СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ

Порсюрова І.П., Ботін М.С.
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

У контексті трансформаційних процесів сучасної економіки цифровізація ресторанного сервісу виступає важливим вектором стратегічного розвитку галузі громадського харчування. Інноваційні цифрові технології не лише оптимізують операційні процеси, а й формують нову модель споживчої поведінки, що базується на швидкості, персоналізації та безпеці обслуговування. У формуванні якості сервісу відіграє поведінка споживача, а саме визначає не лише стратегії розвитку ресторанного бізнесу, але й формати обслуговування, асортиментну політику та рівень цифровізації.

Споживач очікує не просто страву, а цілісний досвід – атмосферу, емоції, комфорт. Відповідно змушує ресторанні заклади адаптувати власні сервіси під індивідуальні потреби: впроваджуються гнучкі формати меню, варіанти для вегетаріанців, алергіків тощо. У зв'язку з тенденцією до прискорення ритму життя зростає попит на безконтактний сервіс, швидке обслуговування, онлайн-замовлення та доставку. Поведінкові зміни споживача стимулюють впровадження мобільних застосунків, електронних меню, самообслуговування.

Цифрова трансформація передбачає широке впровадження автоматизованих систем управління (POS, ERP, CRM), які забезпечують ефективний облік, аналітику споживчих переваг, фінансовий контроль і кадровий менеджмент. На основі аналізу Big Data формуються індивідуальні пропозиції для клієнтів, що сприяє підвищенню їхньої лояльності. Технології штучного інтелекту дозволяють адаптувати інтерфейс взаємодії до особистих уподобань споживача.

Автоматизовані кухні, системи самообслуговування, роботи-офіціанти та використання інших креативних технологій життєвої реальності забезпечують підвищення якості обслуговування та створення унікального клієнтського досвіду. Інтеграція з мобільними платформами, застосунками для доставки, системами онлайн-бронювання дозволяє розширити охоплення споживачів та зменшити розрахункові витрати.

На сьогодні ресторанні заклади активно використовують сучасні інструменти цифрового маркетингу (таргетинг, SMM, контент-стратегії), що базується на аналізі поведінкових даних споживачів та сприяє підвищенню ефективності рекламних кампаній.

Проте необхідно зазначити, що цифровізація вимагає формування надійної системи кіберзахисту, яка включає захист персональних та фінансових даних, а також дотримання норм міжнародного права у сфері цифрової безпеки.

Отже, стратегічні напрями цифровізації ресторанного сервісу охоплюють комплексну трансформацію бізнес-моделі, орієнтовану на інноваційно-креативних технологіях, ефективність та клієнтоцентризм. Вони виступають важливою передумовою підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери ресторанного обслуговування на національному та глобальному рівнях.