


ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: «Цифровізація управління ресторанными закладами»

за освітньо-професійною програмою
«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»
спеціальності **241 Готельно-ресторанна справа**





Студента (ки) 4 курсу ГРСз-19 групи
Прокіпчук Карини Володимирівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Гавалзин Н.О.
викладач, к.е.н. фот. 
(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 5

Кількість балів: 30 оцінка: ECTS A

* Члени комісії

 (підпис)	<u>Малицька О.В.</u> (прізвище та ініціали)
 (підпис)	<u>Вікторова Н.М.</u> (прізвище та ініціали)
 (підпис)	<u>Машкованя О.П.</u> (прізвище та ініціали)
 (підпис)	<u>Корінецька-Світлана А.</u> (прізвище та ініціали)
 (підпис)	<u>Осиповичук Т.Т.</u> (прізвище та ініціали)

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь: «бакалавр»

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи

Л. М. Термецька

« 8 » 02 2023 року

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Прокіпчук Карини Володимирівни
(Прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Цифровізація управління рестораними закладами»

Керівник роботи Гавадзин Наталія Олегівна, викладач
(Прізвище, ім'я, по батькові, , науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом закладу вищої освіти від 11.11.2022 року №155/1-НВ

2. Строк подання студентом роботи 25.05.2023 року

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Розглянути теоретичні засади управління закладами ресторанної справи;

2. Дослідити цифровізацію закладу ресторанного господарства «Баварія»;

3. Визначити проблеми та перспективи цифровізації управління рестораними бізнесом.

4. Дата видачі завдання 0.8.05.2023 року

Календарний план виконання роботи

№ н/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення теми дипломної роботи	14 листопада	виконано
2	Затвердження теми	8 лютого	виконано
3	Визначення плану роботи на погодження з науковим керівником	14 березня	виконано
4	Підбір та аналіз літературних джерел з теми кваліфікаційної роботи	15 березня	виконано
5	Підбір методів проведення дослідження	березень	виконано
6	Написання розділу 1. Теоритичні засади цифровізації управління засадами ресторанного господарства	березень	виконано
7	Написання розділу 2. Дослідження цифровізації закладу ресторанного господарства "Баварія"	квітень	виконано
8	Написання розділу 3. Розгляд проблем і перспектив цифровізація управління ресторанним бізнесом	травень	виконано
9	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту роботи	25 травня	виконано
10	Обробка зауважень наукового керівника	31 травня	виконано
11	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	1 червня	виконано
12	Представлення оформленої роботи на кафедру	10 червня	виконано
13	Написання відгуку наукового керівника	12 червня	виконано
14	Рецензування кваліфікаційної роботи	15 червня	виконано
15	Підготовка доповіді та презентації до роботи	15-20 червня	виконано
16	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	21 червня	виконано

Студент


(підпис)

Карина ПРОКІПЧУК

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник


(підпис)

Наталія ГАВАДЗИН

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є проведення аналізу цифровізації управління ресторанными закладами.

В першому розділі розглянуто теоретичні засади цифровізації управління закладами ресторанної справи.

В другому розділі проведено дослідження цифровізації закладу ресторанного господарства «Баварія».

В третьому розділі представляє процес дослідження проблем та перспектив цифровізації управління ресторанным бізнесом.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ЦИФРОВІЗАЦІЯ, РЕСТОРАН, УПРАВЛІННЯ, ГОСПОДАРСТВО.

ЗМІСТ	
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ	
ЗАКЛАДАМИ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ	6
1.1. Історія розвитку цифровізації в Україні.....	6
1.2. Сутність цифровізації управління закладами ресторанної справи.....	10
1.3. Міжнародний досвід цифровізації управління закладами ресторанної справи.....	14
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЗАКЛАДУ	
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «БАВАРІЯ»	22
2.1. Дистанційний обмін інформацією між працівниками закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ».....	22
2.2. Дистанційні канали комунікації зі споживачами закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ».....	27
2.3. QR – кодування та інші шляхи надання цифрової інформації.....	32
Висновки до розділу 2.....	37
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	
УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ	38
3.1. Практичні проблеми запровадження цифровізації управління ресторанним бізнесом.....	38
3.2. Перспективи глобальної цифровізації ресторанного бізнесу.....	42
3.3. Стратегія цифрового маркетингу в управлінні закладом ресторанного господарства «БАВАРІЯ».....	47
Висновки до розділу 3.....	50
ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55

ВСТУП

Актуальність теми. Останні роки були визначені стрімким розвитком технологій та цифровізацією різних галузей, включаючи ресторанну індустрію. Цифровізація управління ресторанными закладами є надзвичайно актуальною темою, оскільки ці індустрії є ключовими складовими туристичного сектору, який є важливим для багатьох країн у світі.

Застосування цифрових технологій в ресторанному бізнесі може значно полегшити та покращити управління цими закладами, забезпечуючи більш швидку та ефективну обробку даних, покращення комунікації з клієнтами та співробітниками, автоматизацію бізнес-процесів та підвищення якості обслуговування.

Наприклад, впровадження цифрових систем бронювання дозволяє клієнтам з легкістю забронювати кімнати або столики у ресторані в будь-який зручний для них час, що підвищує рівень задоволеності клієнтів та забезпечує більш точне планування роботи для працівників. Онлайн-системи замовлення страв та інших послуг дозволяють клієнтам швидко та зручно замовляти все, що їм потрібно, а використання систем розкладу роботи сприяє ефективному розподілу робочого часу між працівниками.

Отже, тема «Цифровізація управління ресторанными закладами» є дуже актуальною в наш час, оскільки вона відображає потребу ресторанных закладів у використанні сучасних цифрових технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика цифровізації ресторанного бізнесу стає все більш актуальною у світі та знаходить відображення в українській науці. Ця тема стосується не лише побудови бізнесу в електронному вимірі, але й використання цифрових інструментів для ефективного управління закладами.

Вчені, такі як В.О. Ткачук, Т.Ю. Мельник і Ю.В. Богоявленська, визначають доцільність використання інформаційно-комп'ютерних технологій та можливостей мережі для залучення більшої кількості клієнтів та підвищення

якості обслуговування. Зокрема, цифрові технології дозволяють здійснювати швидкі та безпечні транзакції, уникнути проблем фізичного розміщення офісів та обмеженого графіку роботи.

Дослідники, такі як Даниленко О.В., Зоценко Л.М. та Братіцел М.Л., акцентують увагу на важливості пропонувати клієнтам швидке обслуговування та збереження вихідного стану страви. Використання цифрових технологій дозволяє значно покращити ці параметри та задовольнити вимоги сучасних споживачів.

Також, дослідники, такі як К.С. Карпова та В.А. Фалович, досліджують можливості співпраці адміністрації ресторанів з інфлюенсерами та фуд-блогерами, що дозволяє розширити аудиторію та збільшити присутність закладу в інтернеті.

Отже, цифрові технології стають все більш необхідними для ефективного управління ресторанним бізнесом, та їх використання може допомогти рестораторам залучити нових клієнтів та підвищити рівень задоволеності поточних.

Мета дослідження – проведення аналізу цифровізації управління ресторанными закладами.

Завдання дослідження:

- розглянути сутність цифровізації управління закладами ресторанної справи;
- розглянути міжнародний досвід цифровізації управління закладами ресторанної справи;
- проаналізувати дистанційний обмін інформацією між працівниками закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ»;
- розглянути практичні проблеми запровадження цифровізації управління ресторанним бізнесом;
- розглянути перспективи глобальної цифровізації ресторанного бізнесу;
- проаналізувати стратегію цифрового маркетингу в управлінні ресторанним підприємством.

Об'єкт дослідження цифровізація управління закладами ресторанного господарства.

Предмет дослідження цифровізація закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ».

Методи дослідження. Для дослідження цифровізації управління ресторанными закладами можна використовувати різні методи, зокрема: аналіз літературних джерел, історичний метод, порівняльний, спостереження, класифікація та узагальнення, змістовна інтерпретація та аналіз наукової інформації.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження цифровізації управління ресторанными закладами мають велике практичне значення для підприємців та менеджерів в цій галузі. Отримані дані можуть бути використані для впровадження ефективних цифрових рішень, що допоможуть підвищити якість обслуговування та оптимізувати бізнес-процеси. Також, результати дослідження дистанційного обміну інформацією між працівниками та споживачами закладу ресторанного господарства можуть бути використані для впровадження ефективних дистанційних комунікаційних каналів на власному закладі, що дозволить забезпечити швидку та якісну комунікацію з клієнтами та працівниками закладу.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

1.1. Історія розвитку цифровізації в Україні

У сучасному світі цифрові технології використовуються в усіх сферах життя, включаючи ресторанну галузь. Цифрові інструменти дозволяють оптимізувати роботу персоналу, покращити якість обслуговування та залучити нових клієнтів. В Україні цифровізація управління ресторанами закладами розвивається протягом декількох десятиліть, і на сьогоднішній день є необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності закладів та покращення якості обслуговування. У цьому контексті важливо дослідити історію цифровізації в Україні, порівняти її з міжнародним досвідом, а також визначити практичне значення результатів дослідження.

Термін «цифрова економіка» був запропонований бізнес-аналітиком Доном Тапскотом (в деяких джерелах - Тепскот). Він визначає цифрову економіку як економічну діяльність, що базується на мережевому інтелекті (networked intelligence) та залежить від віртуальних технологій [2, с.142]. У наш час існують кілька синонімів до терміну "цифрова економіка", такі як інтернет-економіка, нова економіка, веб-економіка.

У кінці 20-го століття економісти почали виділяти окрему категорію «цифрова економіка», що залежить від віртуальних технологій та мережевої свідомості. У 2010 році Європейська Комісія в рамках стратегії «Європа 2020» розглядала «Цифровий порядок денний для Європи» (Digital Single Market Strategy), який включав створення Єдиного цифрового ринку (Digital Single Market) як важливу складову. Україна, яка має на меті інтеграцію до Європейського Союзу, також повинна враховувати стратегію розвитку цифрової економіки.

На сьогоднішній день, Україна може похвалитися значними досягненнями в галузі цифрової трансформації. Початок активного зосередження на

цифровому розвитку держави можна віднести до прийняття в 2018 році Концепції розвитку цифрової економіки і суспільства України на 2018–2020 роки. Одним з важливих кроків на шляху до цифрової трансформації стало створення Міністерства цифрової трансформації України (Мінцифри) у 2019 році. Юридично Мінцифри було засновано за постановою Кабінету Міністрів від 18 вересня 2019 року № 856, в якій були визначені основні засади, цілі та принципи діяльності відповідного відомства. Один з основних завдань Мінцифри - забезпечення розвитку цифрової інфраструктури та підтримки інноваційних проєктів в Україні[7,с.73-74].

«Документом визначено, що Мінцифри забезпечує:

- формування та реалізацію державної політики у сфері цифровізації, цифрової економіки, цифрових інновацій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства;

- формування та реалізацію державної політики у сфері розвитку цифрових навичок та цифрових прав громадян;

- формування та реалізацію державної політики у сфері відкритих даних, розвитку національних електронних інформаційних ресурсів та інтероперабельності, розвитку інфраструктури широкопasmового доступу до Інтернету та телекомунікацій, електронної комерції та бізнесу;

- формування та реалізацію державної політики у сфері надання електронних та адміністративних послуг;

- формування та реалізацію державної політики у сфері електронних довірчих послуг[2].

Історія розвитку цифровізації ресторанної справи в Україні є досить молодого галуззю, яка з'явилась у зв'язку з загальним розвитком інформаційних технологій. Перші кроки в цьому напрямку почали здійснюватись в середині 2000-х років, коли на українському ринку з'явилися перші онлайн-сервіси для бронювання столиків у ресторанах. Однак, більш широкого поширення і розвитку цифровізація ресторанної справи дістала вже в останні роки.

Перші служби доставки їжі в Україні з'явилися в середині 90-х років після розпаду Радянського Союзу. Але тоді інтернет ще не був у широкому доступі, тому їжу додому замовляли найчастіше телефоном або при особистому відвідуванні ресторану.

У 2000-х роках почала зароджуватися комбінована кухня – доставка піци, суші, ролів, бургерів із одного ресторану.

Зазвичай замовлення їжі додому чи офіс здійснюється за допомогою телефонного дзвінка чи через Інтернет.

У 2006 році було запущено ще один сервіс для бронювання апартаментів - Booking.com.ua. Він надає можливість забронювати апартаменти, вілли та інші види житла в різних куточках світу. Сервіс також надає користувачам можливість відгукуватись про місця проживання та розміщувати відгуки про свої власні досвіди. З часом Booking.com.ua став одним з найпопулярніших сервісів для бронювання житла в Україні та за її межами, завойовуючи довіру тисяч клієнтів по всьому світу.

У 2010-х роках було запущено декілька проектів національного масштабу, спрямованих на розвиток цифрової інфраструктури ресторанної галузі. Так, у 2015 році запущено проект «Українська електронна книга скарг», який мав на меті покращити якість обслуговування гостей в ресторанах за допомогою електронних скарг та пропозицій.

