

ЕКОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПОСЛУГ ДОСТАВКИ ЇЖІ НА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Анотація: *Стаття розглядає вплив росту послуг доставки їжі на ресторанний бізнес та необхідність швидкого адаптування до вимог сталого розвитку і змін споживчих уподобань. Вона наголошує на важливості збалансування зручності для клієнтів та впливу на екологію, щоб забезпечити конкурентоспроможність і стійкість бізнесу в сучасному ринковому середовищі.*

Ключові слова: ресторани, сталий розвиток, доставка їжі, екологія, адаптація, конкурентоспроможність.

Abstract: *The article examines the impact of the growth of food delivery services on the restaurant business and the need to quickly adapt to the requirements of sustainable development and changing consumer preferences. It emphasizes the importance of balancing customer convenience and environmental impact to ensure business competitiveness and sustainability in today's market environment.*

Keywords: restaurants, sustainable development, food delivery, ecology, adaptation, competition.

У відповідь на посилення уваги до сталого розвитку ресторани змінюють свої процедури, щоб краще обслуговувати клієнтів, які переймаються питаннями екології. Водночас, поширення служб доставки їжі змінило очікування клієнтів щодо зручності та доступності. Таке поєднання вимагає швидкого перепроектування операцій, брендингу, технологічної інтеграції і навіть дизайну інтер'єру, щоб відповідати екологічно свідомим споживачам. Ресторани, які швидко адаптуються до постачання екологічно чистих продуктів, замовлення їжі на винос або доставки, залишатимуться актуальними. Ті ж, що дотримуються старих, неефективних способів ведення бізнесу, ризикують зникнути через появу більш спритних конкурентів, які скористаються нинішніми змінами в індустрії.

Стрімке зростання доставки їжі серйозно змінює ресторанний бізнес. Хоча можливість пропонувати їжу на порозі споживача за допомогою додатків збільшує перспективи доходу, вона також вимагає значних змін в операційній діяльності, сталому розвитку та маркетингу. Щоб пристосуватися до доставки на додаток до традиційних обідів, ресторани повинні перепроектувати кулінарні процеси, упакування, роботу персоналу та інші аспекти. З точки зору екології, більша дистрибуція дорівнює більшій кількості одноразового сміття та викидів від транспортних засобів. Щоб не відстати від конкуренції, орієнтованої на доставку, ресторани повинні диференціювати себе на основі зручності та сервісу. Таким чином, ефективне використання переваг доставки при одночасному подоланні її перешкод стало вирішальним фактором для багатьох підприємств, які розраховують на процвітання в умовах зростаючих очікувань споживачів щодо швидкості та доступності.

Перевага доставки їжі для ресторанів полягає в тому, що вони можуть значно збільшити свій потенціал доходу, розширивши охоплення клієнтів у разі порівняно з традиційними методами. Замість того, щоб обмежуватися відвідувачами, які живуть у безпосередній близькості, заклади харчування можуть пропонувати свою продукцію споживачам, котрі не перебувають у обмеженому просторі, оскільки тепер вони можуть доставляти їжу клієнтам, що відповідають цільовій демографії. Значною перевагою доставки є збільшення частоти замовлень. Цей сукупний вплив збільшення охоплення та повторюваності замовлень створює низку нових каналів прибутку. [1]

Крім того, доставка також ефективно розширює можливості моделі віртуального розширення операційних потужностей, дозволяючи використовувати той самий персонал кухні для обробки значно більшої кількості замовлень. Тим не менш, плата за послуги сторонніх платформ є важливою статтею витрат, яка може скоротити прибуток, якщо невміло нею не керувати.

Інтеграція можливостей доставки вимагає широкомасштабних змін у звичних внутрішніх операціях ресторану. Стандартні робочі процеси на кухні, структуровані навколо приготування страв на замовлення, повинні бути переглянуті, щоб натомість дозволити послідовне створення готових страв, які можна взяти з собою в дорогу, а також придатних для транспортування. Це вимагає точної координації збірки інгредієнтів, етапів приготування, пакування в безпечну для доставки упаковку та передачі кур'єрам, які перебувають в режимі очікування.

Аналогічним чином, процеси обробки замовлень на винос, перевірка точності та полегшення отримання замовлень водіями потребують переорієнтації на обробку замовлень на винос, перевірку точності та спрощення їхнього отримання. Крім того, існує потреба в покращеному управлінні запасами одноразових пакувальних матеріалів, включаючи сегментовані контейнери для харчових продуктів, стійкі до розливу упаковки для напоїв, пакети зі столовими приборами та серветки. Хоча ці процесуальні зміни додають рівнів складності, вони дозволяють досягти стратегічного результату - використання існуючої ресторанної інфраструктури на підвищених потужностях для збільшення кількості замовлень. Операційний виклик полягає в плавній інтеграції переглянутих ефективних робочих процесів без шкоди для стандартів якості їжі.

