

онная пригодность таких комплексов обусловлена заинтересованностью иностранного потребителя.

Пятый сектор — цифровизация и автоматизация. Инвестиции в современные информационные технологии для улучшения клиентского сервиса, включая мобильные приложения, системы онлайн-бронирования и CRM-системы. Разработка смарт-отелей: создание гостиниц с применением современных технологий, таких как IoT (Интернет вещей), для повышения уровня комфорта и безопасности.

В заключение инвестиции в указанные сектора индустрии гостеприимства могут значительно способствовать экономическому росту Республики Беларусь, улучшению имиджа страны на международной арене и созданию новых рабочих мест. С учетом текущих трендов и потребностей рынка эти направления являются перспективными для развития и требуют поддержки со стороны как государственных органов, так и частных инвесторов.

### **Источники**

1. Национальное агентство инвестиций и приватизации Республики Беларусь : [сайт]. — URL: <http://investinbelarus.by/> (дата обращения: 24.11.2024).

2. UN Tourism : [website]. — URL: <https://www.unwto.org/> (date of access: 25.11.2024).

*СНИЛ «Гандаль»*

***М. И. Давыдов***

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — **О. П. Ефимова-Стадник**,  
канд. экон. наук, доцент*

## **СОЗДАНИЕ УНИКАЛЬНОГО КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ: ОТ АТМОСФЕРЫ ДО ПЕРСОНАЛА**

В условиях высокой конкуренции на рынке ресторанного бизнеса создание уникального клиентского опыта становится ключевым фактором, определяющим успех и устойчивость заведения [1]. Современные потребители не только ищут качественную еду, но и стремятся получить эмоциональное удовлетворение от посещения ресторана. Атмосфера, дизайн интерьера, уровень обслуживания и взаимодействие с персоналом играют решающую роль в формировании общего впечатления о заведении.

Существует понятие «экономика впечатлений». Главная задача ресторатора — создать заведение, посещение которого вызывало бы

у гостей неповторимые, запоминающиеся навсегда эмоции. В данном контексте важно понимать, что уникальный клиентский опыт — не просто сумма отдельных элементов, а комплексное восприятие, которое включает в себя все аспекты взаимодействия клиента с рестораном.

Для формирования таких эмоций важно обратить внимание на некоторые аспекты. Важную роль в формировании первого впечатления играет дизайн интерьера [2]. Правильный выбор цветовой гаммы, освещения, комфортной мебели настроит гостя на приятное времяпрепровождение и длительное пребывание в заведении.

Тематические концепции, такие как этнические, исторические или современные стили, могут значительно обогатить клиентский опыт. Они создают уникальную атмосферу, которая привлекает клиентов и способствует формированию их ожиданий.

Музыка и звуковое оформление могут существенно влиять на восприятие времени, настроение и общее впечатление от посещения ресторана. Правильно подобранная музыка может создать расслабляющую атмосферу или, наоборот, повысить энергетику заведения, что влияет на выбор блюд и продолжительность пребывания клиентов.

Профессионализм и дружелюбие персонала ресторана непосредственно влияют на клиентский опыт. Обучение сотрудников основам сервиса и коммуникации помогает создать положительное впечатление и повысить уровень удовлетворенности клиентов. Регулярные тренинги и программы повышения квалификации позволяют сотрудникам развивать навыки и оставаться в курсе новых тенденций в обслуживании, что способствует улучшению качества обслуживания.

Создание уникального клиентского опыта в ресторане требует комплексного подхода, включающего как атмосферу заведения, так и профессионализм персонала. Оба этих аспекта взаимосвязаны и играют ключевую роль в формировании положительных эмоций и построении «экономики впечатлений».

### Источники

1. *Щенетова, И. В.* Анализ клиентского опыта и экстрасервис как конкурентное преимущество компании в секторе HoReCa / И. В. Щенетова, И. И. Скоробогатых // Практический маркетинг. — 2021. — № 11 (297). — С. 32–41. — DOI: 10.24412/2071-3762-2021-11297-32-41. — URL: [https://bci-marketing.ru/2021/pm21\\_11.pdf](https://bci-marketing.ru/2021/pm21_11.pdf) (дата обращения: 22.11.2024).

2. *Бражников, В. О.* Дизайн интерьера в ресторанах как фактор, влияющий на удовлетворенность клиентов / В. О. Бражников // eLIBRARY.RU. — URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_36677573\\_60036904.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36677573_60036904.pdf) (дата обращения: 22.11.2024).