У 2012 році відбувся запуск онлайн-сервісу для замовлення столиків у ресторанах RestOn, який був розроблений в Україні. Сервіс дозволяв забронювати столик у ресторані, вказавши кількість осіб, дату та час бронювання, а також вказати спеціальні побажання щодо столика, наприклад, бажання сидіти біля вікна. Крім того, RestOn пропонував користувачам ресторани рекомендації та акції. Протягом наступних років RestOn успішно розвивється та розширює свою базу ресторанів та клієнтів. Наразі додаток цілком обгрунтовано можна назвати аналогом Booking в ресторанній сфері[38]. За місяць зі старту додаток завантажили 2500 осіб, було оформлено понад 1000 замовлень. Зараз в активі RestYou – більше 500 популярних закладів Києва в

різних цінових категоріях: від демократичних кафе до luxury-ресторанів. Серед них Avalon, Файна Фамілія, Монтеккі Капулетті, Argentina Grill, ВАО, Guramma Italia, Guramma Asia, Boho[8,с.53].

В жовтні 2018-го в Києві запрацювала іспанська служба доставки Glovo. Вона має однойменний додаток на смартфоні для замовлення їжі з ресторанів. Середній час доставки – 45 хвилин, вартість – від 30-40 грн. Місцезнаходження кур'єра, найчастіше відстежується: це зручно для control freak і тих, хто зголоднів. Glovo співпрацює з McDonald's, Musafir, Mafia, Mister Cat, Salateira і іншими закладами швидкого харчування.

З початку 2020-х років розвиток цифровізації в ресторанній сфері України отримав новий імпульс. За цей час українські заклади ресторанного господарства почали активно використовувати цифрові технології для автоматизації бізнес-процесів, покращення якості обслуговування та залучення нових клієнтів[11,с.105].

Одним з прикладів цифровізації в ресторанній сфері є використання мобільних додатків для замовлення їжі та столиків. Такі додатки дозволяють клієнтам швидко та зручно замовити стіл або їжу, вибрати зручний для них час та дату, а також забезпечують можливість оплати онлайн. Крім того, деякі ресторани встановлюють на кожному столику QR-коди, які дозволяють клієнтам отримати інформацію про меню та акції, зробити замовлення та оплатити його безпосередньо зі свого мобільного телефону.

Окрім мобільних додатків та QR-кодів, все більше ресторанів використовують різноманітні програмні засоби для управління своїм бізнесом. Наприклад, системи управління резервуваннями столиків, які дозволяють планувати роботу закладу та зменшувати час очікування клієнтів. Також широко використовуються системи управління ресторанами, які дозволяють автоматизувати процеси бронювання номерів, розрахунку платежів та взаємодії з клієнтами.

Цифрові технології в ресторанному бізнесі на українському ринку також набули значних змін, що покращило процес обслуговування. Львівська піцерія

Pizza Drive [6] впровадила сучасні технологічні рішення для автоматизації всередині ресторану за допомогою системи автоматизації SERVIO. Головною вимогою було забезпечити таку швидкість роботи, щоб своє замовлення гість отримав за лічені хвилини. Крім Pizza Drive в піцерії доступна можливість замовити піцу з собою, а також є столики, які обслуговують офіціанти. Загалом, всі ці підрозділи злагоджено працюють один з одним і швидко обмінюються інформацією.

Бум на здорове харчування та його замовлення на спеціальних майданчиках почався близько 5 років тому. Сервіси пропонували підписатися на доставку готових сніданків, обідів і вечерів на тиждень. Запит на таку практику коливається. Часто сервіси не просто готують і доставляють, а й надають консультацію дієтолога з підбором раціону. Страви з меню на день привозять зранку. Доставку здорових раціонів по підписці пропонують FoodEx (колишній "Шпинат"), Eat Easy, Service Diet, TimeEat, YARO, DetoxShop[14].

Отже, з початку 2000-х років та до теперішнього часу українська ресторанна справа стала активно використовувати цифрові технології для покращення своєї діяльності.

1.2 Сутність цифровізації управління закладами ресторанної справи

Цифровізація управління закладами ресторанної справи полягає в застосуванні цифрових технологій для оптимізації та автоматизації процесів управління ресторанним бізнесом. Це може включати в себе використання електронних систем бронювання, автоматизацію обліку та управління запасами, використання програмного забезпечення для управління персоналом, відстеження відгуків клієнтів та багато іншого.

Цифровізація управління закладами ресторанної справи може значно знизити витрати на обслуговування та збільшити ефективність бізнесу. Наприклад, застосування систем бронювання може зменшити витрати на рекламу та збільшити кількість бронювань, а автоматизація обліку та управління

запасами може зменшити витрати на утримання запасів та збільшити їх ефективність.

Крім того, цифровізація може покращити якість обслуговування та задоволеність клієнтів. Використання програмного забезпечення для управління персоналом може допомогти відстежувати роботу працівників та забезпечувати їхню ефективність, а відстеження відгуків клієнтів може дати можливість зрозуміти потреби та бажання клієнтів та вдосконалювати сервіс.

Цифровізація управління закладами ресторанної справи - це процес впровадження цифрових технологій та рішень з метою покращення ефективності управління, підвищення якості обслуговування гостей, зменшення витрат і підвищення прибутковості закладів[23,с.79].

Основними складовими цифровізації управління закладами ресторанної справи є:

1. Використання програмного забезпечення для автоматизації бізнес-процесів: управління бронюваннями, бухгалтерський облік, управління персоналом, ресторанный менеджмент та інші. Завдяки використанню спеціалізованих систем можливо автоматизувати багато рутинних процесів та покращити точність та швидкість їх виконання.

2. Впровадження електронних систем замовлення та оплати: системи онлайн-бронювання номерів, онлайн-замовлення столиків у ресторанах, онлайн-оплата послуг. Це дозволяє гостям швидко та зручно замовляти послуги, а для закладу - зменшувати витрати на обслуговування клієнтів.

3. Використання інтернет-маркетингу: просування бренду в соціальних мережах, створення сайту та його пошукова оптимізація, розсилки електронної пошти та інші інструменти маркетингу. Це дозволяє залучати нових клієнтів та підвищувати відвідуваність закладу.

4. Використання аналітичних систем: моніторинг залишків на складі, аналіз поведінки гостей, збір та аналіз відгуків клієнтів. Це дозволяє більш точно прогнозувати

5. Використання інтернет-технологій для бронювання номерів та столиків, що дозволяє клієнтам швидко та зручно забронювати місце в ресторані, а також відслідковувати статус своєї броні через особистий кабінет на веб-сайті.

6. Впровадження систем електронного меню та замовлення їжі та напоїв, що дає можливість клієнтам замовляти їжу та напої за допомогою мобільного додатку або терміналу на столику.

7. Використання систем контролю доступу, які дозволяють автоматично реєструвати вхід та вихід гостей та персоналу зі складу або залу ресторану, що забезпечує безпеку працівників та гостей.

8. Впровадження систем управління витратами, які дозволяють ефективно контролювати витрати на складі та у ресторані, управляти запасами товарів та контролювати рівень витрат на зарплату працівників.

9. Використання систем управління проектами, які дозволяють керувати різними проектами та завданнями та ресторанному бізнесі, встановлювати терміни та контролювати виконання завдань [28, с.92-93].

Усі ці складові допомагають оптимізувати процес управління ресторанним бізнесом та підвищити ефективність роботи працівників, що є важливим фактором у конкурентному середовищі.

Цифрові технології продовжують активно розвиватися в Україні, що забезпечує збір, використання та аналіз великих обсягів цифрових даних. Цей стрімкий розвиток стимулює зростаючий інтерес до цифрової економіки та її впливу на ресторанний бізнес. Завдяки впровадженню цифрових інновацій ресторанна індустрія в Україні зазнала значних змін.

Ще одним сервісом доставки їжі, який з'явився в Києві, став американський Uber Eats. Він запустився в лютому 2019 року і був конкурентом іспанській службі Glovo. Середня час доставки Uber Eats становив 40-60 хвилин, а вартість залежала від замовлення і зазвичай становила від 30 гривень. У переліку закладів-партнерів були представлені різноманітні закусочні, модні місця та улюблені ресторани з Gastro Family Діми Борисова, такі як "Білий налив", Bar

Mushlya, Mimosa Brooklyn Pizza, Smøtgebød, Milk Bar та інші. Проте, у літі 2020 року Uber Eats припинив свою роботу в Києві.

У ресторанній сфері в Україні активно розвиваються цифрові технології, що значно спрощують та полегшують процес обслуговування гостей. Для бронювання столиків та страв в ресторанах доступні різні сервіси, які інтегруються з системою управління рестораном. Користувач може встановити додаток і зробити бронювання, яке автоматично приймається закладом. Серед таких сервісів українського ринку можна виділити RestOn, RestYou та LeClick. Деякі з них надають можливість онлайн оплати, а також відстеження статусу замовлення. Такі сервіси сприяють оптимізації роботи ресторанів та полегшують життя клієнтам [31].

Також відбуваються зміни в обслуговуванні завдяки впровадженню цифрових технологій. Наприклад, піцерія Pizza Drive у Львові впровадила систему автоматизації SERVIO для оптимізації всередині ресторану. Завдяки цьому гості можуть отримати замовлення за лічені хвилини. У цій піцерії також доступна можливість замовлення їжі з собою та обслуговування офіціантами за столиками.

Цифрові технології змінюють українську ресторанну індустрію, дозволяючи оптимізувати процеси, покращувати якість обслуговування та забезпечувати більш зручний та швидкий сервіс для клієнтів.

За останні п'ять років в Україні став популярним здоровий спосіб харчування та його замовлення на спеціальних майданчиках. Сервіси пропонують можливість підписатися на доставку готових сніданків, обідів і вечерь на тиждень, а також надають консультації дієтолога з підбором раціону. Доставка здорових раціонів по підписці доступна на таких сервісах як FoodEx (колишній "Шпинат"), Eat Easy, Service Diet, TimeEat, YARO, DetoxShop. Страви з меню на день привозяться зранку. Популярність здорового харчування на замовлення продовжує зростати, а сервіси намагаються пропонувати нові можливості та інноваційні підходи до підбору раціону та доставки страв[31].

Отже, можна зробити висновок, що цифрові технології значно змінили ресторанну справу в Україні. Вони дозволяють ефективно керувати закладами, забезпечувати швидке та якісне обслуговування гостей, забезпечувати точне управління складськими запасами, прогнозувати попит та управляти цінами. Також було відзначено, що цифрові інновації сприяють розвитку нових сервісів, які дозволяють замовляти їжу та столи у ресторанах онлайн, а також здорове харчування по підписці. У цілому, цифрові технології значно полегшують життя не тільки ресторанів, але й їхніх гостей, дозволяючи отримувати якісне обслуговування та замовляти їжу швидко та зручно.

1.3 Міжнародний досвід цифровізації управління закладами ресторанної справи

Цифровізація управління закладами ресторанної справи не є новим явищем в світі. Вже багато років виробники програмного забезпечення та розробники технологій створюють інструменти, щоб сприяти цифровізації цієї галузі.

Перед нами трійка трендів або поколінь у сфері ресторанного бізнесу. Першим з них є стрімкий розвиток онлайн-доставлення їжі з магазинів та ресторанів. Цей ринок налічує безліч сервісів, які вже твердо стоять на ньому, таких як DoorDash, Instacart, Uber Eats, Deliveroo, Delivery Hero, Just Eat, Takeaway.com. Недавно на ринку з'явилося нове напрямок - доставлення набору інгредієнтів для приготування страв за рецептами вдома. Особлива увага приділяється розробці пропозицій для певних груп користувачів: веганів, людей з непереносимістю глютену, прихильників органічного харчування. Ілюстрацією такого сервісу може бути HelloFresh, який придбав конструктор органічних та безглютенових страв Grean Chef. Другий тренд - це сервіси рекомендацій з власними онлайн-супермаркетами, винні додатки та найбільший винний онлайн-супермаркет. Клієнти отримують індивідуальні рекомендації щодо страв та вин, що базуються на їхніх попередніх замовленнях і вподобаннях. Третій тренд - роботизовані ресторани та кафе. Такий напрямок розвивається у Франції, де

стартап ЕКІМ працює над проектом піцерії з роботами, які готують десерти, салати та напої. Компанія Alberts robot SmoothieStations вже встановила 5 роботів за ім'ям «Альберт», які роблять смузі з інгредієнтів на вибір, взаємодіючи з мобільним додатком[33].

Перетворення роздрібних мереж управління стає все більш популярним серед інвесторів. У 2018 році французький стартап Wund залучив \$72 млн для розвитку платформи комплексного управління супермаркетами та ресторанами, яка забезпечує контроль запасів, продажів онлайн та офлайн, управління персоналом та створення звітності з єдиного додатка. Платформа інтегрована з CRM сервісом, що дозволяє бачити профіль клієнта в момент покупки. Таку платформу вже використовують мережі Carrefour, Total та MK2.

Існують різні платформи, що допомагають ресторанам управляти своєю репутацією в соціальних медіа та Інтернеті. Однією з таких платформ є ReviewTrackers, яка дозволяє зібрати всі онлайн-відгуки на одній інформаційній панелі та забезпечує потужний механізм аналітики та звітування. ReviewTrackers також має інструмент зворотного зв'язку та запиту на огляд, який допомагає ресторанам покращити свою видимість в Інтернеті та збільшити впізнаваність бренду[33].

Hootsuite є однією з найпопулярніших платформ для аналізу соціальних мереж в сучасному світі. Як ефективний інструмент ресторанних технологій, Hootsuite допомагає операторам зосередитись на управлінні своїми маркетинговими зусиллями в соціальних мережах на одній платформі. Користувачі Hootsuite можуть отримати доступ до статистичних даних, аналітики та результатів в реальному часі, щоб допомогти їм зрозуміти та покращити ефективність їх соціальних мереж. Крім того, на платформі є каталог програм, які дозволяють ресторанам підключати існуючі маркетингові та бізнес-системи до Hootsuite.

