

данное взаимодействие было результативным, необходимо грамотно использовать базу потенциальных клиентов в социальной сети, которая выбрана для распространения рекламы, т.е. нужно правильно подобрать настройки таргетирования. Следует тестировать различные объявления и форматы их представления, определять их эффективность и впоследствии увеличивать рекламный бюджет объявлений, продемонстрировавших лучшие результаты. Грамотное применение таргетированной рекламы позволяет получить в итоге ожидаемый результат, иногда даже превышающий намеченные планы.

Источники

1. *Назимов, Р. П.* Таргетированная реклама в социальных сетях. Полное руководство / Р. П. Назимов. — М. : Билингва, 2016. — 224 с.
2. *Щербаков, С. А.* Таргетированная реклама. Точно в яблочко / С. А. Щербаков. — СПб. : Питер, 2019. — 352 с.

З. Р. Липская, П. О. Старинчик

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОБЪЕКТАХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Необходимость внедрения инноваций в организациях общественного питания обусловлена усилением конкуренции, изменением предпочтений покупателей, быстрым развитием науки, изменениями на этой основе оборудования и применяемых технологий, высокими темпами роста рынка услуг [1]. В современных условиях, учитывая эпидемиологическую обстановку, как для потребителей, так и для организаций общественного питания возрастает необходимость применения информационных технологий в процессе обслуживания клиентов.

Одной из успешных инноваций является активное внедрение автоматизированных систем управления, которые позволяют отслеживать полный цикл обслуживания покупателей от принятия заказа в зале до передачи его в производство и одновременного списания остатков продуктов [2].

В сфере общественного питания Республики Беларусь широко применяется система автоматизации ресторана R-keeper. Используют данную систему крупные сети объектов общественного питания и известнейшие мировые франшизы. Для ускорения процесса обслуживания существует модуль R-keeper «Киоск самообслуживания», который

позволяет гостю самостоятельно сделать заказ на терминале и сразу же его оплатить.

Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы) обладают такими возможностями, как ведение клиентской базы, создание системы лояльности, отслеживание заказов, оптимизация работы ресторана, формирование отчетности. Наиболее популярными CRM-системами в сфере общественного питания являются Tillypad, Quick Resto, Трактирь, Iiko, R-keeper, Isok, Leclick, Poster и др.

Применение мобильного приложения для объекта общественного питания способствует повышению лояльности потребителей, росту посещаемости объекта и укреплению имиджа. Для ресторанного приложения главной функцией является возможность посмотреть меню, осуществить бронирование столика и заказать доставку с онлайн-оплатой.

Далеко не каждый объект общественного питания может позволить себе ввести услугу доставки, однако решением данной проблемы может стать использование автономных сервисов доставки. Как отмечается в исследовании «Рынок экспресс-доставки и курьерских служб в Республике Беларусь 2020», в Беларуси работают восемь агрегаторов по доставке еды. Наиболее популярными являются Menu.by, delivio.by, just-eat.by.

Для ускорения транзакций и улучшения качества обслуживания полезным инструментом является Куайринг, который предполагает оплату товаров, работ или услуг с помощью создания специальных QR-кодов и последующего их сканирования банковским приложением.

Таким образом, на сегодняшний день современные информационные технологии открывают большие возможности повышения эффективности работы организации.

Источники

1. *Стасюкевич, С. В.* Инновационное развитие общественного питания Республики Беларусь [Электронный ресурс] / С. В. Стасюкевич // Электронная библиотека БГЭУ. — Режим доступа: http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/84330/1/Stasyukevich_473_482.pdf. — Дата доступа: 25.11.2020.

2. *Чугунова, О. В.* Инновационные направления развития сферы общественного питания [Электронный ресурс] / О. В. Чугунова // Научное обозрение. Экономические науки. — Режим доступа: <https://science-economy.ru/ru/article/view?id=928>. — Дата доступа: 25.11.2020.