

ВПЛИВ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ КАФЕ-РЕСТОРАНУ

ВАСИЛИК Оксана,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри підприємництва та маркетингу,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,

м. Івано-Франківськ, Україна

САБАДОШ Вікторія,

бакалавр кафедри менеджменту та адміністрування,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,

м. Івано-Франківськ, Україна

***Анотація:** обґрунтовано актуальність дослідження поведінки споживача як способу впливу на розвиток діяльності кафе-ресторану. Розглянуто фактори, що впливають на поведінку клієнта та можливий їх прояв під час перебування у закладі. З'ясовано систему взаємозв'язку поведінки споживача та майбутніх результатів діяльності підприємства. Доведено, що поведінка споживача має безпосередній вплив на розвиток та подальші результати закладу.*

***Ключові слова:** поведінка, споживач, фактори впливу, елементи поведінки споживача.*

В умовах сьогодення, споживач – це центральна фігура на ринку. Він виступає предметом пильної уваги підприємств-виробників (продавців). Не без підстав споживача називають “королем економічної системи”, адже саме його поведінка вирішальною мірою впливає на результати підприємств. Відтак, становлення ринку в Україні потребує нового економічного мислення, нових підходів до управління економікою, яка повинна орієнтуватися на потреби споживачів, на відміну від планової, в котрій проблеми координування виробництва продукції, її збуту та споживання вирішувались за допомогою централізованого планування.

Висхідною ідеєю наших досліджень є доведення взаємозв'язку і взаємообумовленої стійкості функціонування ресторану та поведінки споживача.

Останнім часом питання поведінки споживача та його вплив на діяльність організації викликає найбільшу цікавість. Це пояснюється тим, що вибір клієнта, під час покупки чи споживання певного товару, залежить від певних факторів, які мають безпосередній вплив на його поведінку.

У сучасному світі одним з напрямків дослідження поведінки споживачів є дослідження їх поведінки у сфері громадського харчування, тобто у ресторанах та

кафе. Крім того зазначимо, що поведінка клієнта має величезний вплив на розвиток та прибуток кафе-ресторану. Саме тому вважаємо, що вивчення давного питання є вкрай важливим та актуальним для керівників закладів громадського харчування.

Досліджуючи вплив поведінки споживачів на результати діяльності закладу «Dolce Vita», нами було використано наступні методи: опитування, спостереження та узагальнення. Об'єктом дослідження, в нашому випадку, є поведінка споживачів та фактори, які безпосередньо впливають на поведінку клієнтів, які знаходяться в закладі громадського харчування.

Аналіз впливу поведінки споживачів на результати діяльності бару «Dolce Vita» дозволить зрозуміти наступне:

- фактори, які впливають на поведінку клієнтів;
- важливість вивчення поведінки споживачів в аспекті впливу на майбутні результати діяльності закладу;
- можливість використання поведінки клієнтів для підвищення ефективності діяльності бару «Dolce Vita».

Вивчаючи фактори, які впливають на поведінку споживача, нами було використано методи спостереження. Спостереження тривало протягом 5 днів.

На основі записів та побаченого, перш за все, нами було визначено фактори, які впливають на поведінку споживача, а також можливий їх прояв у поведінці людини під час перебування у закладі. Результати занесено до таблицю 1.

Таблиця 1 Результати спостереження за поведінкою споживачів

Фактори, що впливають на поведінку клієнта	Прояв факторів під час поведінки у закладі
Настрій	Якщо настрій клієнта поганий, то він спокійно може накричати на працівника закладу, йому все може не подобатися, може дратувати музика і т.д. Якщо настрій клієнта хороший, то він буде привітним, схильним до прийняття рекомендацій.
Емоційний стан	Якщо споживач щасливий, тоді він буде повністю задоволений атмосферою закладу. Якщо емоції споживача зашкалюють (у поганому сенсі), тоді людина може бути дуже чутлива до буд-чого, може ігнорувати питання працівників, може зробити неправильний вибір (страви чи напою), який в результаті призведе до конфлікту у закладі.

Погодні умови	Погодні умови впливають на споживача у тому плані, що він вирішує чи хоче провести свій час у кафе, чи хоче залишитися вдома. Для когось погані погодні умови – це привід піти відпочити до ресторану, а для когось – навпаки.
Фінансовий стан	Фінансовий стан впливає на вибір споживача: чи хоче людина провести свій час в ресторані; чи має вона змогу замовити більше, ніж кружку кави; чи може клієнт собі дозволити дорогі страви і т.д.
Атмосфера закладу	Впливає на те, чи хоче людина тут посидіти і відпочити, чи хоче до основної страви замовити ще десерт, чи захоче повернутися до закладу.
Війна	Впливає на стан людини як клієнта ресторану (не кожен, хто ходив у кафе до війни, хоче тепер туди йти і там відпочивати). Крім того, може драгувати музика чи інші споживачі. Таке в результаті може призвести до конфлікту.

Джерело: сформовано авторами

Відтак, опираючись на результати табл. 1, розуміємо, що фактори, які впливають на поведінку споживачів, можуть мати як позитивний, так і негативний результат. Тому, розуміння стану клієнта є першочерговою задачею не лише керівництва закладу, а й безпосередньо працівників аналізованого підприємства.

З метою проведення дослідження впливу поведінки споживачів на результати діяльності бару «Dolce Vita», використано метод опитування.

