг (насамперед мобільна версія сайту, що дублює основні компоненти десктопної версії, а також, по можливості, – залежно від розмірів бюджету – наявність мобільного додатка);
- соціальні медіа (наявність акаунтів у соціальних мережах, ведення сторінок, оновлення контенту);
- Email-розсилки (з таргетованим контентом, чітко персоналізовані залежно від категорії, до якої було віднесено ту чи іншу людину в системі CRM, наприклад, якщо це батьки з дітьми, їм приходимуть розсилки з анонсами

дитячих свят або нового дитячого меню, а не запрошення на вечірки, які зацікавлять їх менше).

Щоб не втрачати актуальності серед споживачів та постійно виходити на якісно новий рівень надання послуг, підприємства ресторанної сфери мають займатися дослідженням інноваційних рішень, що з'являються на ринку, шукати на впроваджувати ті новітні технології, які є найбільш підходящими для певного закладу, таким чином підвищуючи свою інноваційну активність [3].

Технологічні новинки докорінно змінюють уявлення про наявні підходи до комунікацій та маркетингових стратегій: з'являється AR (additional reality) – у 2014 році McDonald's у рамках Чемпіонату світу з футболу випустила контейнери для картоплі, що стали частиною безкоштовної мобільної інтерактивної футбольної гри з доповненою реальністю. Це багато в чому сприяло зміцненню лояльності споживачів, збільшенню емоційного контакту з брендом, а тим самим – посиленню ролі підприємства серед конкурентів.

Висновки. В сучасних умовах розвитку сфери послуг та ресторанної сфери як її складової, коли збільшується конкуренція серед підприємств, споживач стає все вибагливішим, бажаючи кожного разу бути враженим як якістю та швидкістю надання послуг та приготування ресторанної продукції, так і новизною, незвичним рішенням та індивідуальним підходом, роль цифрових технологій в ресторанному господарстві стає більш значним. Оскільки правильно впроваджені в роботу закладу цифрові технології дають закладу можливість покращити якість продукції та підвищити рівень надання послуг.

Література:

1. Кравченко Р. Інновації в готельному бізнесі. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko21.htm
2. Digital Marketing Statistics for 2022, URL: <https://www.safaridigital.com.au/blog/digital-marketing-statistics/>
3. Гросул В.А., Чатченко О.Є. Інноваційні технології оновлення бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 21. С. 39-44.