Наприклад, в Європі і США з'явилися сервіси, що дозволяють бронювати столи в ресторанах онлайн, такі як OpenTable та Bookatable. Також досить поширені сервіси доставки їжі, такі як Uber Eats, Grubhub та DoorDash, які

дозволяють замовляти їжу з різних ресторанів з використанням мобільних додатків.

У Японії і Кореї цифровізація управління закладами ресторанної справи включає в себе використання роботів-офіціантів та автоматичних систем для замовлення їжі. Це дозволяє знизити витрати на заробітну плату, а також покращує швидкість обслуговування [35].

В умовах кризи ресторатори змушені переосмислювати свої бізнес-моделі, тому споживачі шукають способи підтримки улюблених закладів. Для забезпечення ефективної комунікації з гостями та просування бізнесу на ринку ресторанних технологій розроблено програми, які допомагають інформувати про операційні зміни, відповідати на запитання відвідувачів, підтримувати взаємозв'язки з клієнтами та ділитися важливими новинами.

Для цих цілей розроблено різноманітні технологічні інструменти, такі як Pedanco, OpenCity, Fishbowl. Pedanco - хмарна платформа для залучення та збереження спільноти гостей, що дозволяє забезпечувати зворотній зв'язок з клієнтами, включаючи контактні форми веб-сайту, системи опитування, телефонні зв'язки та програми для управління репутацією. OpenCity - ресторанний технологічний інструмент, який дозволяє автоматизувати відповіді на запитання клієнтів. Платформа інтегрується з веб-сайтом та об'єднує всі повідомлення в соціальних мережах, а працівники ресторанного закладу миттєво відповідають гостям з одного місця. Fishbowl - повнофункціональна платформа управління гостями, яка пропонує технологічні рішення, спеціально створені для рестораторів.

Італійська компанія HealthyFood розробила платформу MyCIA для ресторанів у Італії. Цей інструмент дозволяє гостям сканувати qr-код, розміщений на столі, щоб отримати доступ до цифрового меню замість паперового(рис.1.1.)[33].



Рис. 1.1. Цифрове меню

Крім того, програма дозволяє забронювати столик в Інтернеті та робити замовлення безпосередньо з цифрового меню, отримувати рахунок в цифровому форматі та оплачувати його онлайн, що дозволяє уникнути контакту з персоналом. Система також дозволяє повідомляти про алергени та поживну цінність страв.

В Данії з'явилися служби доставки їжі та ресторани, які пропонують страви на винос. Кількість інтернет-можливостей швидко зростає, існує багато зручних додатків та веб-сайтів, які полегшують життя громадян. Сервіси, такі як Just Eat та Roomservice.dk, дозволяють відфільтрувати замовлення за типом кухні та віддаленістю та замовити доставку. Сервіси, такі як Tripadvisor та The Fork, дозволяють зробити замовлення з ресторану, переглянути відгуки та отримати знижки.

Інтернет і мобільні додатки міцно увійшли в життя ресторанів Іспанії. У ресторані Monvinic (Барселона, Іспанія) [37] шість сомельє закладу працюють з додатком, що містить від 3 500 до 4 000 різних сортів вин. Серед успішних прикладів – сервіс Vivino, найбільш популярний винний додаток, що завантажують по всьому світу. У 2018 році компанія залучила \$20 млн інвестицій, а у 2020 року заробила мільярд доларів лише на продажі вин.

За даними британської компанії Euromonitor, роль фізичних працівників у роботі ресторану зазнає кардинальних змін протягом наступних 20 років.

Британська система бронювання ресторану Seven rooms [37] провела дослідження та виявила (рис.1.2.), що 53% британців хотіли б мати можливість повністю персоналізованого меню під час вечері; 48% британців готові передавати свої дані в ресторани в обмін на більш персоналізоване обслуговування; 44% клієнтів заявляють, що вони чекають занадто довго, щоб оплатити рахунок; 20% клієнтів хотіли б користуватися безготівковими способами оплати, такими як Apple Pay або Venmo.

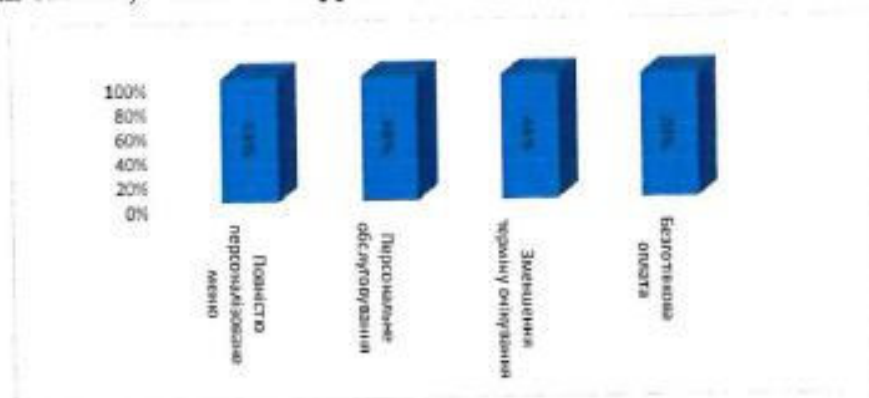


Рис. 1.2. Дослідження британської системи бронювання ресторану Seven rooms []

Угорська мережа цифрових ресторанів KAJANU, що належить CYBERG Corp., виходить за межі країни і готується до масштабної експансії по франшизі на європейські ринки [17]. Головна особливість digitalресторанів KAJANU – інтерактивне меню (рис. 1.3). Замовляти страви потрібно за допомогою вмонтованих в столи сенсорних панелей. В закладах ресторанного господарства реалізується модель «freemium», коли використання онлайн-сервісу – безкоштовне, а додатковий функціонал надається за гроші. Гості використовують сенсорний екран для навігації по меню закладу [34]. Під час очікування гості можуть використовувати мультимедійні можливості планшетів. Вони містять додатки, ігри та мультфільми, розраховані для дітей.



Рис. 1.3 Інтерактивне меню в digital – ресторані КАЈАНУ[34]

Також варто відмітити досвід цифрового ресторану Sagaya, Токіо, Японія [35]. Проект розроблено у арт-групі TeamLab та здійснено у одному із залів відомого токійського ресторану Sagaya[35]. Відвідувачі не тільки можуть отримати задоволення від вишукано приготованої їжі, а й відчують себе у чарівному барвисто оформленому світі. Інсталяція виконана за допомогою цифрових інтерактивних елементів, при цьому задіяне усе: стіни, стіл, прибори, страви і навіть самі відвідувачі (рис.1.4).



Рис.1.4. Цифровий ресторан Sagaya у Токіо (Японія).

Наприклад, на стінах виникають дивовижні картини, що змінюються, а у повітрі можуть літати метелики та пелюстки квітів, при цьому рухи гостей за столом здатні змінювати інсталяцію, змусивши віртуальні об'єкти рухатись.

Зважаючи на швидке розвиток технологій та зростання популярності соціальних мереж, ресторанний бізнес активно використовує ці інструменти для залучення та збереження клієнтів.

Серед нових технологій, які впроваджуються в галузі, можна відзначити хмарні платформи для управління відгуками та зворотного зв'язку з клієнтами, автоматизовані інструменти для відповіді на запитання клієнтів, а також цифрові меню та зручні онлайн-сервіси замовлення та доставки їжі. В цілому, використання цифрових інструментів може полегшити процеси в ресторанному бізнесі та покращити комунікацію з клієнтами, що сприятиме збільшенню доходів та збереженню лояльності клієнтів[31].

Узагалі, зарубіжний досвід показує, що цифровізація управління закладами ресторанної справи має великий потенціал у забезпеченні зручності та якості обслуговування для клієнтів, а також може сприяти покращенню ефективності та оптимізації витрат для бізнесу.

Висновки до розділу 1

На сьогоднішній день Україна займає вагомe місце у світі за показниками цифровізації, проте продовжує активно розвиватися в цьому напрямку, особливо в контексті розвитку ресторанного бізнесу.

Досліджено сутність цифровізації управління закладами ресторанної справи. Показано, що цифровізація є невід'ємною частиною сучасного ресторанного бізнесу, що дозволяє знизити витрати, покращити якість обслуговування та залучити більше клієнтів. Особливу увагу приділено технологіям, які дозволяють автоматизувати процеси управління ресторанами, забезпечити ефективний маркетинг та збільшити дохід.

Застосування новітніх технологій, таких як розумні меню, платформи зворотного зв'язку та програми для управління репутацією, також допомагають ресторанному бізнесу залучати та утримувати клієнтів, полегшуючи процес замовлення та забезпечуючи якість обслуговування.

За результатами дослідження виявлено, що цифровізація управління закладами ресторанної справи є актуальним та необхідним процесом для покращення якості обслуговування та оптимізації бізнес-процесів. Міжнародний досвід показує, що впровадження цифрових технологій дає можливість зменшити витрати на управління та збільшити прибуток. Крім того, цифрові інструменти дозволяють підвищити рівень комунікації з клієнтами та забезпечити їхнє задоволення від обслуговування.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «БАВАРІЯ»

2.1 Дистанційний обмін інформацією між працівниками закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ»

Заклад ресторанного господарства «Баварія» за організаційно-правовою формою є ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю) «ЕМЕКС ЛТД» недержавної форми власності; за типом – це паб або пивний бар. Основним видом діяльності є:

Паб «Баварія» зручно розташований неподалік центру міста за адресою м. Івано-Франківськ, Південний бульвар, 35. «Баварія» – заклад із власною пивоварнею. Серед переваг роботи закладу варто відмітити відмінний рівень обслуговування гостей, доступні ціни та дуже смачну кухню (рис.2.1).



Рис.2.1. Заклад ресторанного господарства «Баварія»

Заклад бере своє архітектурне та дизайнерське рішення з своєї назви «Баварія», саме тому заклад за основу проекту взято ідею відповідних закладів Німеччини, а саме, Баварії.

Сам бар порівняно займає невелику площу, головним акцентом виступає барна стійка виконана в відповідному стилі. Але також наявні два літніх майданчики, що відповідають загальній атмосфері закладу. Інтер'єр загалом є доволі простим, з масивними дерев'яними меблями, що тяжіють до функціоналізму. Загалом як і меблі, так і барна стійка виконана з темних порід

дерев. Для обробки інтер'єру використовуються натуральний матеріал такий як: дерево, цегла та камінь, це можна побачити дивлячись на стіни та арки [22].

«Баварія» користується системою Ііко.

Операційна частина (iikoFront):

- забезпечує просте оформлення замовлення офіціантами з одночасним роздрукуванням замовлення на кухні та барі;

- дозволяє офіціанту, використовуючи планшет або смартфон в якості електронного меню, передавати замовлення на кухню або бар, не відходячи від столу клієнта;

- здійснює підрахунок та друк рахунку клієнта;

- здійснює автоматичний контроль приймання та виконання замовлень.

Також в закладі присутнє електронне меню. Електронне меню (e-Menu) - це інтерактивне меню, що реалізується за допомогою сенсорного дисплею, який розміщують біля столу або на столі, за яким сидить гість чи біля барної стійки (Рис.2.2).



Рис.2.2. Приклад електронного меню

Таке меню надає споживачам «Баварії» можливість:

- візуально в інтерактивному режимі ознайомитися з меню закладу та наочно й оперативно побачити високоякісні фотографії і детальний опис кожної страви;

- робити замовлення, не викликаючи офіціанта;

- викликати офіціанта, наприклад, для того, щоб попросити рахунок [22].

В закладах ресторанного господарства, як от «БАВАРІЯ» м.Івано-Франківськ, використовуються різноманітні технології для дистанційного обміну інформацією між працівниками. Вони використовують комунікаційні засоби, такі як телефонні дзвінки, електронна пошта та спеціальні програми, щоб швидко та ефективно спілкуватися та координувати свою роботу. Це дозволяє забезпечувати якість обслуговування та зберігати високий рівень організації роботи в закладі(в табл.2.1.).

Таблиця 2.1

Опис функцій та мети використання комунікаційних засобів управління закладами ресторанної справи «БАВАРІЯ»

Комунікаційний засіб	Опис функцій	Мета використання
Телефон	Дозволяє здійснювати голосовий зв'язок між працівниками для передачі інформації та вирішення питань.	Координація роботи, вирішення невідкладних питань
Електронна пошта	Дозволяє відправляти та отримувати електронні листи для швидкого обміну інформацією та документами.	Обмін інформацією, відправлення документів, планування роботи
Програми: Slack Trello Asana	Дозволяють створювати, спільні робочі групи, обмінюватися повідомленнями, файлами, створювати розклади роботи та планувати завдання.	Створення спільних робочих груп, обговорення питань, обмін файлами та документами, планування роботи, вирішення завдань та контроль за виконанням.

Зв'язок між працівниками за допомогою телефонних дзвінків - це один з основних способів комунікації в закладах ресторанної справи. Це дозволяє швидко передавати інформацію та забезпечувати ефективну координацію роботи. Однак, цей метод може бути досить обмеженим, оскільки не дозволяє

зберігати записи розмов та інформацію про конкретні завдання, які необхідно виконати.

Електронна пошта - це ще один спосіб комунікації, який дозволяє працівникам обмінюватися інформацією та документами безпосередньо через інтернет. Цей метод є дуже ефективним для передачі великих обсягів інформації та зберігання записів. Однак, він може бути менш швидким у порівнянні з іншими методами комунікації, такими як телефонні дзвінки або миттєві повідомлення[22].

