

УДК-00

Яткина А.А.

студент

Научный руководитель: Рябчикова Т.А.,

доцент кафедры менеджмента

Томский Университет Систем Управления и

Радиоэлектроники

**ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТОВ ПО
ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО
ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Аннотация: в условиях стремительной цифровизации экономика и бизнес-стратегии кардинально меняются. Предприятия общественного питания, от ресторанов до кафе и закусочных, вынуждены адаптироваться к новым требованиям рынка. В данной статье рассматриваются особенности разработки проектов по продвижению услуг предприятий общественного питания в условиях цифровизации, акцентируются ключевые аспекты и инструменты, которые способствуют успешному продвижению.

Ключевые слова: цифровизация, общественное питание, продвижение услуг, взаимодействие с клиентами.

Yatkina A.A.

student

Scientific supervisor: T.A. Ryabchikova,

Associate Professor of the Department of Management

FEATURES OF PROJECT DEVELOPMENT FOR THE PROMOTION OF CATERING SERVICES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Abstract: in the context of rapid digitalization, the economy and business strategies are changing dramatically. Catering companies, from restaurants to cafes and snack bars, are forced to adapt to the new market requirements. This article examines the specifics of developing projects to promote catering services in the context of digitalization, highlights the key aspects and tools that contribute to successful promotion.

Keywords: digitalization, catering, service promotion, customer interaction.

Актуальность данной статьи заключается в быстром изменении бизнес-среды и росте конкуренции. Цифровизация открывает новые возможности для взаимодействия с клиентами, позволяя эффективно использовать онлайн-платформы, социальные сети и приложения для привлечения и удержания клиентов. В настоящее время необходимо учитывать новые привычки потребителей, формирующиеся под воздействием технологий. Исследование поможет выявить эффективные стратегии и инструменты для успешного продвижения услуг, что особенно важно для адаптации бизнеса к современным реалиям и повышению его конкурентоспособности.

Цель написания научной статьи на данную тему заключается в анализе и выявлении ключевых факторов, влияющих на успешное продвижение услуг ресторанов и кафе в условиях растущей цифровизации. В статье рассматриваются современные инструменты и технологии, такие

как социальные сети, мобильные приложения и онлайн-маркетинг, а также стратегии, позволяющие предприятиям адаптироваться к новым условиям рынка, повысить свою конкурентоспособность и улучшить взаимодействие с клиентами.

Цифровизация охватывает все сферы жизни, включая бизнес-среду, что в частности затрагивает предприятия общественного питания. С развитием технологий изменяются не только способы общения с клиентами, но и подходы к маркетингу, продвижению и продажам. Основной задачей предприятий становится не просто привлечение клиентов, а создание стойкой конкурентной позиции на цифровом рынке [1].

Гипотезой является внедрение цифровых технологий в стратегию продвижения услуг предприятий общественного питания, которое значительно увеличивает их конкурентоспособность и привлекает больше клиентов, чем традиционные методы маркетинга.

Основные направления цифровизации в общественном питании:

1) Использование социальных сетей

Социальные сети, такие как Instagram, Facebook, Telegram и TikTok, стали важными каналами для продвижения услуг. Предприятия общественного питания могут использовать визуальный контент для демонстрации своих блюд, а также активные акции и конкурсы для вовлечения потребителей.

2) Онлайн-заказы и доставка

Рост популярности онлайн-заказов и услуг доставки требует от предприятий адаптации своих процессов. Платформы для доставки, такие как Яндекс.Еда и Delivery Club, становятся важными партнерами, а собственные приложения и сайты – необходимостью.

3) Веб-сайты и SEO

Создание и оптимизация веб-сайтов позволяет предприятиям быть более доступными для клиентов. Правильная SEO-оптимизация помогает улучшить видимость сайта в поисковых системах, что ведет к увеличению числа заказов.

4) Программа лояльности и CRM-системы

Внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и программ лояльности позволяет собрать данные о предпочтениях клиентов и создавать персонализированные предложения, что значительно повышает уровень удовлетворенности и удержания клиентов [2].

Разработка проектов по продвижению услуг в условиях цифровизации включает несколько ключевых этапов:

Этап 1: Анализ рынка

Перед началом разработки проекта важно провести детальный анализ рынка, включая изучение конкурентов, целевой аудитории и актуальных трендов в области общественного питания.

Этап 2: Определение целей и задач

Цели продвижения могут варьироваться от увеличения числа клиентов до повышения осведомленности о бренде. Важно четко формулировать задачи, которые будут помогать в достижении поставленных целей.

Этап 3: Выбор инструментов

На данном этапе необходимо выбрать подходящие инструменты для продвижения. Это может быть контекстная реклама, SMM, email-рассылки и другие методы, соответствующие специфике бизнеса.

Этап 4: Реализация и мониторинг

Реализация проекта должна сопровождаться регулярным мониторингом его эффективности с использованием аналитических инструментов. Это позволит корректировать курс продвижения и принимать обоснованные решения [3].

Преимущества цифровых технологий в продвижении:

— Снижение затрат. Использование цифровых инструментов позволяет оптимизировать расходы на рекламу. Например, таргетированная реклама в социальных сетях более экономична, чем традиционные методы продвижения.

— Оперативность. Инструменты цифрового маркетинга позволяют реагировать на изменения на рынке в режиме реального времени.

— Доступ к широкой аудитории. Интернет и мобильные приложения обеспечивают взаимодействие с клиентами в любом регионе.

Несмотря на многочисленные преимущества, цифровизация сопровождается рядом проблем:

— Киберугрозы. Уязвимости в системах безопасности могут привести к утечке данных клиентов.

— Сложности интеграции. Не все предприятия готовы к внедрению новых технологий из-за отсутствия ресурсов или квалифицированного персонала.

— Конкуренция за внимание. Высокая плотность информации в цифровой среде усложняет привлечение внимания клиентов [4].

Таким образом, цифровизация предоставляет новые возможности для предприятий общественного питания, однако требует от них быстрой адаптации и применения новых подходов к продвижению услуг. Комплексный подход к разработке проектов, основанный на современных инструментах и анализе рынка, способен обеспечить успешное продвижение и создание устойчивого бизнеса в условиях цифровой экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Негреева В.В., Кочегарова Т.С. Анализ инструментов цифровизации в сфере общественного питания / Трансформация социально-экономического пространства России и мира: Сборник статей международной научно-практической конференции / под ред. Г.Б. Клейнера, Х.А. Константиныди, В.В. Сорокожердьева. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2021. – С. 107-112 (192 с.)

2. Смирнов Е.Н. Эволюция инновационного развития и предпосылки цифровизации и цифровых трансформаций мировой экономики // Вопросы инновационной экономики. 2018. Том 8. № 4. С. 553-564.

3. Косарева И.Н., Самарина В.П. Особенности управления предприятием в условиях цифровизации // Вестник Евразийской науки. 2019. № 3. [Электронный ресурс]: Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-predpriyatiem-v-usloviyah-tsifrovizatsii/viewer> (дата обращения 03.03.2025).

4. Рождественская Л.Н., Рогова О.В., Чередниченко Л.Е. Особенности цифровой трансформации предприятий индустрии питания // Креативная экономика. 2020. Том 14. № 6. С. 1137–1154.