

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЕЗКОНТАКТНИХ ПОСЛУГ У
РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»**

(на матеріалах кав'ярні «Simple Coffee bar»)

Здобувача вищої освіти
3 курсу, групи ГРС-31зс,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Козуляк
Олени
Андріївни

Науковий керівник
кандидат економічних наук

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ БЕЗКОНТАКТНИХ ПОСЛУГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	5
1.1 Сутність та значення безконтактних послуг в сучасних умовах	5
1.2 Характеристика видів безконтактних послуг в ресторанному бізнесі	9
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ БЕЗКОНТАКТНИХ ПОСЛУГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «SIMPLE COFFEE BAR».....	17
2.1 Організаційно-економічна характеристика закладу.....	17
2.2. Оцінка системи безконтактних послуг кав'ярні «Simple».....	24
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БЕЗКОНТАКТНИХ ПОСЛУГ У ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «SIMPLE COFFEE BAR».....	31
3.1 Вдосконалення методів безконтактного обслуговування.....	31
3.2 Підвищення кваліфікації персоналу закладу	38
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46
ДОДАТКИ.....	51

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В процесі діяльності, різні технології давно використовуються в ресторанній індустрії, але з часом вони стали незамінними.

Підсумовуючи, можна сформулювати таке визначення поняття безконтактна система замовлення – це апаратне або програмне рішення, яке дозволяє клієнтам робити замовлення та оплачувати вибрану їжу та напої, не стоячи в черзі біля каси та не передаючи готівку

В умовах пандемії та швидкому зросту конкуренції, ресторани, які швидко пристосовувалися до технологічного прогресу, який прогресував з часом, захопили та утримали більше клієнтів. Від систематичної онлайн-доставки до обіду в повністю автоматизованому ресторані, технологічні інновації виправдовують високі очікування клієнтів.

Оцифрування та покращення ресторанних технічних послуг встановлюють нові стандарти в індустрії їжі та напоїв. Використання безконтактних методів обслуговування таких, як голосові технології в процесі обслуговування, використання чат ботів та QR-кодів, терміналів самообслуговування та мобільних застосунків, спеціального програмного забезпечення та CRM-систем значно полегшить та пришвидшить процес обслуговування клієнтів. Тому ресторани інвестують у технології, які нададуть їм перевагу для кращої адаптації до потреб споживачів.

Кав'ярня «Simple» є перспективним молодим закладом, що має велику популярність серед місцевого населення. В процесі своєї діяльності кав'ярня «Simple» має лінійно-функціональну структуру управління.

Основним видом діяльності якої є надання послуг, пов'язаних з продажами різноманітних напоїв (кава, чай, коктейлі тощо). Працює у форматі кава to go – тобто невелика мобільна кав'ярня з кавою та гарячими напоями навинос.

Кав'ярня «Simple» є успішним закладом де розроблений маркетинговий

план розвитку, оптимізовані виробничі процеси, має довготривалі контракти з постачальниками, що суттєво впливає на її ефективність господарювання. За рахунок отриманого прибутку планується здійснити модернізацію обладнання щодо обслуговування клієнтів, впровадження більш ширшої системи безконтактного обслуговування, а також розширити літню терасу для збільшення кількості відвідувачів в теплу пору року.

Для залучення клієнтів, кав'ярня «Simple», впроваджує систему лояльності, акційні пропозиції, розробляє меню (звичайне та сезонне), цінову політику та стандарти обслуговування з урахуванням особливостей поведінки сегментів покупців, на які орієнтується кав'ярня. А наявність мінімальних безконтактних способів обслуговування та відповідності конкурентам в аспекті надання послуг, стає вирішальним фактором в процесі залучення клієнтів.

Для збереження конкурентних позицій, необхідно йти в ногу з часом. Так, використовуючи в процесі діяльності кав'ярні «Simple» сучасні методи безконтактного обслуговування та використання новітніх методів просування закладу можна досягнути успіху. Приваблення нових клієнтів та збереження постійних є головною метою кав'ярні, що сприятиме збільшенню прибутку.