Використання спеціальних програм, таких як Slack, Trello, Asana тощо, дозволяє створювати зручну та ефективну систему комунікації та координації роботи між працівниками. Такі програми забезпечують можливість зберігати записи завдань, відстежувати їх виконання та дозволяють командам ефективніше співпрацювати над проектами. Однак, необхідно мати належні знання та навички для користування такими програмами, що може вимагати додаткового часу та зусиль для їх впровадження та навчання працівників. Також побудуємо таблицю де відзначимо дані варіанти дистанційного обміну інформацією між працівниками за призначенням засобу(в табл.2.2.).

Таблиця 2.2.

Характеристика комунікаційного засобу за призначенням

Призначення	Комунікаційний засіб
Голосовий зв'язок	Телефон
Обмін інформацією та документами	Електронна пошта
Спільна робота, планування та координація	Програми

З таблиці видно, що кожен комунікаційний засіб має свої унікальні призначення та характеристики. Телефон використовується для голосового зв'язку та вирішення невідкладних питань, електронна пошта - для обміну інформацією та документами, а програми - для спільної роботи, планування та координації роботи. Важливо правильно вибирати той засіб комунікації, який

найкраще відповідає конкретному призначенню, щоб досягнути максимальної ефективності в управлінні закладами ресторанної справи.

Проаналізуємо переваги та недоліки кожного комунікаційного засобу, що дозволить визначити їхню ефективність та приділити увагу можливим проблемам, які можуть виникнути при їх використанні (в табл.2.3).

Таблиця 2.3

Переваги та недоліки використання різних комунікаційних засобів у
«БАВАРІЯ»

Комунікаційний засіб	Переваги використання	Недоліки використання
Телефон	Швидкість передачі інформації, зручність вирішення невідкладних питань, доступність для використання	Можливість неправильного зрозуміння інформації, високі витрати на зв'язок
Електронна пошта	Швидкість передачі інформації, можливість зберігання та перегляду документів, доступність для використання	Можливість помилок у тексті повідомлення, відсутність можливості швидкої відповіді на питання
Програми	Можливість створення спільних робочих груп, швидкість обміну інформацією та документами, контроль виконання завдань, доступність для використання	Потребують певного рівня комп'ютерної грамотності, можливість технічних помилок у роботі програми.

Використання комунікаційних засобів є важливою складовою управління ресторанним бізнесом. Телефон та електронна пошта забезпечують швидку та зручну передачу інформації, але можуть бути супроводжені помилками та витратами на зв'язок. Використання програм дає можливість створення спільних робочих груп, швидкий обмін інформацією та контроль виконання завдань, але вимагає певного рівня комп'ютерної грамотності та може супроводжуватися технічними помилками. Управління ресторанним бізнесом повинно розглядати всі переваги та недоліки різних комунікаційних засобів та вибирати той, який найбільш відповідає їхнім потребам та можливостям [21, с.32].

Таким чином, застосування дистанційного обміну інформацією між працівниками закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ» є важливим і необхідним елементом в ефективному управлінні.

Використання комунікаційних засобів, таких як телефонні дзвінки, електронна пошта та програми, дозволяє працівникам швидко та ефективно спілкуватися та координувати свою роботу, зменшуючи час та зусилля на вирішення різноманітних завдань. Однак, варто враховувати і можливі недоліки використання кожного з цих засобів, такі як можливість помилок та неправильного зрозуміння інформації при використанні телефону, або потребу певного рівня комп'ютерної грамотності та можливість технічних помилок у використанні програм. Розвиток і вдосконалення комунікаційних засобів дозволить підвищити ефективність управління та покращити якість обслуговування в закладі ресторанного господарства.

2.2 Дистанційні канали комунікації зі споживачами закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ»

Заклад ресторанного господарства «БАВАРІЯ» використовує різноманітні дистанційні канали комунікації зі споживачами для забезпечення якісного та швидкого сервісу. Основними каналами є телефонний зв'язок та електронна пошта, а також з використанням соціальних мереж та інтернет-платформ для замовлення та доставки їжі.

За допомогою телефонного зв'язку клієнти можуть зв'язатися з закладом та зробити замовлення, а також отримати інформацію про робочий графік, адресу та інші питання. Електронна пошта також є важливим каналом комунікації, де клієнти можуть надіслати свої запитання та пропозиції, а також отримати розсилки з акціями та новинами закладу.

З використанням соціальних мереж та інтернет-платформ, таких як Facebook, Instagram, заклад може ефективно залучати нових клієнтів та забезпечувати зручний сервіс доставки їжі. Для цього ресторан створює свої

сторінки в соціальних мережах та використовує інтернет-платформи для прийому замовлень та доставки їжі.

У цілому, використання дистанційних каналів комунікації зі споживачами дозволяє закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ» забезпечити зручний та якісний сервіс для своїх клієнтів, залучити нових клієнтів та підвищити рівень задоволеності своїх споживачів.

Проаналізуємо окремо кожен вид каналів комунікації зі споживачами закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ»:

1. Телефонний зв'язок є важливим каналом комунікації між закладом ресторанного господарства "БАВАРІЯ" та його споживачами. Нижче розглянемо детальніше переваги та недоліки використання телефонного зв'язку:

Переваги використання телефонного зв'язку:

- Швидкість передачі інформації: Телефонний зв'язок дозволяє миттєво передавати інформацію між рестораном і клієнтами. Це дозволяє швидко вирішувати питання, приймати замовлення та надавати необхідну інформацію.

- Прямий контакт: Телефонний зв'язок надає можливість спілкуватися безпосередньо між співрозмовниками. Це дозволяє вирішувати складні питання, уточнювати деталі та забезпечувати взаєморозуміння.

Недоліки використання телефонного зв'язку:

- Можливість неправильного зрозуміння інформації: У телефонному зв'язку існує ризик неправильного зрозуміння повідомлення через можливі шуми, відмінності в акценті або недостатню чіткість мовлення.

- Високі витрати на зв'язок: Використання телефонного зв'язку може бути пов'язане з високими витратами на телефонні розмови та обслуговування телефонної системи[22].

Незважаючи на недоліки, телефонний зв'язок залишається важливим засобом комунікації зі споживачами для надання оперативної підтримки, прийняття замовлень та вирішення питань. Його ефективне використання може покращити рівень обслуговування та задоволення клієнтів у закладі ресторанного господарства "БАВАРІЯ".

Ресторанне господарство «БАВАРІЯ» використовує телефонний зв'язок для різних цілей в комунікації зі своїми споживачами. Ось кілька способів, якими ресторан використовує телефонний зв'язок:

- Прийом замовлень: Споживачі можуть зателефонувати в ресторан, щоб зробити замовлення на страви або забронювати столик. Це зручний спосіб для клієнтів, які бажають особистого контакту та уточнення деталей свого замовлення.

- Інформаційні запити: Клієнти можуть телефонувати в ресторан, щоб отримати додаткову інформацію про меню, режим роботи, особливі акції або будь-які інші питання, які виникають у них.

- Розв'язання проблем: Якщо споживачі мають будь-які проблеми або скарги, вони можуть зателефонувати в ресторан, щоб повідомити про це та отримати вирішення проблеми. Телефонний зв'язок дозволяє ресторану швидко відповісти на такі ситуації та забезпечити задоволення клієнта.

- Консультації та рекомендації: Ресторан може надати консультації та рекомендації клієнтам через телефонний зв'язок. Це може стосуватися підбору страв, дієтичних обмежень або будь-яких особливих запитів клієнта[22].

Телефонний зв'язок дозволяє ресторану «БАВАРІЯ» забезпечувати особистий, оперативний та ефективний контакт зі своїми споживачами, надавати необхідну інформацію та підтримку, а також вирішувати питання та проблеми.

2. Ресторанне господарство «БАВАРІЯ» використовує електронну пошту як один зі способів комунікації зі своїми клієнтами та споживачами. Ось кілька способів, якими ресторан використовує електронну пошту:

- Підтвердження бронювання: Після того, як клієнт зробив бронювання столика в ресторані, йому може бути надіслано електронний лист з підтвердженням бронювання, в якому міститься інформація про дату, час та кількість осіб.

- Акції та спеціальні пропозиції: Ресторан може надсилати своїм підписникам електронні розсилки з інформацією про акції, знижки або

спеціальні пропозиції. Це дозволяє залучати клієнтів до ресторану та стимулювати повторні відвідини.

- Огляди та відгуки: Ресторан може надсилати електронні листи з проханням про залишення відгуку або огляду про відвідання ресторану. Це дозволяє ресторану отримувати цінну зворотну інформацію та покращувати свої послуги.

- Інформаційні бюлетені: Ресторан може надсилати своїм підписникам регулярні інформаційні бюлетені з новинами, оновленнями меню, спеціальними подіями або іншими повідомленнями. Це дозволяє тримати клієнтів в курсі останніх подій та пропозицій ресторану.

Електронна пошта дозволяє ресторану "БАВАРІЯ" забезпечувати персоналізовану комунікацію зі своїми клієнтами, надавати важливу інформацію та зберігати довготривалі зв'язки зі своїми клієнтами. Використання електронної пошти дозволяє ресторану надсилати індивідуальні повідомлення, спеціальні пропозиції та знижки, а також повідомлення про події та новітні оновлення. Вона також є зручним способом для збирання зворотного зв'язку від клієнтів через відповіді на електронні листи. Електронна пошта забезпечує ефективну та зручну комунікацію з клієнтами, допомагає залучити їх увагу та підтримує взаємозв'язок між рестораном і його клієнтами на довгостроковій основі [16, с.173].

3. Ресторанне господарство «БАВАРІЯ» активно використовує соціальні мережі для розміщення свого контенту та взаємодії зі своїми клієнтами. На сторінках у Facebook та Instagram ресторан публікує фотографії страв, напоїв та атмосфери закладу, а також оголошує спеціальні пропозиції, акції та розіграші. Це дозволяє привернути увагу потенційних клієнтів, залучити нових гостей та підтримувати інтерес тих, хто вже є клієнтами ресторану.

Крім того, ресторан «БАВАРІЯ» активно взаємодіє зі своїми клієнтами через коментарі, приватні повідомлення та відповіді на запитання. Відповідальний та оперативний підхід до комунікації дозволяє ресторану

вирішувати запити клієнтів, надавати додаткову інформацію про меню, розклад роботи, бронювання столиків та інші питання.

Соціальні мережі створюють можливості для взаємодії з гостями в реальному часі, а також для збирання відгуків та рецензій. Ресторан «БАВАРІЯ» ретельно слідкує за коментарями своїх клієнтів і реагує на них, виявляючи вдячність за позитивний відгук або намагаючись вирішити будь-які негативні ситуації. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та покращенню репутації закладу.

Загалом, використання соціальних мереж дозволяє ресторану «БАВАРІЯ» будувати сильну спільноту своїх клієнтів, залучати нових клієнтів і підтримувати взаємозв'язок зі своєю аудиторією. Соціальні мережі дають ресторану можливість ефективно просувати свої послуги, демонструвати свої страви та атмосферу, спілкуватися зі своїми клієнтами та реагувати на їхні потреби і побажання. Вони створюють платформу для обміну інформацією, збирання відгуків та створення взаємного довіри. Правильне використання соціальних мереж допомагає ресторану "БАВАРІЯ" підтримувати активну присутність в онлайн-середовищі, залучати увагу своєї цільової аудиторії та підтримувати позитивний імідж свого закладу[11,с.103].

4. В ресторанному господарстві "Баварія" програми, такі як Slack, Trello і Asana, використовуються для полегшення комунікації, організації робочих процесів і управління завданнями.

Slack є платформою для комунікації, де співробітники ресторану можуть створювати різні канали, обмінюватися повідомленнями, документами і інформацією. Використання Slack дозволяє зменшити використання електронної пошти і спростити комунікацію між співробітниками.

Trello і Asana є програмами для організації робочих процесів і управління завданнями. Вони надають можливість створювати дошки, списки завдань, призначати терміни, відстежувати прогрес і розподіляти завдання між співробітниками. Це дозволяє ефективно планувати робочі процеси, виявляти пріоритети і забезпечувати зручний спосіб організації роботи.

Використання цих програм допомагає ресторанному господарству "Баварія" покращити комунікацію і співпрацю між співробітниками, забезпечити ефективне управління завданнями та плануванням робочих процесів. В результаті, це сприяє підвищенню продуктивності, зменшенню помилок і полегшенню роботи команди в цілому.

Застосування різних видів комунікаційних засобів в ресторанному господарстві "Баварія" допомагає покращити взаємодію з клієнтами та забезпечує більш ефективне управління робочими процесами. Використання телефонного зв'язку дозволяє надавати оперативну підтримку клієнтам і вирішувати їхні запитання та проблеми. Електронна пошта надає можливість персоналізованої комунікації з клієнтами, надсилання спеціальних пропозицій та підтверджень бронювань. Використання соціальних мереж дозволяє ресторану підтримувати активну присутність онлайн, залучати нових клієнтів та підтримувати інтерес і взаємодію з поточними клієнтами. Програми, такі як Slack, Trello і Asana, сприяють полегшенню комунікації в команді, організації робочих процесів та управлінню завданнями. Всі ці засоби використовуються рестораном "Баварія" з метою поліпшення якості обслуговування, залучення та утримання клієнтів, а також оптимізації внутрішніх робочих процесів.

