

## ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Субот Т.П.

Національний авіаційний університет,

науковий керівник – Борисюк О.А., к.геогр.н., доцент

Інтенсивність глобального економічного розвитку та техно-глобалізації прискорює трансформацію постіндустріальної економіки в цифрову. У свою чергу, цифрова економіка призводить до формування нової цінності – даних, з появою відповідних бізнес-моделей та цифрових платформ. Така тенденція зумовлена інноваційним напрямком розвитку всіх без виключення галузей економіки, включаючи й ресторанний бізнес.

Разом з цим, сучасні умови роботи ресторанного бізнесу характеризуються значною турбулентністю ринкового середовища, соціально-політичною нестабільністю в країні та поглибленням фінансової кризи, що до нещодавно було значно ускладнено карантинними обмеженнями, пов'язаними з пандемією COVID-19, а зараз й воєнним станом в Україні.

За даними платформи для роботи з відкритими даними Opendatobot та експертів Poster, у 2019 році ринок ресторанного бізнесу України був представлений понад 50 000 закладів (рис. 1) [1].

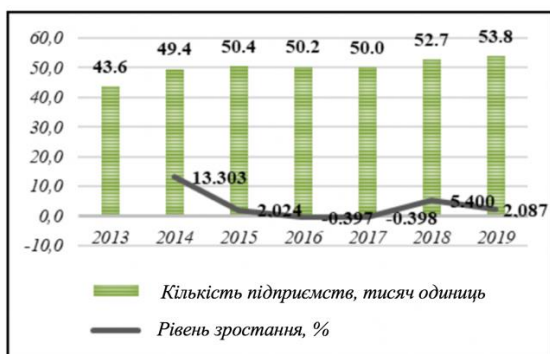


Рис. 1. Тенденції щодо кількості закладів ресторанного бізнесу у 2013-2019 рр.

Після двох тижнів суворого карантину 63% ресторанних закладів припинили роботу. Загалом за період суворого карантину було ліквідовано близько 12 тис. установ цієї групи як суб'єктів господарювання [1].

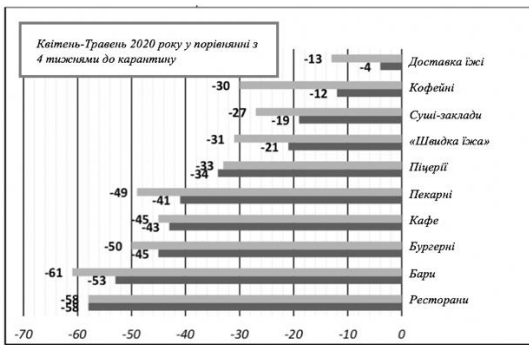


Рис. 2. Динаміка скорочення кількості закладів ресторанного господарства в період дії жорстких карантинних обмежень

Слід підкреслити, що у межах ресторанного бізнесу найбільш складні карантинні умови змогли витримати в основному ті підприємства, що здійснювали цільову доставку їжі або працювали «на виніс». Більшість із цих підприємств на той момент вже впровадили або оперативного впроваджували певні маркетингові та організаційні інновації, ефективність яких доповнилася підтримкою відповідних цифрових додатків і платформ. Цей приклад оперативної адаптації доводить доцільність дослідження діджиталізації як складового інструменту інноваційного розвитку ресторанного сегменту в сучасних умовах ведення бізнесу.

Одними з інструментів діджиталізації ресторанного бізнесу, що зробили відповідні підприємства конкурентоспроможними у зазначений період, зокрема, є наступні:

- а) онлайн-замовлення доставки їжі (через веб-сайти та спеціальні мобільні застосунки);
- б) управління процесом доставки їжі (спеціальні CRM-системи для організації доставки їжі; залучення спеціалізованих онлайн-платформ для доставки їжі);
- в) бронювання столів онлайн;
- г) попередні онлайн-замовлення їжі перед відвідуванням закладу;
- д) хмарний сервіс віддаленого управління діяльністю мережі закладів.

Відповідні інструменти мають як свої переваги, та і певні недоліки [3]. Серед переваг:

- Економія часу;
- Здешевлення послуги;
- Розширення каналів збуту;
- Збільшення рівня продажів;
- Можливість вибору способу оплати;
- Покращення іміджу підприємства за використання сучасних технологій;
- Додаткова реклама.

Серед недоліків:

- Недовіра до нової послуги;
- Додаткові витрати на рекламу та необхідні онлайн-застосунки.

Наразі поширені й багато інших інструментів діджиталізації ресторанного сегменту, включаючи широке застосування QR-кодів, CRM-систем з функцією онлайн-передання клієнтських замовлень на кухню, сервісів онлайн-збору клієнтських відгуків, онлайн-платформи для перегляду процесу приготування їжі у реальному часі тощо [2].

У будь-якому разі діджиталізація ресторанного бізнесу на сьогодні є його невід'ємною складовою. Цифрові технології допомагають підприємствам даного сегменту не тільки бути більш конкурентоспроможними за рахунок ефективної дистанційної комунікації з клієнтами, збільшення відвідуваності закладів, зменшення витрат, але й зробити надання послуг більш зручним та простим [3].

#### **Список використаних джерел:**

1. Джеджула О. М. Діджиталізація як основний фактор розвитку індустрії гостинності у країнах Євросоюзу / О.М. Джеджула, Л.О. Волонтир //Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2021. № 3 (57). – С. 194-210.
2. Цвілій С.М., Бублей Г.А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг. *International relations, part «Economic sciences»*, 2019, 1.20.
3. Ryanikova, E. A., et al. Digitalization of restaurant business as a factor of competitiveness increase. In: *Russian Conference on Digital Economy and Knowledge Management (RuDEcK 2020)*. Atlantis Press, 2020. p. 546-550.