

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Полупан В.В., канд. техн. наук, доц.

Івашенко Б.С., магістрант

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У нашій країні спостерігається розвиток ресторанного бізнесу. Цей процес торкається майже кожного, оскільки споживачами ресторанних послуг значною мірою є усі мешканці та гості українських міст. Життя немислиме без відпочинку в затишному кафе чи ресторані. Співробітники багатьох підприємств та організацій користуються послугами ресторанів, кафе, буфетів під час робочого дня. Останніми роками дедалі більше людей вибирає як місце проведення банкетів з нагоди будь-яких урочистих заходів ресторани різного рівня та класу. Зараз усюди з'являються нові підприємства харчування, різні як за розміром, так і видом послуг.

Розвиток ресторанного бізнесу також має велике значення для створення та модернізації туристичної інфраструктури. На думку більшості дослідників, основним фактором, що стримував до війни розвиток в'їзного туризму в Україну, є відсутність індустрії туризму та гостинності, що відповідає сучасним міжнародним стандартам.

Оскільки послуги харчування є невід'ємною частиною туристичного пакету, наявність різних підприємств, які надають якісні послуги харчування, робить істотний внесок у формування іміджу міста (туристського центру).

Необхідними є дослідження питань управління на підприємствах харчування, а також розробка підприємницьких рішень у ресторанному бізнесі. Планування розвитку є одним з найважливіших елементів управління підприємницькою структурою, діяльність якої характеризується високим рівнем інновацій, високим ступенем ризику і вмінням адаптуватися до зовнішніх умов, що швидко змінюються.

В останні роки все більша увага приділяється розвитку інформаційних технологій. У зв'язку з цим актуальним завданням для підприємців та менеджерів середньої ланки стає впровадження автоматизованих систем управління у виробничий процес. Для вирішення питань управління розвитком підприємств потрібна наявність сучасних експертних систем, здатних виявляти різні проблемні ситуації та знаходити шляхи виходу з них. Постає об'єктивна необхідність науково-обґрунтованих економічних,

організаційних, соціально-психологічних та інноваційних методів управління підприємствами харчування у конкурентних умовах, а також розробка підприємницьких рішень, спрямованих на їх комплексний розвиток [1, 2].

Основою успіху будь-якого бізнесу є стійкі конкурентні переваги товарів та послуг, які полягають у розумінні споживачем їх відмінних властивостей.

Вирішенню цього завдання значною мірою сприяє використання брендінгу. Очевидно, що марки та бренди приносять величезну користь виробникам та споживачам, що гарантує виробникам продукції додатковий прибуток, забезпечуючи лояльність споживачів та самим зменшуючи вплив конкуренції на коливання обсягів продажу.

Якщо підприємство у ресторанному бізнесі має бренд і високу лояльність споживачів, це підприємство стає найбільш конкурентоспроможним за умов економічної кризи та має великі переваги. Зокрема, це пом'якшує реакцію споживачів на можливі коливання ціни, що відкриває можливості для розширення ресторанного бізнесу загалом [3, 4].

Варто зазначити, що при використанні відомих прийомів бренд-комунікації (реклама в ЗМІ, поштове розсилання, банерна реклама, зовнішня реклама, реклама всередині ресторану) для ресторанного бізнесу зараз ефективними є і такі комунікації, як іміджева реклама, використання інформаційних приводів для проведення заходів, партнерська реклама, піар ресторану, ресторанный аксесуари, реклама в інтернет. Проте дослідження показало, що кошти комунікацій використовуються ресторанами середньоцінового сегмента час від часу, не мають стратегічного характеру, не використовують постійних ключових цінностей і тому не сприяють формуванню впізнаваного бренду.

Список використаних джерел

1. Madeira A., Palrão T., Mendes A. S. The impact of pandemic crisis on the restaurant business // Sustainability. – 2020. – Т. 13. – №. 1. – С. 40.
2. Walker J. R. The restaurant: from concept to operation. – John Wiley & Sons, 2021.
3. Belbin R. M. Team roles at Work. Butterworth / Heinemann, Oxford, 2013.
4. Belbin R. M. Management Teams: Why They Succeed or Fail. Butterworth / Heinemann, Oxford, 2022.