2.3 QR – кодування та інші шляхи надання цифрової інформації

Ресторанне господарство «Баварія» використовує QR-кодування та інші шляхи надання цифрової інформації для забезпечення зручності та ефективності комунікації зі своїми клієнтами. Ось деякі способи, якими ресторан використовує цифрову інформацію:

1. QR-коди на меню: Ресторан розміщує QR-коди на столиках або на фізичних меню. Клієнти можуть сканувати ці коди за допомогою своїх смартфонів і одержувати доступ до цифрового меню, де вони можуть ознайомитися зі списком страв, описом і цінами.



2.3. QR-код на меню

Основна ідея використання QR-кодів на меню полягає у тому, щоб надати клієнтам зручний спосіб ознайомитися зі списком страв та отримати додаткову інформацію про них. Нижче наведена таблиця, яка детально відображає переваги та можливості використання QR-кодів на меню(в табл.2.4.)

Таблиця 2.4.

Переваги та можливості використання QR-кодів на меню

Комунікаційний засіб	Переваги використання QR-кодів на меню
Зручність	Клієнти можуть швидко та зручно сканувати QR-коди зі своїми смартфонами, отримуючи миттєвий доступ до цифрового меню.
Додаткова інформація	QR-коди можуть містити додаткову інформацію про страви, таку як опис, інгредієнти, калорійність або алергени. Це дозволяє клієнтам отримати більше контексту перед вибором страви.
Оновлення меню	Використання цифрового меню через QR-коди дозволяє ресторану легко вносити зміни до списку страв, цін або акцій.
Менше фізичного контакту	QR-коди допомагають зменшити необхідність використання фізичних меню, що зменшує ризик передачі інфекцій та сприяє безпеці гостей.
Маркетингові можливості	Ресторан може використовувати QR-коди на меню для просування акцій, програм лояльності або отримання повідомлень від клієнтів.

Ця таблиця відображає значимі переваги використання QR-кодів на меню в ресторанному господарстві «Баварія». Вони не тільки забезпечують зручний доступ до цифрового меню, але також надають ресторану можливості залучити клієнтів, надати більше інформації та зберегти безпеку клієнтів. Використання

QR-кодів на меню сприяє зручності і швидкості доступу до інформації про страви, що дозволяє клієнтам легко вибрати бажані страви і ознайомитися з їх деталями. Крім того, ресторан може використовувати QR-коди для рекламних акцій, знижок та програм лояльності, що сприяє залученню та утриманню клієнтів. Важливим аспектом використання QR-кодів є також забезпечення безпеки, оскільки вони допомагають зменшити контакт з фізичними меню і мінімізувати ризик передачі інфекцій. В цілому, використання QR-кодів на меню є ефективним і інноваційним способом покращити комунікацію зі споживачами та забезпечити їх задоволення від відвідин ресторану[5,с.24].

2.Інформація про ресторан в Інтернеті: Ресторан має веб-сайти партнерів, де надає детальну інформацію про своє меню, акції, розклад роботи та контактні дані. Клієнти можуть знайти цю інформацію в Інтернеті із зручністю.

Використання Інтернету для розміщення інформації про ресторан є дуже ефективним способом комунікації з потенційними клієнтами. Завдяки наявності веб-сайтів партнерів, ресторан може представити своє меню, акції, графік роботи та контактні дані, це такі партнери сайти як findme.in.ua, ivano-frankivsk.bestrest.com.ua, top20.ua. Це дозволяє клієнтам швидко та зручно знайти необхідну інформацію про ресторан, оцінити його пропозиції та вирішити, чи вони відповідають їх потребам і бажанням. Розміщення інформації про ресторан в Інтернеті також дозволяє привернути нових клієнтів, які активно користуються пошуковими системами та веб-сайтами з відгуками та рейтингами. В цілому, наявність інформації про ресторан в Інтернеті сприяє підвищенню видимості закладу та залученню більшої кількості клієнтів[38].

3.Ресторанне господарство «БАВАРІЯ» активно використовує соціальні медіа, зокрема Instagram, для взаємодії зі своїми клієнтами та просування своїх послуг. Шляхом розміщення фотографій страв, анонсів акцій, інформації про події та спеціальні пропозиції, ресторан привертає увагу своєї цільової аудиторії та стимулює її інтерес. Клієнти мають змогу підписатися на сторінку ресторану у соціальних мережах та отримувати оновлення про нові страви, розіграші, спеціальні пропозиції та інші новини. Взаємодія з рестораном через соціальні

медіа дозволяє клієнтам висловлювати свої думки, коментувати публікації та ділитися своїм досвідом. Це сприяє зближенню ресторану зі своїми клієнтами, створенню активної спільноти та підтримці позитивного іміджу закладу (рис.2.4.).

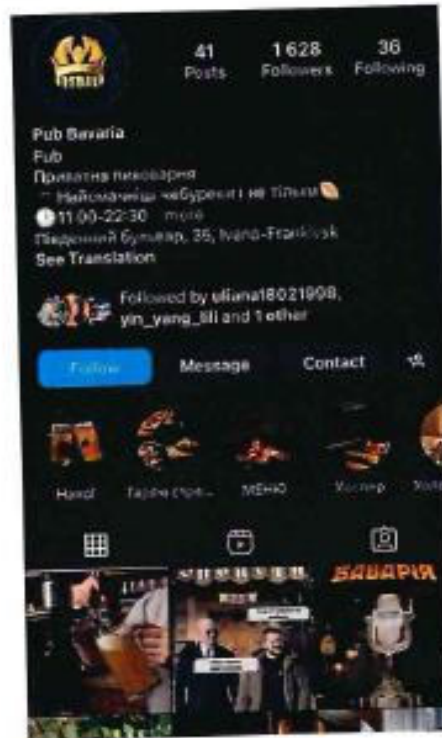


Рис.2.4. Instagram сторінка ресторану «Баварія»[22]

Виходячи з аналізу сторінки можна відзначити активну роботу менеджера з ведення сторінки, так як на сторінці постійно оновлюється контент, з'являються нові відгуки та активно збільшується кількість учасників групи, це в свою чергу говорить про правильно поставлені задачі по розвитку пізнаваності за допомогою даного виду комунікації та поширення інформації про заклад.

4.Електронні розсилки: Ресторан запрошує клієнтів підписатися на їхні електронні розсилки, де надсилається інформація про акції, спеціальні пропозиції та новини закладу. Це дозволяє ресторану підтримувати зв'язок з своїми клієнтами, надавати їм оновлення та сповіщення про нові страви, спеціальні події або зміни у роботі ресторану.

Електронні розсилки є ефективним інструментом для ресторану «БАВАРІЯ», оскільки вони допомагають підтримувати зв'язок із клієнтами та забезпечують постійну інформаційну взаємодію. Надсилання інформації про акції, спеціальні пропозиції та новини закладу через електронні розсилки дозволяє ресторану активно залучати увагу клієнтів та стимулювати їх до відвідин ресторану.

Це допомагає ресторану:

- Залучати нових клієнтів: Реклама акцій та спеціальних пропозицій через електронні розсилки привертає увагу потенційних клієнтів і спонукає їх відвідати заклад.

- Зберігати інтерес поточних клієнтів: Регулярні оновлення про нові страви, події та інші новини роблять клієнтів зацікавленими в ресторані та стимулюють повторні відвідини.

- Підтримувати імідж ресторану: Інформація про участь ресторану в благодійних акціях, культурних заходах або ставлення до сталої екології може підвищити довіру клієнтів до закладу та покращити його репутацію.

- Збирати інформацію: Ресторан може використовувати електронні розсилки для збору інформації про своїх клієнтів, їхніх уподобаннях та потребах, що дозволяє налаштувати персоналізовані пропозиції та послуги[4,с.174].

5.Онлайн-замовлення та доставка: Ресторан може мати систему онлайн-замовлень, де клієнти можуть замовити їжу через веб-сайт або спеціальну програму. Це дозволяє зручно та швидко оформити замовлення безпосередньо з будь-якого пристрою і вибрати спосіб доставки або самовивозу.

6.Огляди та рейтинги: Ресторан відстежує відгуки та рейтинги, які залишають клієнти на різних платформах, таких як Google, TripAdvisor або Yelp. Це дозволяє ресторану знати думку клієнтів, відповідати на їх запитання або коментарі та покращувати якість обслуговування.

Отже, використання цих дистанційних каналів комунікації дозволяє ресторану «Баварія» залучати нових клієнтів, зберігати інтерес і лояльність

існуючих клієнтів, підтримувати зв'язок та швидко реагувати на їхні запитання та потреби.

Висновки до розділу 2

В результаті дослідження цифровізації закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ», можна зробити наступні висновки:

1. Дистанційний обмін інформацією між працівниками є важливим елементом ефективного управління рестораном. Використання комунікаційних засобів, таких як телефонний зв'язок, електронна пошта та спеціальні програми, дозволяє швидко та ефективно спілкуватися, координувати роботу та розв'язувати невідкладні питання.

2. Використання програм, таких як Slack, Trello і Asana, сприяє полегшенню комунікації, організації робочих процесів та управлінню завданнями. Ці програми дозволяють створювати робочі групи, обмінюватися повідомленнями та документами, планувати роботу та контролювати виконання завдань.

Загалом, використання дистанційного обміну інформацією між працівниками закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ» сприяє покращенню комунікації, ефективному управлінню та координації роботи, що сприяє підвищенню продуктивності та якості надання послуг.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ

3.1 Практичні проблеми запровадження цифровізації управління ресторанним бізнесом

Запровадження цифровізації управління ресторанним бізнесом може стикатися з рядом практичних проблем, які варто врахувати. Деякі з них включають:

1. Високі витрати: Впровадження цифрових технологій може бути дорогим процесом. Необхідно інвестувати у закупівлю обладнання, програмного забезпечення, навчання персоналу та підтримку систем. Великі ресторани можуть витратити значну суму грошей на цифрову інфраструктуру.

Проблема високих витрат пов'язана з необхідністю фінансування різних аспектів цифровізації управління ресторанним бізнесом. Однією з основних витрат є закупівля необхідного обладнання, які можуть включати комп'ютери, планшети, мобільні пристрої, POS-термінали тощо. Крім того, потрібно враховувати витрати на програмне забезпечення, яке може включати системи управління рестораном, POS-системи, системи онлайн-бронювання тощо.

Окрім закупівлі обладнання і програмного забезпечення, також потрібно фінансувати навчання персоналу. Впровадження цифрових технологій вимагає підготовки персоналу щодо роботи з новими системами та програмами. Це може включати тренінги, семінари або індивідуальні навчання.

2. Складність інтеграції: Цифрові системи повинні бути добре інтегровані з існуючими системами управління, такими як резерваційні системи, системи обліку та фінанси. Це може вимагати додаткових зусиль та витрат на налагодження зв'язків між різними системами. Складність інтеграції є ще однією проблемою, з якою можуть стикатися ресторани заклади при цифровізації своєї діяльності. Цифрові системи повинні бути ефективно інтегровані з існуючими системами управління, такими як резерваційні системи, системи обліку та фінанси, щоб забезпечити зручну та безперебійну роботу всього бізнесу.

Процес інтеграції може бути складним і вимагати додаткових зусиль з боку фахівців з інформаційних технологій. Необхідно створити зв'язки між різними системами, забезпечити сумісність даних, налаштувати автоматичний обмін інформацією та забезпечити безперебійну передачу даних між системами[11,с.112].

Важливо також враховувати, що існуючі системи можуть мати свої власні обмеження та особливості, які можуть ускладнити процес інтеграції. Наприклад, резерваційна система може мати певний формат даних або обмеження щодо змін у розкладах роботи. Це може вимагати додаткових налаштувань та змін у функціональності цифрової системи.

Більші ресторани, які використовують багато різних систем та платформ, можуть стикнутися з викликами інтеграції. Наприклад, система управління резерваціями повинна бути інтегрована з системою управління складом, системою контролю запасів та POS-системою ресторану. Це може вимагати розробки спеціальних інтерфейсів та налаштування зв'язків між цими системами.

3. Навчання персоналу: Впровадження цифрових технологій вимагає навчання персоналу новим навичкам та процедурам. Це може зайняти час і зусилля, особливо для тих, хто не має великого досвіду використання комп'ютерів та програмного забезпечення. Навчання персоналу є ще однією проблемою, яку можуть зустріти ресторани заклади під час впровадження цифрових технологій. Цифрові системи вимагають від працівників нових навичок, знань та вмінь для ефективного використання цих технологій.

Багато співробітників можуть не мати достатнього досвіду використання комп'ютерів, програмного забезпечення або мобільних пристроїв. Тому їм потрібно буде надати навчання з базових комп'ютерних навичок, роботи з програмним забезпеченням та використання цифрових інструментів. Це може включати тренінги, семінари, онлайн-курси або навіть індивідуальні навчальні сесії.

Крім того, важливо забезпечити постійну підтримку та навчання персоналу після впровадження цифрових технологій. Технології швидко розвиваються, і

нові оновлення, функції та інструменти можуть з'являтися регулярно. Тому необхідно забезпечити періодичне навчання та оновлення з метою підтримки та підвищення навичок персоналу [13].

4. **Забезпечення безпеки даних:** Перехід до цифрових систем означає збільшення кількості цифрових даних, які зберігаються та обробляються. Це може винести на передній план питання безпеки даних та конфіденційності. Ресторани повинні забезпечити належну захисту цих даних, використовуючи механізми шифрування та захисту від несанкціонованого доступу.

