

УДК 658.8

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Анастасія ДЕМ'ЯНЧУК

студентка

Науковий керівник: Лілія ІВАНОВА

канд. економ. наук, доцент кафедри

економіки та менеджменту

Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського (Україна)

Ресторанний бізнес є важливою складовою індустрії гостинності і водночас одним із засобів високоліквідного капіталу з високим рівнем конкурентності. Специфіка ресторанного бізнесу як галузі індустрії гостинності передбачає, по-перше, покращання якості життя людей (через екологічний аспект і естетичну насолоду); по-друге, постійні маркетингові комунікації з клієнтами; по-третє, інноваційну маркетингову політику і PR-діяльність. Інновації в ресторанному бізнесі – це оригінальні маркетингові дії, заради яких відвідувачам хочеться ще і ще приходити саме в цей заклад.

Ресторанний бізнес є одним з найперспективніших щодо інноваційного управління серед галузей індустрії гостинності. У зв'язку з цим, провідним напрямом підвищення ефективності діяльності підприємств ресторанного господарства стає розробка, планування, реалізація і контроль здійснення інноваційних рішень. Інновації для підприємств ресторанного господарства є найважливішим стимулятором їх ринкового зростання. Щорічно в Україні з'являється все більше закладів ресторанного господарства, що зумовлено, насамперед, зростаючою потребою людей в харчуванні та якісному проведенні дозвілля.

Інноваційними технологіями у маркетингу підприємств ресторанного господарства є різноманітні сучасні технології просування та вдосконалення послуг або продуктів. Для покращення та створення маркетингових методів можна розробити для закладу ресторанного бізнесу веб-сайт, а також

мобільний додаток; підключити та активно розвивати соціальні мережі, відповідно до трендів, де ділитися корисним контентом, підключати рекламу, повідомляти про оновлення у сервісі та іншу інформацію; створити автоматизованого бота та використовувати голосове управління у процесі роботи; розробити QR-код, а також підключити Wi-Fi; оновити дизайн продукції згідно з новітніми трендами; створити інтерактивне меню, систему онлайн-знижок, онлайн-бонусів та призів за промокодами та відмітками у соціальних мережах, таких як Instagram, Facebook, Tik Tok. Багато закладів ресторанного господарства, користуються послугами SMM-менеджера, який за допомогою соціальних мереж та власної професійної креативності розробляє детальну рекламу закладу, що допомагає потенційному відвідувачу краще і ближче познайомитись із закладом.

Отже, ресторанний бізнес є одним з провідних у сфері гостинності, де маркетингові інновації – рушійна сила, тому що у сьогоденні пріоритетами якості є набагато більше чинників, аніж їжа та обслуговування. Серед нововведень, які домінують у теперішній час, важливо виділити креатив новітніх ІТ-технологій, електронні меню, осучаснення інтер'єру, QR-код і безмежні можливості мобільного маркетингу. Ефективність і успішність роботи підприємства ресторанного господарства залежать від маркетингових інновацій, які також допомагають створити відомий, престижний бренд, що буде генерувати прибутки. Впровадження інноваційних технологій маркетингу в практику ресторанного бізнесу дасть змогу підвищити зацікавленість споживачів та збільшити попит на продукти/послуги.

Список використаних джерел:

1. Могилевець В. Специфіка інновацій ресторанного бізнесу. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38036/2/V_MSNTK_2022_Mogilevec_V-Specifics_of_restaurant_116-117.pdf
2. Федорова К. 8 порад для SMM ресторану: як ефективно просувати заклад у соціальних мережах URL: <https://joinposter.com/post/smm-dlya-restorana>