Ведення соціальних мереж та створення сайту кав'ярні «Simple» дозволить більш ефективніше висвітлювати акційні пропозиції, новинку та фішки закладу. Використання електронного меню, QR-кодів для його перегляду чи оплати замовлення значно прискорить процес обслуговування. Впровадження системи CRM та управлінського обліку забезпечить ефективне ведення облікової документації та процесу роботи кав'ярні, неодмінно призведе до досягнення основної мети.

Невід'ємним елементом якісного обслуговування є постійне навчання та освоєння персоналом закладу нових способів та методів безконтактного обслуговування. Систематичне проходження різноманітних курсів, семінарів забезпечить якісне обслуговування клієнтів за допомогою системи безконтактного обслуговування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базалук Л.Б. Використання QR-кодів у закладах ресторанного господарства. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/32132/1/4.pdf> (дата звернення: 04.04.2023).
2. Безносюк Л.А. Системний підхід до підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти. *Розвиток освіти і науки: проблеми, теорія, досвід і перспективи: матер. II заоч. Всеукр. нау.-практ. конф. Електронне видання*. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2021. С.14-17.
3. Булбук Д. М., Діброва Т. Г. Основні засади розробки програми лояльності на підприємстві. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12074/1/2008_5_11_Bulbuk.pdf (дата звернення: 23.04.2023).
4. Волкова В.В., Птащенко О.В., Цинцкіладзе А.Р. Використання інтернет-технологій для створення рекламної концепції ВНЗ. *Матеріали II Всеукраїнської наукової інтернет-конференції «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи»*, м. Київ, 7 грудня 2017 р. К.: КНУТД, 2017. С. 377 – 384.
5. Впровадження безконтактних платежів у вашому ресторані. URL: <https://www.sapaad.com/contactless-payments-at-your-restaurant/>. (дата звернення 11.04.2023)
6. Даниленко О.В. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (foodtech) в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2019. № 2. С. 95–101.
7. Дослідження онлайн-попиту на доставку продуктів та готової їжі URL: <https://olshansky.ua/blog/doslidzhennya-onlajn-popitu-na-dostavku-produktiv-ta-gotovoї-їzhi/> (дата звернення 18.04.2023)
8. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного. Вид. 2-ге. К.: КНЕУ, 2004. 528 с.

9. Завадинська О.Ю., Ліфіренко О.С., Довга О.О. Підвищення лояльності клієнтів в закладах харчування готельно-ресторанних комплексів шляхом впровадження інтерактивних електронних систем. *Ефективна економіка*, 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=8&w=%D0%9E.+%D0%A1.+%D0%9B%D1%96%D1%84%D1%96%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE> (дата звернення: 04.04.2023).
10. Іваннікова М. М. Маркетингове управління лояльністю споживачів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, №3. 2014. С. 62-70.
11. Карпова К.С. Мовний портрет кулінарного блогера. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2017. Вип. 59. С. 82–89.
12. Князик Ю. М., Лебідь Т. В. Формування лояльності споживачів як один з напрямків збільшення прибутковості підприємства. *Інститут підприємництва та перспективних технологій при Національному університеті «Львівська політехніка»*. Львів, 2006. С. 86-90.
13. Козуляк О.А. Перспективи розвитку безконтактних послуг в ресторанному бізнесі: вплив пандемії Covid-19 та введення інноваційних технологій (на прикладі кав'ярні «Simple»). *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип.174. С.332 – 339.
14. Кухарська Н. П., Кухарський В. М. Вплив соціальних мереж на корпоративну, інформаційну та економічну безпеку. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 741. С. 214-217.
15. Лисюк Т. В., Терещук Т. В., Пак Т. О. Програми лояльності споживачів як перспективний напрям інноваційної діяльності ресторанних підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, 2017, №27, С. 116 – 119.
16. Ніколайчук О.А. Антикризове управління прибутковістю підприємств сфери гостинності в умовах COVID. *Торгівля та ринок України*. 2020. Вип. 2

(48). С. 59-68.

