

УДК 330.356

Гижко А.В., студентки 4 курсу гр.Ек-5,ФБСО
Науковий керівник: Травін В.В., к.е.н., доц. кафедри фінансів та цифрової економіки
Державний університет «Житомирська політехніка»

Цифрові канали комунікації для підприємств сфери ресторанного бізнесу

Цифрова трансформація є невід'ємною частиною стратегії розвитку ресторанного бізнесу. Вона позитивно сприймається клієнтами закладів харчування, адже значно покращує рівень обслуговування.

Впровадження цифрових рішень у ресторанний бізнес зазвичай проходить поступово і часто за ініціативи самих відвідувачів. Українці, подорожуючи світом і відвідуючи заклади харчування в різних країнах, часто вражені сучасними елементами обслуговування, такими як електронне меню замість паперових або термінали для замовлень, що замінюють спілкування з персоналом. Це пробуджує в них бажання бачити подібні зручності і в своїх містах.

Одним з таких рішень є впровадження та запуск on-line замовлень через мобільні додатки. Вони дозволяють розширити клієнтську базу та збільшити обсяги продажів. Клієнти ж можуть насолодитися різноманітною кухнею, не виходячи з дому. Онлайн-платформи автоматизують прийом замовлень, а система сповіщення забезпечує чітку координацію між кухнею, кур'єром та клієнтом. Це дозволяє скоротити час очікування замовлення та підвищити якість обслуговування.

Цифрова трансформація в ресторанній індустрії має багато тенденцій:

- активне використання потенціалу «хмари» – ресторани прискорили перехід до «хмари», щоб бути більш гнучкими та реагувати на мінливі ринкові умови;
- впровадження елементів «штучного інтелекту» – технології штучного інтелекту та аналітика в режимі реального часу відіграють ключову роль, допомагаючи ресторанам швидко оптимізувати затрати діяльності (розраховувати вартість страв, допустимих відходів продуктів тощо);
- використання можливостей омніканальності – можливість обслуговувати клієнтів безпосередньо через онлайн-канали стала як ніколи критичною для кожної галузі під час пандемії, і ресторанна індустрія не стала винятком;
- забезпечення екологічного розвитку – зростаюча чисельність споживачів безперечно хоче знати більше про їжу, яку вони купують, що змушує заклади харчування забезпечувати видимість ланцюга постачання за допомогою передових технологій, таких як Інтернет речей [2].

Цифрова трансформація в ресторанній сфері включає в себе автоматизацію багатьох процесів, від управління закладом до взаємодії з клієнтами. Завдяки цьому підвищується точність розрахунків, спрощується ведення бізнесу та розширюються можливості для залучення нових клієнтів. В результаті, ресторани стають більш ефективними та конкурентоспроможними на ринку.

Завдяки цифровому маркетингу ресторани отримують безмежні можливості для просування своїх послуг. Візуальні платформи, такі як Instagram і TikTok, дозволяють створювати яскравий і привабливий контент, який передає атмосферу закладу та викликає бажання відвідати його. Співпраця з інфлюенсерами та фуд-блогерами дозволяє розширити аудиторію та підвищити довіру до бренду. Тож наявність веб-сайту та регулярне його наповнення є важливою точкою дотику до клієнта та успішної діяльності ресторанного бізнесу.

Сучасні інструменти цифрового маркетингу зробили просування ресторанного бізнесу доступним для всіх. Навіть підприємці без глибоких знань в ІТ можуть легко створювати привабливий контент і залучати нових клієнтів. Соціальні мережі, такі як Instagram і TikTok, надають інтуїтивно зрозумілі інструменти для створення візуального контенту, а спеціальні платформи для бізнесу допомагають автоматизувати багато рутинних завдань.

Отже цифрова трансформація стала невід'ємною частиною сучасного ресторанного бізнесу. Впровадження нових технологій дозволяє ресторанам не тільки виживати, але й розвиватися в конкурентному середовищі.

Список використаних джерел:

- 1.Компанець К.А. Роль Інтернет-технологій у розвитку підприємства сфери послуг / К.А. Компанець, Т.А. Навродська, К.О. Мороз // Інтелект XXI. – 2018. – № 5. – С. 66–70.
2. Soest T. Digital transformation in the food industry: Trends, examples, and benefits / T.Soest [Electronic resource]. – Access mode : <https://cutt.ly/W0qXMiN>.
3. Ткачук В.О. Електронний бізнес: переваги та ризики в період цифрової трансформації / В.О. Ткачук, Т.Ю. Мельник, Ю.В. Богоявленська // Економіка, управління та адміністрування. – 2021. – № 4 (98). – С. 28–36.
4. Шестакова А.В к.е.н., доц. Д.І. Ярмольок. Напрями цифровізації ресторанного бізнесу– URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/275711> – Дата звернення: 27.10.2024