Забезпечення безпеки даних є ще однією важливою проблемою, з якою стикаються ресторани заклади під час цифровізації. Збільшення обсягу цифрових даних, таких як особисті дані клієнтів, фінансова інформація та інша конфіденційна інформація, ставить питання про захист цих даних від несанкціонованого доступу та зловживання. Ресторани повинні вживати заходів для захисту своїх цифрових систем та даних. Це може включати використання механізмів шифрування для захисту передачі даних, встановлення міцних паролів та контроль доступу до систем, використання антивірусного програмного забезпечення та фаєрволів для запобігання вторгнень та зловживань.

Крім того, ресторани повинні дотримуватись відповідних норм та правил щодо зберігання та обробки конфіденційних даних. Це може включати дотримання вимог, встановлених регуляторами, щодо захисту персональних даних, обмеження доступу до даних лише необхідним працівникам та забезпечення належної утилізації даних після їх використання.

Забезпечення безпеки даних є критично важливим аспектом цифровізації ресторанного бізнесу. Недотримання норм безпеки може призвести до витоку конфіденційної інформації, порушення довіри клієнтів та потенційних правових наслідків для закладу. Тому ресторани повинні приділяти належну увагу захисту даних і вживати всіх необхідних заходів для їх забезпечення.

5. **Потреба в постійній підтримці:** Цифрові системи потребують постійного оновлення, підтримки та технічної допомоги. Ресторани повинні мати належний

рівень технічної підтримки, щоб забезпечити безперебійну роботу систем та швидко вирішення будь-яких проблем. Потреба в постійній підтримці є ще однією проблемою, з якою стикаються ресторани заклади під час цифровізації. Цифрові системи потребують постійного оновлення, налаштування та технічної підтримки, особливо на етапі впровадження та після нього[19,с.163].

Ресторани повинні мати належний рівень технічної підтримки для забезпечення безперебійної роботи своїх цифрових систем. Це може включати наявність внутрішнього або зовнішнього IT-персоналу або співпрацю з постачальниками послуг з технічної підтримки. Технічна підтримка повинна бути доступною для вирішення будь-яких технічних проблем, забезпечення оновлень програмного забезпечення та регулярного моніторингу системи.

Недостатня технічна підтримка може призвести до простою систем, зниження продуктивності та негативного впливу на ділову діяльність ресторану. Тому важливо забезпечити належний рівень технічної підтримки, щоб швидко реагувати на проблеми та запобігати можливим перебоєм у роботі систем.

Постійна підтримка є необхідним елементом успішної цифровізації ресторанного бізнесу. Ресторани повинні виділити достатні ресурси на технічну підтримку, забезпечити належну організацію та відповідні процедури для швидкого вирішення технічних проблем та забезпечення безперебійної роботи цифрових систем.

6.Потреба в постійному оновленні: Технологічний прогрес швидко змінюється, що означає, що ресторани повинні постійно оновлювати свої цифрові системи, щоб відповідати останнім тенденціям та вимогам ринку. Це може потребувати додаткових витрат на оновлення обладнання та програмного забезпечення. Потреба в постійному оновленні є однією з викликів, з якими стикаються ресторани під час цифровізації. Швидкий технологічний прогрес означає, що нові рішення та функціональні можливості стають доступними на ринку. Ресторани повинні постійно оновлювати свої цифрові системи, щоб використовувати останні досягнення технологій та відповідати змінюючимся вимогам клієнтів[24,с.173].

Оновлення можуть включати заміну старого обладнання на нове, оновлення програмного забезпечення, впровадження нових функцій та модулів, а також налагодження зв'язків з іншими системами. Це може вимагати додаткових витрат на придбання нового обладнання, ліцензійне програмне забезпечення та навчання персоналу.

Недостатнє оновлення цифрових систем може призвести до втрати конкурентної переваги, недостатньої функціональності та несумісності з новими технологічними рішеннями. Ресторани повинні бути готові до постійного оновлення своїх цифрових систем, визначати пріоритети оновлення та використовувати стратегію, щоб ефективно використовувати свої ресурси та залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Незважаючи на ці проблеми, цифровізація управління ресторанним бізнесом має багато переваг, таких як автоматизація процесів, полегшення комунікації, покращення ефективності та підвищення задоволення клієнтів. Зрозуміння цих проблем та врахування їх при плануванні та реалізації цифрових рішень можуть допомогти ресторанам максимально використовувати переваги цифрової трансформації.

3.2 Перспективи глобальної цифровізації ресторанного бізнесу

Перспективи глобальної цифровізації ресторанного бізнесу включають наступні основні аспекти:

1. Покращена взаємодія з клієнтами: Цифрові технології дозволяють ресторанам забезпечувати персоналізовану комунікацію зі своїми клієнтами. Це означає, що клієнти можуть отримувати індивідуально підготовлені пропозиції, рекомендації та повідомлення, що сприяє поліпшенню відносин з клієнтами та збільшенню рівня задоволеності.

Покращена взаємодія з клієнтами завдяки цифровим технологіям має значний потенціал для ресторанів. Основні аспекти цієї перспективи включають:

- персоналізована комунікація: Завдяки цифровим інструментам, ресторани можуть надавати індивідуально підготовлені пропозиції та

повідомлення своїм клієнтам. Вони можуть аналізувати дані клієнтів, такі як вподобання, попередні замовлення та інші персональні дані, і використовувати їх для створення спеціальних пропозицій, рекомендацій та акцій. Це дозволяє ресторанам підтримувати індивідуальний підхід до кожного клієнта і створювати більш глибокі та особисті взаємини з ними.

- збільшення рівня задоволеності клієнтів: Персоналізована комунікація та індивідуальні пропозиції сприяють підвищенню рівня задоволеності клієнтів. Клієнти відчують, що їх потреби та вподобання беруться до уваги, і це стимулює їх повторні відвідини ресторану. Задоволені клієнти також можуть рекомендувати місце своїм друзям та знайомим, що сприяє позитивній репутації та збільшенню кількості нових клієнтів.

- покращений зворотній зв'язок: Цифрові канали комунікації дозволяють клієнтам з легкістю ділитися своїми враженнями, відгуками та пропозиціями з ресторанами[30,с.163].

2.Зручність та доступність для клієнтів: Цифрові інструменти дозволяють клієнтам бронювати столики, замовляти їжу онлайн. Це забезпечує зручність та доступність для клієнтів, що прискорює та спрощує процес отримання послуг.

Зручність та доступність для клієнтів є однією з ключових переваг цифровізації в ресторанному бізнесі. Основні аспекти цієї перспективи включають:

- Онлайн-бронювання: Клієнти можуть легко та швидко здійснювати бронювання столиків у ресторанах через веб-сайти або мобільні додатки. Це уникає необхідності дзвонити або особисто відвідувати місце для забезпечення резервації, що зручно для клієнтів.

- Замовлення їжі онлайн: Клієнти можуть зручно замовити їжу з ресторану через мобільні додатки або веб-сайти. Вони можуть вибрати страви, вказати свої вподобання та виконати оплату в один клацок. Це забезпечує швидке та зручне отримання їжі без необхідності виходити з дому або очікувати в черзі.

- Мобільний доступ: Завдяки мобільним додаткам та адаптивним веб-сайтам, клієнти можуть отримувати доступ до послуг ресторанів з будь-якого

місця та в будь-який час. Це забезпечує гнучкість та зручність для клієнтів, що підвищує їх задоволеність та лояльність.

- Оптимізація часу: Цифрові інструменти дозволяють клієнтам економити час на процесах бронювання та замовлення. Вони можуть швидко порівняти різні пропозиції, переглянути відгуки та зробити свій вибір у найбільш зручній для них спосіб[32].

3.Оптимізація робочих процесів: Цифрові рішення дозволяють автоматизувати та оптимізувати багато робочих процесів, таких як управління складом, замовлення продуктів, управління персоналом та фінансове обліку. Це знижує час та зусилля, потрібні для виконання рутинних завдань та дозволяє спрямувати ресурси на більш стратегічні аспекти бізнесу.

Оптимізація робочих процесів є важливим аспектом цифровізації в ресторанному бізнесі. Основні переваги цієї перспективи включають:

- Автоматизація замовлень та управління складом: Цифрові системи дозволяють автоматизувати процес замовлення продуктів та управління запасами. Вони можуть підтримувати інформацію про наявність товарів, виконувати автоматичні замовлення, сповіщати про низький рівень запасів та прогнозувати потреби в продуктах. Це сприяє зменшенню втрат, оптимізації процесу замовлення та забезпечення належного рівня запасів.

- Управління персоналом: Цифрові рішення допомагають управляти робочим графіком, обліком робочого часу та оплатою праці. Вони можуть включати системи електронного обліку робочого часу, відстежування прогресу завдань та автоматичну генерацію звітів. Це спрощує процес управління персоналом, зменшує ручну роботу та покращує ефективність.

- Фінансовий облік: Цифрові системи дозволяють автоматизувати фінансовий облік, включаючи розрахунок доходів та витрат, облік податків та складання фінансових звітів. Вони можуть інтегруватися з різними фінансовими системами та забезпечувати точність та надійність даних. Це допомагає забезпечити ефективний фінансовий контроль та управління фінансовими ресурсами[29,с.28].

4.Покращення маркетингових зусиль: Цифрові канали комунікації, такі як соціальні мережі, електронна пошта та рекламні платформи, дозволяють ресторанам активно просувати свої послуги та досягати більшої аудиторії. Можливість розміщення фотографій, відео та взаємодії зі споживачами допомагає підтримувати інтерес до бренду та залучати нових клієнтів.

Основні аспекти цієї перспективи включають:

- Розширення аудиторії: Завдяки цифровим каналам, таким як соціальні мережі, ресторани можуть досягати більшої аудиторії. Вони можуть створювати власні сторінки, де представляють свої послуги та події, та привертати увагу нових клієнтів.

- Персоналізація комунікації: Цифрові інструменти дозволяють ресторанам створювати персоналізовану комунікацію зі своїми клієнтами. Вони можуть адаптувати повідомлення, пропозиції та рекламу під індивідуальні потреби та вподобання клієнтів, що збільшує ефективність комунікації та залучає більше зацікавлених осіб.

- Взаємодія зі споживачами: Цифрові канали комунікації дозволяють ресторанам активно взаємодіяти зі споживачами. Вони можуть проводити опитування, створювати віртуальні тури, розміщувати фото та відео зі своїми клієнтами, а також відповідати на запитання та коментарі. Це сприяє збільшенню залученості та підтримує інтерес клієнтів до бренду [27, с.165].

Моніторинг та аналітика: Цифрові інструменти надають можливість моніторити та аналізувати результати маркетингових кампаній.

5.Впровадження інноваційних рішень: Цифрові технології відкривають нові можливості для ресторанів для впровадження інноваційних рішень. Наприклад, використання віртуальної реальності, додатків для замовлення їжі або використання інтерактивних екранів можуть створювати неповторні враження для клієнтів та вирізняти бізнес серед конкурентів.

Основні аспекти цієї перспективи включають:

- Використання віртуальної реальності (VR): ресторани можуть використовувати технологію віртуальної реальності для створення іммерсивного

та неповторного досвіду для своїх клієнтів. Наприклад, віртуальні тури по ресторану, віртуальні кулінарні демонстрації або віртуальні подорожі, що дозволяють клієнтам відчувати атмосферу та обстановку закладу перед фактичним відвідуванням.

- Додатки для замовлення їжі: Розробка власного мобільного додатку для замовлення їжі дозволяє ресторанам спростити процес замовлення для своїх клієнтів. Клієнти можуть зручно переглядати меню, замовляти страви та спеціальні пропозиції, оплачувати замовлення та вибирати спосіб доставки або самовивозу. Це забезпечує зручність та швидкість обслуговування, що позитивно впливає на задоволеність клієнтів.

- Інтерактивні екрани: Використання інтерактивних екранів у ресторанах може створювати захоплюючий та цікавий досвід для клієнтів. Наприклад, екрани з інтерактивним меню, де клієнти можуть вибирати страви та отримувати детальну інформацію про їх склад та спосіб приготування, або екрани з віртуальними екскурсіями по закладу, де клієнти можуть ознайомитися з його історією, особливостями та послугами. Інтерактивні екрани створюють унікальний інтерактивний досвід, який привертає увагу клієнтів та забезпечує їх взаємодію з брендом.

- Використання даних та аналітика: Цифрові рішення дозволяють ресторанам збирати та аналізувати дані про своїх клієнтів та їх поведінку. Це надає можливість отримати цінні інсайти про вподобання, звички та потреби клієнтів, що допомагає покращити продукти та послуги, персоналізувати комунікацію та залучити більше клієнтів. Аналітика даних допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо маркетингу та стратегії розвитку бізнесу.

Впровадження інноваційних рішень через цифрові технології в ресторанному бізнесі дозволяє зробити враження на клієнтів, залучити їх унікальним досвідом та підвищити конкурентоспроможність бренду[28,с.96].

6.Підвищення ефективності та зниження витрат: Впровадження цифрових технологій може сприяти підвищенню ефективності операцій та зниженню витрат. Наприклад, автоматизація процесів замовлення та доставки,

використання систем управління запасами та оптимізація роботи персоналу можуть допомогти зменшити втрати, покращити контроль над запасами та знизити зайві витрати.

В цілому, глобальна цифровізація відкриває широкі перспективи для ресторанного бізнесу, надаючи можливість покращити взаємодію з клієнтами, оптимізувати операційні процеси, розширити аудиторію та покращити конкурентоспроможність.

