

2. Clow K., Baack D. Integrated advertising, promotion, and marketing communications. 2nd ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2011. 538 p.

3. Engel J.F., Warshaw M., SKinnear T. Promotional strategy: managing the marketing communications process. Chicago: IRWIN, 2012. 624 p.

4. Fill Ch. Marketing communications: frameworks, theories, and applications. London: Prentice Hall Europe, 2011. 515 p.

**Гаталяк О. М.**

*асистент,*

**Ганич Н.М.**

*асистент,*

**Філь М. І.**

*к.т.н., доцент*

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Упродовж останніх років у розвитку закладів ресторанного господарства окреслилася тенденція впровадження цифрових технологій у всі процеси виробництва. Це не просто тренд, який використовують, щоб догодити сучасній моді, а новий підхід до ведення ресторанного бізнесу.

За нещодавніми дослідженнями ритейлера Metro group і Школи готельного менеджменту Лозанни (Ecole hôtelière de Lausanne, EHL) 31% респондентів використовує цифрові рішення в сфері гостинності, 46% - не проти використання, 15% - планують використовувати і 8% - не готові їх використовувати. Серед основних напрямів інкорпорування:

- створення сайтів закладів ресторанного господарства;
- планування роботи підприємства;
- ведення бухгалтерії та обліку;
- виробничі процеси готування їжі;
- доставка готових страв, напівфабрикатів;
- замовлення на винос;
- бронювання столиків у режимі онлайн.

Процес впровадження цифрових технологій у виробничі процеси готування їжі, її доставку, зберігання, утилізацію називають фудтех (foodtech, food technology). Сума інвестицій у світовий фудтех-ринок у першій половині 2020 р. зросла на 15% – до 8,583 млрд дол з 7,439 млрд дол за аналогічний період минулого року [3].

Сьогодні спостерігаємо модифікації традиційної доставки – доставка наборів інгредієнтів для приготування страв за рецептами вдома; пропозиції для окремих груп споживачів: веганів, людей з несприйманням глютену, прихильників органічного харчування. Окрім доставки фудтех охоплює і інші напрями в ресторанному господарстві:

1. Виробництво. За допомогою передових технологій отримують натуральні заміники м'яса, створюють солодкі продукти без цукру, 3D-друк страв.

2. Тара, пакування. Розробка високотехнологічних рішень для пакування і зберігання їжі, що зберігають її властивості і безпечні для довкілля.

3. «Розумне» обладнання. «Розумні» печі, мультиварки, термогорнятка та інтелектуальні побутові прилади для кухні, які спрощують процес готування їжі. Так, «розумна» пічка виробництва компанії «June» може керуватися додатком смартфона, обладнана вмонтованою камерою, яка автоматично розпізнає 50 продуктів, пропонує відповідні рецепти, контролює температуру і передає зображення на смартфон.

4. Контроль якості. Розвиток проектів з автоматизації фермерських господарств, створення приладів для визначення складу продуктів, технології блокчейн.

5. Рекомендаційні сервіси. Додатки для вибору вина, портали відеорецептів, сервіси зі складання індивідуального раціону тощо.

Створення ондайн-платформ, таких як Wynd, DISH.co та ін. для комплексного управління ресторанами: контролю складських запасів, онлайн-продажу, роботи персоналу, складання звітів. Онлайн-платформа DISH.co пропонує окрім цифрових інструментів, покрокових інструкцій та корисних порад, створення сайту закладу; встановлення функціональної платформи для онлайн-бронювання столиків; впровадження додатку для планування графіку робіт персоналу закладу.

Серед доступних сервісів у ресторанному бізнесі також є використання цифрового меню, яке дозволяє адміністрації швидко його редагувати і вносити в нього нові страви; сенсорних планшетів для здійснення замовлень; POS систем у ролі касового апарату; використання QR- кодів для оплати замовлення за допомогою смартфона. За допомогою QR-коду ресторан також може повідомляти своїх відвідувачів про акції, лотереї, розіграші, активування нових різноманітних програм лояльності, влаштувати голосування, інтерактивні опитування і відгуки.

Прогнози щодо перспективних трендів у впровадженні цифрових технологій:

- використання великих даних (big data) (прогнозування вдалого місця для відкриття ресторану, створення ресторанів без столів, які працюють тільки на доставку)

- збільшення пропозиції продукції в спальних районах;

- рекомендація клієнтам страв і напоїв з урахуванням їхніх смаків та вподобань, спрогнозованих на базі його попередніх замовлень за допомогою цифрових технологій штучного інтелекту (Artificial Intelligence, AI) [2, с.100]

- роботизація в ресторанах як варіант оптимізації виробничих процесів;

– чат-боти для попереднього замовлення.

Застосування цифрових технологій у практику закладів ресторанного господарства не тільки дозволить залучити додатковий потік відвідувачів, поліпшити економічні показники діяльності підприємств і підвищити їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, але й забезпечить підвищення якості обслуговування гостей, більш повне задоволення їх потреб з урахуванням специфічних запитів окремих груп споживачів.

#### **Бібліографічний список:**

1. Ганич Н.М., Гаталяк О.М. Організація та технологія надання послуг харчування у закладах розміщення. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. Львів, 2013. Вип. 43. Ч. 2. С. 147-152.

2. Даниленко О.В., Зоценко Л.М., Братіцел М.Л. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (FoodTech) в Україні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т.30(69), №2. С.95-101. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU\\_econ\\_2019\\_30\(69\)\\_2\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2019_30(69)_2_21). (дата звернення 25.10. 2020)

3. Інвестиції у світовій фудтех-ринку за перше півріччя 2020 зросли на 15%. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2020/07/22/49272132/> (дата звернення 25.10. 2020)

4. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 304 с.

**Гнатів Н.М.**

*старший лаборант*

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ПРОСУВАННІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Готельний бізнес – один з базових і динамічних секторів туризму, що завжди безпосередньо впливає на туризм. Він сприяє розвитку туристських потоків, інтернаціоналізації капіталу, перерозподілу доходів між країнами, росту зайнятості населення й, зрештою, його добробуту. В умовах конкурентного ринку послуг гостинності, прагнення підприємств до отримання найбільшого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг, спонукає підприємства готельного бізнесу забезпечити не лише проживання та харчування, зумовлює необхідність розширення обсягу додаткових і супутніх послуг. Це збагачує зміст поняття "готельний бізнес", розширює сферу діяльності готельних підприємств, що надають послуги не тільки власного виробництва, але й суміжних галузей.

За умови жорсткої конкуренції готелі змушені запроваджувати інновації, шукати свою неповторну особливість, забезпечувати собі