Авторами проведено опитування. Безпосередньо дане дослідження проводилося на основі сформованого нами опитувальника, яким передбачено огляд 16 питань щодо впливу поведінки споживачів на працівників закладу та на результати підприємства. Оцінка впливу поведінки клієнтів на успіхи організації здійснюється респондентом за шкалою від 1 до 5, зокрема: 1- ніколи, 2 -рідко, 3- іноді, 4 – часто, 5 – завжди. Респондентами виступало 27 осіб.

З проведеного нами опитування можемо сказати наступне: 52 % респондентів вважають, що настрій клієнта має прямий вплив на якість виконання роботи працівниками; 44% опитуваних не погоджуються з твердженням, що атмосфера закладу викликає негативне ставлення на споживачів; 41% респондентів погоджуються з твердженням, що хороший настрій клієнта мотивує працівників краще виконувати свою роботу; тільки 33% опитуваних вважають, що керівництво не враховує рекомендації відвідувачів; з думкою, що поведінка споживача

безпосередньо впливає на майбутні результати закладу, погоджуються 67% респондентів. Узагальнимо декілька результатів опитування та зобразимо їх на графіку (висота стовпців означає найбільше значення по зазначеному питанню) (рис. 1):

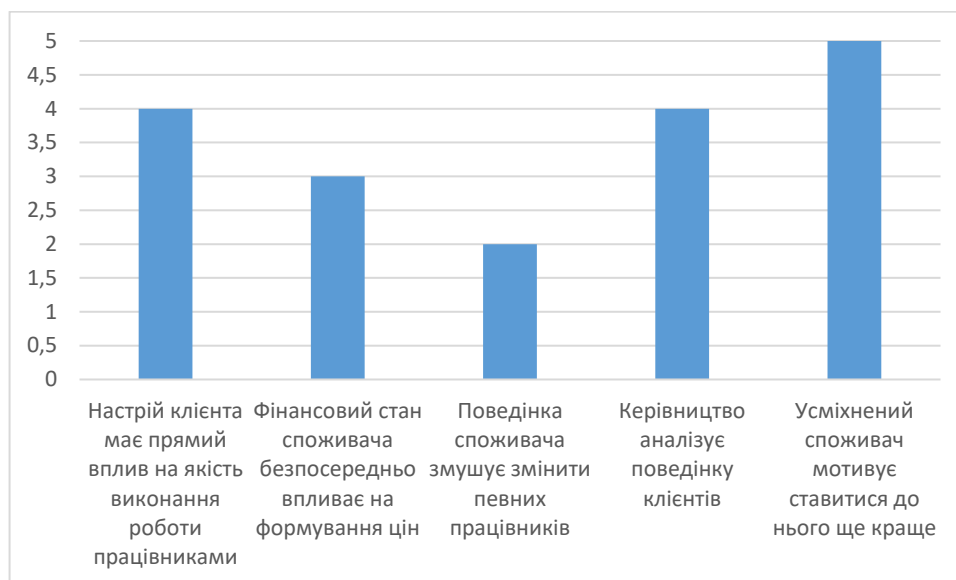


Рисунок 1 - Узагальнені результати до певних тверджень

Джерело: узагальнено авторами на основі створеного опитування

Аналізуючи результати опитування, що представлені на графіку, можемо сказати, що поведінка клієнтів закладу громадського харчування безпосередньо впливає на його подальші результати та на розвиток підприємства. Це пояснюється тим, що бар працює та розвивається завдяки споживачам, адже якщо їх не буде – заклад не отримуватиме дохід та прибуток. В результаті це призведе до збитків та закриття бару «Dolce Vita».

Не менш важливо мати розуміння того, якого характеру вплив має поведінка споживача на результати закладу.

Відтак, нами було визначено характер та величину впливу елемента поведінки на результати діяльності закладу на основі вище проведених досліджень (табл. 2).

Таблиця 2 Елементи поведінки споживача, що мають найвагоміший вплив на результати діяльності закладу

Елемент поведінки споживача	Характер впливу	Величина впливу (від 1 до 5)
Настрій клієнта має прямий вплив на якість виконання роботи працівниками	Позитивний	4
Емоції клієнта часто створюють різні позитивні чи негативні ситуації	Нейтральний	1
Негативне ставлення клієнта до працівника викликає бажання звільнитися	Негативний	3
Хороший настрій клієнта мотивує до кращого виконання роботи	Позитивний	4
Рекомендації клієнта враховуються керівництвом та працівниками	Позитивний	4
Фінансовий стан дуже часто впливає на вибір клієнта	Нейтральний	3
Керівництво аналізує поведінку клієнтів	Позитивний	5
Усміхнений споживач мотивує ставитися до нього ще краще	Позитивний	4
Хороший психологічний стан клієнта є запорукою якісного виконання роботи працівниками	Позитивний	5

Джерело: сформовано авторами

Підсумовуючи, вважаємо, що поведінка споживача є системою особистих цінностей, що, за ідеальних умов, має позитивний вплив на результати діяльності підприємства, та практично реалізовується через набір норм, прийомів, правил вирішення проблем як зовнішньої адаптації підприємства так і внутрішньої інтеграції працівників.

***Abstract:** the relevance of the study of consumer behavior as a way of influencing the development of cafe-restaurant activity is substantiated. Factors affecting the client's behavior and their possible manifestation during the stay in the institution are considered. The system of interrelationship between consumer behavior and future results of the enterprise's activity has been clarified. It has been proven that consumer behavior has a direct impact on the development and further results of the institution.*

***Keywords:** behavior, consumer, influencing factors, elements of consumer behavior.*