3.3 Стратегія цифрового маркетингу в управлінні закладом ресторанного господарства «БАВАРІЯ»

Впровадження цифрової стратегії маркетингу є ключовим фактором успіху в управлінні рестораном «БАВАРІЯ». Ця стратегія передбачає використання цифрових інструментів та технологій для досягнення маркетингових цілей та залучення більшої кількості клієнтів.

Стратегія цифрового маркетингу в управлінні закладом ресторанного господарства «БАВАРІЯ» включає наступні елементи:

1. Визначення мети та цілей: Розробка чіткої мети та конкретних цілей цифрового маркетингу, таких як збільшення обсягу продажів, підвищення усвідомленості бренду, привертання нових клієнтів тощо. Визначення мети та цілей цифрового маркетингу для ресторану «БАВАРІЯ» включає створення впізнаваного бренду, збільшення продажів через цифрові канали, привертання нових клієнтів, підвищення свідомості про послуги та пропозиції ресторану, а також покращення взаємодії зі споживачами через соціальні медіа та інтерактивність.

2. Аналіз цільової аудиторії: Вивчення та аналіз цільової аудиторії ресторану «БАВАРІЯ», включаючи їхні поведінкові та інтереси, демографічні характеристики та переваги. Це допоможе побудувати ефективні маркетингові стратегії, спрямовані на цільову аудиторію. Аналіз цільової аудиторії для ресторану «БАВАРІЯ» включає детальне вивчення їхніх характеристик, таких як

вікова група, статевий розподіл, рівень доходів, інтереси та уподобання. Дослідження таких факторів дозволить зрозуміти потреби та очікування цільової аудиторії та налаштувати маркетингові стратегії, щоб ефективно залучати та утримувати цю аудиторію.

3. Розробка контент-стратегії: Створення цікавого та релевантного контенту, який приверне увагу цільової аудиторії.

При розробці контент-стратегії для ресторану «БАВАРІЯ» важливо створити цікавий та релевантний контент, який буде привертати увагу цільової аудиторії. Основні компоненти контенту можуть включати:

- Фотографії страв: Високоякісні фотографії апетитних страв ресторану дозволять залучити увагу клієнтів і спонукати їх відвідати заклад. Важливо створювати привабливі візуальні зображення, які підкреслюють унікальний стиль та якість страв.

- Відео з процесу готування: Відеоматеріали, що демонструють етапи приготування страв у ресторані, можуть бути дуже захопливими для глядачів. Це дозволяє створити ближчий контакт з аудиторією та показати професіоналізм шеф-кухарів.

- Корисні поради з гастрономії: Надання цінних порад та рекомендацій щодо гастрономічного світу може підвищити інтерес цільової аудиторії. Це можуть бути рецепти, рекомендації по вибору вина або інші цікаві факти про страви та їх поєднання.

- Оптимізація для різних цифрових каналів: Контент повинен бути адаптований до різних платформ, таких як веб-сайт ресторану, соціальні мережі, блог тощо. Важливо враховувати особливості кожного каналу і забезпечити, щоб контент був легко доступним і сприймався зручною формою для аудиторії.

Створення цікавого та релевантного контенту допоможе залучити увагу цільової аудиторії, збільшити їх зацікавленість і підтримати позитивний імідж ресторану «БАВАРІЯ».

4.Продуктовий маркетинг: Презентація страв та послуг ресторану «БАВАРІЯ» через цифрові канали. Використання фотографій, відео, описів та рецензій допомагає привернути увагу та зацікавити потенційних клієнтів.

5.Соціальні медіа та онлайн-присутність: Розробка стратегії соціальних медіа, включаючи ведення активних сторінок у соціальних мережах, взаємодію зі споживачами, проведення конкурсів та рекламних кампаній. Також важливо забезпечити наявність ресторану в онлайн-каталогах та бронювання столиків через веб-сайт або спеціалізовані додатки. Соціальні медіа - сторінка інстаграму вже є у ресторану «Баварія» але потребує розширення на інші соціальні мережі для охоплення більшої аудиторії.

6.Відстеження та аналіз результатів: Впровадження механізмів відстеження та аналізу результатів цифрового маркетингу. Вимірювання показників, таких як кількість відвідувачів веб-сайту, конверсій, реакції на рекламу тощо, допоможе оцінити ефективність стратегій та внести необхідні корективи.

7.Контроль за конкурентами: Аналіз діяльності конкурентів у цифровому просторі та розробка стратегій, спрямованих на вирішення ресторану «БАВАРІЯ» серед інших гравців на ринку. Вивчення та застосування успішних практик конкурентів може принести значні переваги. Аналіз діяльності конкурентів у цифровому просторі допомагає ресторану "БАВАРІЯ" виявити їхні сильні та слабкі сторони та розробити стратегії, які дозволять виділитися серед інших гравців на ринку. Вивчення та застосування успішних практик конкурентів може принести значні переваги, оскільки це дозволяє виявити тенденції та інновації у галузі та адаптуватися до них. Наприклад, це може включати аналіз їхнього присутності в соціальних мережах, використання новітніх технологій, інтерактивних рішень або програм лояльності. Розробка власних стратегій, що засновані на цьому аналізі, допоможе ресторану «БАВАРІЯ» залучати та утримувати більше клієнтів і позиціонувати себе як лідера на ринку готельно-ресторанної сфери.

8. Постійне вдосконалення: Актуалізація та вдосконалення стратегій цифрового маркетингу на основі відгуків клієнтів, аналізу трендів та нововведень у галузі. Постійне вдосконалення допоможе ресторану «БАВАРІЯ» залишатися актуальним та конкурентоспроможним у цифровому середовищі.

Таким чином, впровадження цифрової стратегії маркетингу управління рестораном «БАВАРІЯ» допоможе досягти зростання рентабельності, поліпшити взаємодію з клієнтами та збільшити свідомість про бренд. Використання цифрових інструментів та інноваційних підходів дозволить залучити нових клієнтів та створити неповторний досвід для всіх гостей ресторану «БАВАРІЯ».

Висновки до розділу 3

Отже, впровадження цифровізації управління ресторанним бізнесом може зіткнутися з практичними проблемами. Однією з основних проблем є високі витрати на придбання обладнання, програмного забезпечення та навчання персоналу. Інтеграція цифрових систем з існуючими системами управління може бути складною та вимагати додаткових зусиль. Навчання персоналу новим навичкам та займає час і зусилля. Забезпечення безпеки даних вимагає додаткових заходів. Підтримка та оновлення цифрових систем потребує постійної уваги та технічної допомоги.

Незважаючи на ці проблеми, цифровізація управління ресторанним бізнесом має потенціал принести значні переваги.

Загалом, глобальна цифровізація пропонує значний потенціал для ресторанного бізнесу. Впровадження цифрових технологій сприяє покращенню взаємодії з клієнтами, зручності та доступності послуг, оптимізації робочих процесів та покращенню маркетингових зусиль. Цифрові інновації, такі як використання віртуальної реальності та інтерактивних екранів, можуть створювати неповторні враження та вирізняти бізнес серед конкурентів.

Впровадження цифрової стратегії відділу маркетингу ресторанного підприємства є ключовим фактором для досягнення успіху в ресторанній галузі. Використання інноваційних підходів та технологій допомагає підвищити рентабельність, задоволення клієнтів та оптимізувати маркетингові операції. Раціональна організаційна структура та компетентний персонал є важливими факторами успіху в цифровому маркетингу. Цифрова підтримка, така як використання цифрових інструментів та систем, допомагає ефективно виконувати маркетингові завдання та покращувати результативність роботи відділу маркетингу.

Успішна реалізація цифрової стратегії допомагає ресторанам досягти конкурентної переваги, привернути більше клієнтів та забезпечити стабільний ріст бізнесу.

ВИСНОВКИ

Таким чином, підсумовуючи вище проведений аналіз, слід підвести ряд висновків:

1. Цифровізація в Україні є актуальним процесом, який охоплює різні сфери економіки, включаючи ресторанний бізнес. Історія цифровізації в Україні почалася ще в 1990-х роках, коли почали поширюватися персональні комп'ютери та Інтернет. Уряд України активно підтримує розвиток цифрової інфраструктури та створює сприятливі умови для впровадження цифрових технологій у бізнесі. Впровадження цифрових рішень в ресторанному секторі України допомагає покращити ефективність роботи, залучити більше клієнтів та підвищити конкурентоспроможність. Цифрові технології в ресторанному бізнесі України включають в себе такі аспекти, як онлайн-бронювання, цифрові меню, електронні розсилки та активне використання соціальних медіа. Цифровізація в Україні має великий потенціал для подальшого розвитку, і більше компаній у ресторанній галузі виявляють зацікавленість у використанні цифрових рішень для покращення своєї діяльності.

2. Досліджено сутність цифровізації управління закладами ресторанної справи. Виявлено, що цифровізація є необхідним елементом сучасного ресторанного бізнесу, який сприяє зниженню витрат, покращенню якості обслуговування та залученню більшої кількості клієнтів. Особлива увага приділена використанню технологій, які автоматизують управління ресторанами, забезпечують ефективний маркетинг і збільшують прибуток.

Останні роки свідчать про значні зміни в ресторанному бізнесі під впливом нових технологій, що сприяють зростанню продуктивності та поліпшенню взаємодії з клієнтами. Використання передових технологій, таких як розумні меню, платформи зворотного зв'язку та програми для управління репутацією, допомагає привернути та зберегти клієнтів, спрощуючи процес замовлення та підвищуючи якість обслуговування.

Результати дослідження підтверджують, що цифровізація управління закладами ресторанної справи є актуальним та необхідним процесом для покращення якості обслуговування та оптимізації бізнес-процесів. Міжнародний досвід показує, що впровадження цифрових технологій дозволяє знизити витрати на управління та збільшити прибуток. Крім того, цифрові інструменти допомагають підвищити рівень комунікації з клієнтами та задовольнити їхні потреби.

3. В результаті дослідження цифровізації управління закладом ресторанного господарства «БАВАРІЯ» можна зробити наступні висновки:

- Використання цифрових комунікаційних засобів, таких як телефонний зв'язок, електронна пошта та спеціальні програми, значно полегшує спілкування, координацію роботи та вирішення невідкладних питань між працівниками.

- Телефонний зв'язок є швидким та зручним засобом передачі інформації, що допомагає вирішувати невідкладні питання та забезпечує оперативну координацію роботи.

- Електронна пошта є ефективним засобом обміну інформацією та документами, що дозволяє зручно відправляти та отримувати листи, зберігати та переглядати документи, планувати роботу та спілкуватися з колегами.

- Використання спеціальних програм, таких як Slack, Trello і Asana, сприяє полегшенню комунікації, організації робочих процесів та управлінню завданнями. Ці програми дозволяють створювати робочі групи, обмінюватися повідомленнями та документами, планувати роботу та контролювати виконання завдань. Загалом, використання цифрових комунікаційних засобів сприяє покращенню комунікації, ефективному управлінню та координації роботи в ресторанному господарстві «БАВАРІЯ», що призводить до збільшення продуктивності та покращення якості надання послуг.

4. Цифровізація управління ресторанним бізнесом є необхідною і невід'ємною частиною сучасного галузі. Вона допомагає знизити витрати, поліпшити якість обслуговування та залучити більше клієнтів. Використання інноваційних технологій, таких як розумні меню, програми для управління

репутацією та системи зворотного зв'язку, допомагає ресторанам полегшити процес замовлення та забезпечити високу якість обслуговування. Цифрові технології можуть зустрітися з практичними проблемами, такими як високі витрати на обладнання та навчання персоналу, складність інтеграції з існуючими системами управління та питання безпеки даних. Незважаючи на ці проблеми, цифровізація має потенціал принести значні переваги, такі як покращена взаємодія з клієнтами, зручність та доступність послуг, оптимізація робочих процесів та покращення маркетингових зусиль.

Глобальна цифровізація має великий потенціал для ресторанного бізнесу. Впровадження цифрових технологій сприяє покращенню взаємодії з клієнтами, зручності та доступності послуг, оптимізації робочих процесів та покращенню маркетингових зусиль. Впровадження цифрової стратегії відділу маркетингу є ключовим фактором успіху в ресторанній галузі. Використання інноваційних підходів та технологій допомагає підвищити рентабельність, задоволення клієнтів. Раціональна організаційна структура та компетентний персонал є важливими елементами успішного цифрового маркетингу. Персонал повинен мати необхідні навички та знання, а також бути зацікавленим у використанні цифрових інструментів та систем.

Успішна реалізація цифрової стратегії допомагає ресторанам досягти конкурентної переваги, привернути більше клієнтів та забезпечити стійкий ріст бізнесу. Цифрові технології дозволяють покращити якість обслуговування, знизити витрати та створити неповторні враження для клієнтів.

