

замовлень або програм лояльності спонукала б їх частіше використовувати послуги онлайн-замовлень [5].

Таким чином, використання інструментів компанії Meta надає ресторанному бізнесу широкі можливості для ефективного просування своїх послуг і залучення нових клієнтів. Креативний підхід до створення рекламних кампаній, правильна сегментація цільової аудиторії та персоналізовані повідомлення дозволяють досягти високих результатів у сфері маркетингу. Розвиток бренду в інтернеті, стимулювання онлайн-замовлень та використання інноваційних інструментів Meta є важливими складниками успішного функціонування сучасного ресторанного бізнесу в умовах конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Початок роботи з інструментами Meta для бізнесу. URL: <https://business.facebook.com/create> (дата звернення: 02.09.2024).
2. Про кастомізацію креативів для різних місць розміщення. URL: <https://www.facebook.com/business/help/1044825198987622?id=369787570424415> (дата звернення: 21.09.2024).
3. Створення групи оголошень у Meta Ads Manager. URL: <https://www.facebook.com/business/help/1022916918124488?id=649869995454285> (дата звернення: 20.09.2024).
4. Amplify your B2B marketing with Meta. URL: <https://www.facebook.com/business/industries/b2b#inspire-shoppers> (дата звернення: 10.10.2024).
5. Gen Z In-Focus: Diet and Dining Trends of Young Adults Today Versus Five Years Ago. URL: <https://civicscience.com/gen-z-in-focus-food-diet-and-dining-trends-of-young-adults-today-versus-five-years-ago/> (дата звернення: 23.10.2024).

Ткачук Р.М.

магістр гр. ТУМ-24-1 спеціальності «Туризм і рекреація»

Побігун О.В.

кандидат географічних наук,

доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

м.Івано-Франківськ, Україна

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В СФЕРІ КАВ'ЯРНОГО БІЗНЕСУ

Ще COVID-19 порушив звичний порядок і створив додаткові проблеми для бізнесу. У плануванні та стратегії закріпилися слова «діджиталізація», «безпека», «економія» та пошук варіантів, які дозволять підтримувати бізнес і приносити прибуток. Діджиталізація кав'ярні – це не просто тренд, а необхідність для сучасного бізнесу. Вона дозволяє підвищити ефективність, залучити нових клієнтів та покращити взаємодію з існуючими. Серед ключових напрямків діджиталізації кав'ярні - це впровадження смарт-пристроїв. Завдяки розумній кав'ярні можна запропонувати своїм клієнтам нові послуги, які стануть додатковим джерелом доходу. *Але потрібно розуміти, коли краще*

використовувати професійну машину, а коли суперавтоматизоване обладнання [1].

Розумні кав'ярні варто використовувати, коли ми маємо справу з великим потоком людей, наприклад, в аеропортах, на автозаправних станціях, у мережах швидкого харчування чи супермаркетах, де клієнти поспішають і не хочуть витратити час у чергах. **Перевагами смарт кав'ярень є те, що вони в тренді:** зони самообслуговування допоможуть швидко та безпечно надати послугу; це є готовий автоматизований продукт - фахівці допоможуть підібрати необхідне місце в приміщенні та встановити обладнання, забезпечать наявність необхідних комплектуючих, проконтролюють ремонтпридатність обладнання та проведуть навчання; доступний та зрозумілий інтерфейс; немає необхідності наймати та навчати персонал (бариста, адміністраторів, касирів) для створення та керування додатками тощо. Проте у цьому бізнесі є й певні мінуси: деякі машини не працюють належним чином при мінусовій температурі; якщо автомати не в супермаркеті, то їх іноді можуть пошкодити, зіпсувати або будуть намагатися вкрасти звідти гроші; залежність від місця розташування; необхідність чистити машини та наповнювати їх водою та продуктами принаймні раз на тиждень; значна вартість [2].