17. Опитування підприємців: як пандемія коронавірусу вплинула на ведення бізнесу URL: https://biz.censor.net.ua/resonance/3183985/opros_predprinimateleyi_kak_pandemiya_koronavirusa_povliyala_na_biznes (дата звернення 12.04.2023).

18. Офіційна сторінка кав'ярні «Simple» в мережі інстаграм URL: <https://instagram.com/simple.coffee.bar?igshid=YmMyMTA2M2Y=> (дата звернення 10.03.2023).

19. Офіційний сайт Держкомстату України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 18.04.2023).

20. Офіційний сайт мережі ресторанів «McDonalds». URL: <https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua.html>. (дата звернення 24.03.2023).

21. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.

22. Пилипенко О. С. Формування програм лояльності споживачів в контексті інноваційного маркетингу вітчизняних підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. С. 139-143.

23. Пиріг С.О., Нужна О.А. Інформаційні технології та їх використання на підприємствах України. *Економічний форум*, 2014. № 3. С. 190-195.

24. Піддубний І., Піддубна Л. Теорія конкурентоспроможності: сучасний стан і предметно методологічні аспекти розвитку. *Економіка України*. 2006. № 8. С. 7-22.

25. Радзінькова М. Ю. Соціальні мережі як засіб системи маркетингових комунікацій сучасних підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» Серія: «Економічні науки»*. 2018. № 7 (15). С. 69-74.

26. Сорока Л. Іваненко І. Діагностика поточного стану та тенденцій розвитку підприємства ресторанного господарства в Україні URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/56-60_31.pdf (дата звернення 22.04.2023).

27. Стили керування URL: <https://pidru4niki.com/74371/ekonomika/>

stili_keruvannya (дата звернення 01.05.2023).

28. Телеграм-бот для доставки їжі компанії Roll Club. URL: <https://artjoker.ua/raboty/chat-bot/roll-club/> (дата звернення 21.04.2023).

29. Тетерятник Б. С. Тенденції діджиталізації та віртуалізації як вектор сучасного розвитку світового господарства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція*. 2017, 29 (2). С. 21-23.

30. Тетерятник Б. С. Тенденції діджиталізації та віртуалізації як вектор сучасного розвитку світового господарства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція*, 2017. Вип. 29(2). С. 21-23.

31. Ткачук В.О. Електронний бізнес: переваги та ризики в період цифрової трансформації. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 4 (98). С. 28–36.

32. Управління конкурентоспроможністю підприємств: підручник / за заг. ред. д-р. екон. наук., проф. Г.Т. П'ятницької. К.: Вид. дім «Кондор», 2017. 700 с.

33. Фалович В.А. Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції. Тернопіль : ФОР Шпак В.Б., 2021. 351 с.

34. Якушев О. Інноваційні технології в управлінні бізнеспроцесами підприємств сфери готельно-ресторанних та туристичних послуг. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2020. Т. 3. № 2. С. 195-208.

35. QR-коди, автомати для замовлення, доставка на паркувальний майданчик. Якими будуть ресторани швидкого обслуговування URL: <https://mc.today/uk/qr-kodi-avtomati-dlyazamovlennya-dostavka-na-parkuvalnij-majdanchik-yakimi-budut-restoranishvidkogo-obslugovuvannya/> (дата звернення 11.05.2023).

36. Kwon, J. M., Bae, J. i., & Blum, S. Mobile applications in the hospitality industry. *Journal of Hospitality Tourism Technology*, 2018. 192 с.

37. Lee, Y. S. Hospitality industry web-based self-service technology adoption model: A cross-cultural perspective. *Journal of Hospitality Tourism Research*, 2016. 197 с.

38. Mejia, C. Influencing green technology use behavior in the hospitality

industry and the role of the “green champion”. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 2021. 557 с.

39. San Martín, H., & Herrero, Á. Influence of the user’s psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 2020. 350 с.

40. Top Restaurant Technology Trends Report 2023. URL: <https://www.posist.com/restaurant-times/features/restaurant-technology-trends-2020.html>. (дата звернення 15.04.2023)

41. Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *Mis Quarterly*, 2016. 178 с.

ДОДАТКИ