Останнім часом ресторани все більше переходять на доставку їжі на винос, що породжує питання екологічної сталості, на які заклади харчування повинні активно реагувати як соціально відповідальні підприємства. Велика кількість одноразового пакування складається з пластикових контейнерів, паперових пакетів, стаканчиків, блюдець, пакетиків з приправами та інших індивідуальних ємностей, що призводить до утворення тонни сміття, яке не піддається біологічному розкладанню і шкодить навколишньому середовищу. Більше того, зі збільшенням кількості транспортних засобів для швидкої доставки збільшуються викиди вуглекислого газу та інших забруднюючих речовин, пов'язаних з транспортуванням. Ще одним джерелом використання енергії є повторне розігрівання їжі на менш ефективних домашніх кухнях, що призводить до збільшення споживання енергії. Хоча дехто вважає, що промислові кухні з ретельними протоколами безпеки харчових продуктів і найсучаснішим обладнанням за своєю природою є більш сталими, ніж мільйони індивідуальних домашніх кухонь, інші стверджують, що централізоване приготування їжі є значно ефективнішим та енергоощаднішим.

Численні інноваційні методи усунення недоліків доставки їжі з точки зору сталого розвитку застосовуються багатьма активними ресторанами. Програми, які приймають багаторазову упаковку (пакети, контейнери тощо) для очищення та повторного використання, не лише зменшують кількість сміття, але й допомагають в управлінні потоками відходів. Замінюючи автомобілі, що працюють на бензині, на електромобілі, ми можемо зменшити кількість транспортних викидів. Програмні методи допомагають приймати оптимальні рішення щодо маршрутів доставки, а отже, зменшують кількість заторів на дорогах. Проте, кінцевою метою залишається розробка рішень, які можуть забезпечити комфорт доставки їжі, а також зменшити кількість відходів та викидів, пов'язаних з цим процесом.

Співпраця з платформами доставки їжі надає власникам ресторанів можливість отримувати дані та інформацію від третіх осіб. Аналітика надає детальну інформацію про кожне замовлення, включаючи придбані товари, ціни, використані акції, місцезнаходження та демографічні дані клієнтів, а також багато інших важливих показників. Це інформація, яка дозволяє здійснювати високоцільовий та персоналізований маркетинг, а також розробляти вкрай продумані програми лояльності та заохочення клієнтів. Ресторани можуть надавати клієнтам персоналізовані пропозиції, бонуси та повідомлення, спеціально спрямовані на постійних відвідувачів або тих, хто відповідає певним демографічним профілям. Вони можуть відстежувати смаки та тенденції, що постійно змінюються. Найважливіше те, що дані та аналітика про продажі допомагають бізнесу краще розуміти та реагувати на потреби своїх клієнтів. [2]

Доставка їжі в густонаселені райони з великою кількістю закладів харчування є унікальною та потужною конкурентною перевагою, яку варто використовувати. Серед небагатьох барів/ресторанів, які пропонують послугу доставки, це допоможе завоювати популярність на ринку та дозволить збільшити кількість відвідувачів. Це допоможе бренду створити імідж клієнтоорієнтованого та націленого на взаємовідносини з клієнтами підприємства, на відміну від конкурентів, які продовжують

дотримуватися старої концепції "обідай в обслуговуючому середовищі". Тим не менш, в контексті надмірно високих цін на ринках доставки, які переповнені посередніми закладами, перевага диференціації зводиться нанівець тим фактом, що місце розташування закладу стає просто ще однією товарною опцією. Це, у свою чергу, спричинить конкуренцію за якість та ціни, оскільки заклади харчування намагатимуться випередити один одного за основними показниками доставки, такими як швидкість, а не за якістю та смаком їжі. [3]

Загалом, розгляд послуг доставки їжі для ресторанів створює значні можливості та проблеми, які вимагають переосмислення бізнес-операцій на стратегічному, операційному та філософському рівнях. Це безпрограшна ситуація, оскільки вона створює важливі нові канали доходів, але водночас вимагає значних змін в операціях та інвестиціях. Клієнтам подобається зручність доставки, але вона викликає занепокоєння з приводу екології, що вимагає інноваційних рішень. Дані про клієнтів містять велику кількість інформації, а скорочення ринків доставки збільшує ймовірність того, що клієнти обмежуватимуть бізнес лише логістичними показниками. Керівникам ресторанів необхідно вміти вести переговори і грамотно реагувати на різні наслідки, щоб отримувати значні прибутки від доставки, не ставлячи під загрозу імідж свого бренду і не втрачаючи при цьому екологічної стійкості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Prasetyo, Y., Tanto, H., Mariyanto, M., Hanjaya, C., Young, M., Persada, S., Miraja, B., & Redi, A. (2021). Factors Affecting Customer Satisfaction and Loyalty in Online Food Delivery Service during the COVID-19 Pandemic: Its Relation with Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7, 76 - 76. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010076>.
2. See-Kwong, G., Soo-Ryue, N., Shiun-Yi, W., & Lily, C. (2017). Outsourcing to Online Food Delivery Services: Perspective of F&B Business Owners. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 22, 1-18.
3. Suhartanto, D., Ali, M., Tan, K., Sjahroeddin, F., & Kusdiby, L. (2018). Loyalty toward online food delivery service: the role of e-service quality and food quality. *Journal of Foodservice Business Research*, 22, 81 - 97. <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1546076>.

Будна Юлія Андріївна, студентка магістратури Тернопільського національного технічного університету, Тернопіль, e-mail: budna.yuliya@gmail.com

Шерстюк Роман Петрович, завідувач кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг, доктор економічних наук, e-mail: romsher85@gmail.com

Budna Yuliya A., master's student, Ternopil Ivan Puluj National Technical University, e-mail: budna.yuliya@gmail.com

Sherstiuk Roman P., Head of the Department of Innovation Activity and Services Managements, Doctor of Economics, e-mail: romsher85@gmail.com