Найпопулярнішим напрямком вендингу є кавові апарати, на них припадає близько 65% усього ринку. Автомату з продажу гарячих напоїв не потрібен продавець, якщо місце вибрано, прибуток стабільний. Для організації такого бізнесу знадобиться мінімум капіталу і особистий автомобіль для обслуговування машин. Але, незважаючи на свою простоту, кавовий бізнес вимагає багато уваги, особливо на початкових стадіях. За статистикою, ринок вендингу зростає в середньому на 20% на рік. У довоєнний період понад 60 тис. апаратів по всій Україні становили ринок у 3-4 млрд грн. Але ринок нерівномірний: 75% автоматів знаходяться у великих містах, а решту площі залишаються порожніми. Отже, все ще можна знайти вакансії в цьому бізнесі [2].

Кавоварки – найпопулярніший напрямок вендингу, на них припадає близько 65% усього ринку. Проведений науковцями аналіз динаміки ринку вендингової торгівлі в Україні свідчить [3], що в даний час темпи його зростання значно менші ніж були 10 років тому. Причинами є фінансова криза, падіння курсу гривні, певний рівень насичення ринку та війна. Разом з тим спостерігається утримання і зростання ринку шляхом збільшення кількості автоматів у операторів і появи нових видів автоматів.

Основними перевагами сучасних кав'ярень є зокрема екологічність та автоматизація. Смарт кав'ярні використовують технології, щоб забезпечити максимальний комфорт клієнтів. Наприклад, додатки для замовлення їжі та напоїв, автоматизовані системи оплати та системи контролю якості кави. Смарт-кав'ярні часто знаходяться в центральних місцях міст, що зручно для клієнтів та дозволяє залучити більше потенційних клієнтів. Також можуть надавати клієнтам додаткові послуги, такі як організація зустрічей, презентацій, вечірок та інших заходів.

Таким чином, смарт кав'ярні стали новою тенденцією розвитку культури в Україні. Вони приваблюють своїх відвідувачів сучасною атмосферою та новими можливостями, які відповідають вимогам часу та сприяють підвищенню рівня обслуговування та комфорту клієнтів. У зв'язку з тим, що смарт-технології у кав'ярнях можуть повністю автоматизувати процес варіння кави, це дозволяє економити час працівників та знижувати витрати на зарплату, що робить смарт кав'ярні ефективним та прибутковим бізнесом. Завдяки технологіям Internet of Things та Big Data, смарт кав'ярні можуть обробляти та аналізувати велику кількість даних про своїх клієнтів, що дозволяє створювати індивідуальні пропозиції та пропагандувати промо-акції. Врешті, смарт кав'ярні можуть пропонувати клієнтам різноманітні галереї, які вони можуть переглядати під час відпочинку та насолоджуватися арт-проектами. Але слід пам'ятати, що диджиталізація – це не одноразова акція, а постійний процес, який потребує постійного розвитку та адаптації до змін на ринку.

Список використаних джерел:

1. Зайончківська Н.І. Фірмовий стиль в естетиці європейських кав'ярень та особливості айдентики в дизайні українських кафе. *Збірник наукових праць магістрантів Інституту мистецтв спеціальності «Дизайн»*. 2018. Т. 1. URL: <https://core.ac.uk/reader/300404770>
2. Воронюк Т.А. Застосування конкурентних стратегій М.Портера у діяльності кав'ярень. *Інноваційна економіка*. 2018, № 7–8 (76). С. 63–67. URL: <http://inneco.org/index.php/%20innecoua/article/view/315/377>
3. Мережа FastKava. URL: <https://fastkava.com.ua> (дата звернення: 20.10.2024).

Херсонюк С.В.,
магістрантка,
Крамар В.М.,
магістрант,
Голубець І.М.,
канд. культурології, доцент кафедри
готельно-ресторанного і туристичного бізнесу
Київський національний університет культури і мистецтв
м. Київ, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Впровадження інноваційних проєктів в туристичній галузі України є критичним аспектом для стимулювання росту, покращення якості послуг і забезпечення конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Інновації охоплюють широкий спектр заходів, від впровадження новітніх технологічних рішень до розробки унікальних туристичних продуктів, які можуть привабити різні сегменти туристів.