Загальною метою цифровізації управління ресторанним бізнесом є покращення ефективності та створення гнучкого, інноваційного та конкурентоспроможного середовища. Впровадження цифрових технологій відкриває нові можливості для розвитку та розширення бізнесу в глобальному масштабі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про електронну комерцію» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 45, ст.410) №675-VIII. від 19.11.2022
2. Постанова від 18 вересня 2019 р. № 856 Київ Питання Міністерства цифрової трансформації від 11.11.2022
3. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 280 с.
4. Гриценко А.А. Комплементарність інформаційно-цифрових і соціально-економічних перетворень як умова стабільного розвитку суспільства. Моногр. За ред. А.А. Гриценка. НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України. Київ, 2021. 400 с
5. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. «Економіка. Менеджмент. Бізнес» № 2 2018. с.24.
6. Даниленко О.В. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (foodtech) в Україні / О.В. Даниленко, Л.М. Зоценко, М.Л. Братіцел // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. 2019. № 2. С. 95-101.
7. Данніков О.В, Січкаренко К. О. Концептуальні засади цифровізації економіки України. «Інфраструктура ринку», №17, 2018.с.73-80
8. Джусов О.А., Альпаков Ґ. С. Цифрова економіка: структурні зрушення на міжнародному ринку капіталу. Міжнародні відносини серія «Економічні науки» №9, 2016. 53с.
9. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу: уклад. Малюк Л.П., Черевко О.І., Дейниченко Г.В. Харків: ХДУХТ, 2003. 488 с.
10. Карпова К.С. Мовний портрет кулінарного блогера / К.С. Карпова // Мовні і концептуальні картини світу. 2017. Вип. 59. С. 82–89.
11. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі / С. В. Коляденко// Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. -2016. - № 6. - С. 105-112

12. Компанець К.А. Роль Інтернет-технологій у розвитку підприємства сфери послуг / К.А. Компанець, Т.А. Навродська, К.О. Мороз // Інтелект XXI. 2018. № 5. С. 66-70.

13. Коровайченко Н.Ю. Передумови інтеграції України до єдиного цифрового ринку Європейського Союзу / Н.Ю. Коровайченко // Ефективна економіка. 2017. № 6 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5648> (дата звернення 25.04.2023)

14. Краус Н.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку / Н.М. Краус, О.П. Голобородько, К.М. Краус // Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (дата звернення 28.04.2023)

15. Кукліна Т.С. Управління якістю обслуговування у закладах ресторанного господарства / Т.С. Кукліна // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України. 2019. С. 72-75.

16. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу: навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2011. 215 с.

17. Мальська М.П., Гаталюк Н.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 304 с.

18. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства: навч. посіб. Вид. 2-ге. Київ: Ліра-К, 2011. 388 с.

19. Мостова Л.М., Новікова О.В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2010. 388 с.

20. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 348 с.

21. Нікітін Ю. О., Кульчицький О. І. Цифрова парадигма як основа визначень: цифровий бізнес, цифрове підприємство, цифрова трансформація. Маркетинг і цифрові технології. 2019. № 4. Том 3 (7) 32с.

22. Офіційна сторінка «Баварії» в інстаграмі: URL: <https://instagram.com/pubbbavaria?igshid=YmMyMTA2M2Y=> (дата звернення 28.04.2023)

23. Піжук О.І. Цифрова трансформація економіки як основа її конкурентоспроможності / О.І. Піжук // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. Вип. 6 (17). С. 79–83.

24. Пятницька Г.Т., Пятницька. Н.О. Інноваційні ресторанны технології: основи теорії: навч. посіб. Київ: Кондор, 2013. 250 с.

25. Рибак Б. Українські food-блогери, що надихають готувати: від пані Стефи до Клопотенка / Б.Рибак URL: <https://cutt.ly/3aQazO>. (дата звернення 25.04.2023)

26. Сало Я.М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Ресторанна справа: довідник офіціанта. Львів: Афіша, 2009. 304 с.

27. Сокирник І.В. Формування та реалізація стратегій підприємств ресторанного господарства в умовах цифрової трансформації економіки / І.В. Сокирник // Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 3. С. 165–171.

28. Соколова Г.Б. Деякі аспекти розвитку цифрової економіки в Україні / Г.Б. Соколова // Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1. С. 92–96.

29. Ткачук В.О. Електронний бізнес: переваги та ризики в період цифрової трансформації / В.О. Ткачук, Т.Ю. Мельник, Ю.В. Богоявленська // Економіка, управління та адміністрування. 2021. № 4 (98). С. 28–36.

30. Фалович В.А. Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції / В.А. Фалович та ін.; за ред. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФОП Шпак В.Б., 2021. 351 с.

31. Шляхи удосконалення роботи ресторанного бізнесу. Tourlib.net: веб-сайт. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/naumenko.ht (дата звернення 16.02.2023).

32. Шумпетер, Йозеф Алоїз, Теорія економічного розвитку : дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу /

Йозеф А. Шумпетер ; пер. В. Старка ; [наук. ред. та авт. передм. до укр. пер. Бажал Ю. М.]. - Київ : Києво-Могилянська академія, 2011. 241с

33. 2020 UK Restaurant Industry Technology Report URL.: <https://www.bighospitality.co.uk/All-products/2020-UK-Restaurant-IndustryTechnology-Report> (дата звернення: 02.05.2023)

34. The restaurant chain Kajahu, a good example of fusion food and digital URL.: <https://www.diegocoquillat.com/en/la-cadena-de-restaurantes-kajahu-unbuen-ejemplo-de-fusion-entre-gastronomia-y-tecnologia-digital/> (дата звернення: 02.05.2023)

35. Цифрові технології у ресторани в Японії URL.: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/cyfrovi-tehnologiyi-u-restorani-v-yaponiyi> (дата звернення: 02.05.2023)

36. Угорська мережа цифрових ресторанів KAJAHU розширює бізнес URL.:<https://kiosksoft.ru/news/2019/06/06/vengerskaya-set-cifrovyh-restoranovkajahu-rasshiryaet-biznes-01808> (дата звернення: 02.05.2023)

37. Цифрові технології приходять в ресторани Іспанії URL.: <https://noticia.ru/allnews/ekonomika/czifrovyie-tehnologii-prihodyat-v-restoranyispanii-6925.htm> (дата звернення: 02.05.2023)

38. Офіційний сайт RestOn <https://reston.ua/ukr/> (дата звернення: 02.05.2023)

РЕЦЕНЗІЯ
на кваліфікаційну роботу
«Цифровізація управління ресторанными закладами»

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
Студента спеціальності – 241 «Готельно-ресторанна справа»

Прокіпчук Карини Володимирівни
(ГПП студента)

Рецензент: Куліковський Р.І -директор закладу «Баварія»
(науковий ступінь, вчене звання, посада, ППП рецензента)

Впровадження цифровізації в ресторанному бізнесі є ключовим чинником полегшення та покращення роботи управління цими закладами. Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру, зокрема: охарактеризовано різні методи використання новітніх технологій для управління закладами, визначено можливі проблеми при впровадженні та перспективи експансії цифровізації.

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою, стисло та правильно. Оформлення роботи на високому рівні. Актуальність теми розкрито в повному обсязі. Правильно та грамотно поставлено мету дослідження та підбрано підхід до вивчення визначеної проблематики. Важливим аспектом в кваліфікаційній роботі є розробка стратегії цифрового маркетингу в управлінні закладом ресторанного господарства «Баварія».

Рекомендую виставити Карині Володимирівні оцінку «відмінно» та присвоїти кваліфікацію «бакалавр» з готельно-ресторанної справи».

Директор закладу «Баварія»



Роман КУЛІКОВСЬКИЙ

«15» червня 2022 р.

МП

ВІДГУК

на бакалаврську роботу

ст. гр. ГРСз-19-1 Карини ПРОКІПЧУК на тему

«Цифровізація управління ресторанного комплексу «БАВАРІЯ»

Цифрові технології стають все більш необхідними для ефективного управління ресторанним бізнесом, а їх використання допомагає рестораторам. Останні роки були визначені стрімким розвитком технологій та цифровізацією різних галузей, включаючи ресторанну індустрію. Цифровізація управління ресторанными закладами є актуальною, оскільки ця індустрія є ключовими складовими туристичного сектору.

Робота виконана на основі матеріалів ресторанного комплексу «БАВАРІЯ»

На основі проведеного аналізу літературних та наукових джерел, автором розглянуто історію цифровізації в Україні; визначено сутність цифровізації управління закладами ресторанної справи; опрацьовано міжнародний досвід цифровізації управління закладами ресторанної справи.

У аналітичній частині проаналізовано: процес дистанційного обміну інформацією між працівниками закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ»; дистанційні канали комунікації зі споживачами закладу ресторанного господарства «БАВАРІЯ»; застосування QR – кодування та інших шляхи надання цифрової інформації.

У третьому розділі роботи, за результатами проведено аналізу, визначено практичні проблеми запровадження цифровізації управління ресторанним бізнесом; наведено перспективи глобальної цифровізації ресторанного бізнесу та запропоновано стратегію цифрового маркетингу в управлінні закладом ресторанного господарства «БАВАРІЯ».

ПРОКІПЧУК К. В. у процесі виконання роботи проявила вміння виконувати поставлені завдання, завжди працювала ритмічно. Загалом, бакалаврська робота є завершеною, її структура та оформлення відповідає встановленим вимогам, що дає підстави для рекомендації до захисту перед Екзаменаційною комісією з оцінкою «відмінно».

Керівник бакалаврської роботи, к.е.н., доц.



Наталія ГАВАДЗИН



метадані

Заголовок:

ЦИФРОВІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМИ ТА РЕСТОРАННИМИ ЗАКЛАДАМИ

Автор: Науковий керівник / Експерт

Прокірчук К. Наталія Гарадзин

Навчальний

King Danylo University

Перелік можливих спроб маніпуляції з текстом

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових сплаторень. Ці сплаторення в тексті можуть говорити про **МОЖЛИВІ** маніпуляції в тексті. Сплаторення в тексті можуть мати випадковий характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам відвідати до аналізу цього модуля відеоінструкцію. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		2
Інтервали		0
Мікропробіли		4
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		67

Обсяг знайдених подібностей

Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Кількість фраз для коефіцієнта подібності КП 1

12453

Кількість слів

100617

Кількість знаків

Подібності за списком джерел

Проаналізуйте список та аналізуйте, особливо, фрагменти, які перевищують КП 2 (позначено жирним шрифтом). Скористайтеся посиланням "Показати фрагмент" та перевіряйте, чи є вони короткими фразами, розкиданими в документі (випадковій схожості), численними короткими фразами поруч з іншими (масовою плагіат) або великими фрагментами без зазначення джерела (прямий плагіат).

10 найдовших фраз

Базисний номер	ВІДПОВІДЬ НА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА ЦИФРОВІЗАЦІЇ	Копія тексту	Відсоток подібності (фрагментів)
1	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	88	0.71 %
2	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	85	0.66 %
3	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	80	0.64 %
4	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	71	0.57 %

5	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	62	0.50 %
6	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	59	0.47 %
7	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	58	0.47 %
8	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	49	0.39 %
9	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	46	0.37 %
10	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	44	0.35 %

з бази даних RefBooks (0,04 %)

порядковий номер	заголовок	кількість цитувань (кількість)	відсоток
джерело: Paperity			
1	Aspects of the development of digital economy in Ukraine I O Kashynikova, D L Levchynskiy, O E Kononova;	5 (1)	0.04 %

з домашньої бази даних (0,00 %)

порядковий номер	заголовок	кількість цитувань (кількість)	відсоток
------------------	-----------	--------------------------------	----------

з програми обміну базами даних (0,51 %)

порядковий номер	заголовок	кількість цитувань (кількість)	відсоток
1	Лукін СЮ_стаття ЛІТ РЕФС.docx 9/8/2020 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	31 (1)	0.25 %
2	КЕЙС 31 (Поповен Андрій, 575-1).pdf 5/14/2023 Yury Fedkovych Chernivtsi National University(CNU) (Deanery)	12 (1)	0.10 %
3	Юсифейкі Р_стаття РЕФС 20 стр.docx 4/27/2021 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	10 (1)	0.08 %
4	ІрпуДіпломніДіпломні_2010/10d132/Пукієська Н.М/вигульна та анотація.doc 8/22/2017 V. Hnatyuk Ternopil National Pedagogic University (TNPJ)	10 (1)	0.08 %

з Інтернету (10,33 %)

порядковий номер	джерело URL	кількість цитувань (кількість)	відсоток
1	https://www.onaft.edu.ua/download/konfi/2021/all-ukrainian_student_scientific_works_ce/Digital-technologies.pdf	1037 (41)	8.33 %

2	https://conf.znu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/22-strategy-i-innovatsijne-rozvytku-turyzmu-ta-gotelno-restorannoyi-spravy-problemy-ta-perspektyvy.pdf	70 (2)	0.56 %
3	http://www.economy.navya.com.ua/pdf/10_2019/6.pdf	51 (7)	0.41 %
4	https://library.kub.edu.ua/d/eprint/45187/1/CZECH%20REPUBLIC_2023.pdf	49 (5)	0.39 %
5	http://fofen.org.ua/doc/public/PoNIZRKBIMR.pdf	34 (3)	0.27 %
6	https://ukrd.edu.ua/sites/default/files/2021-04/00%BE%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0%20%D1%84%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%83%D0%BE%20%D0%B2%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B2%D0%B0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8E%20%D0%84%D0%BB%D1%8E%20%D1%81%D0%BE%D0%85%D1%86%D1%86%D0%80%D0%BB%D1%8C%D0%8D%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%86%20241%20%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%85%D0%BB%D1%8C%D0%8D%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%8D%D0%80%20%D1%81%D0%BE%D1%80%D0%80%D0%82%D0%8D.pdf	21 (3)	0.17 %
7	http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/Academy/Osvita/OPP_Magistr/2019/Gotelno_restoranna_sprava.pdf	18 (3)	0.14 %
8	https://www.imena.ua/blog/2-investments-for-foodtech/	6 (1)	0.05 %

Список принятых фрагментів (немає принятих фрагментів)

Поліграфічний центр

ЗНУСТ

Кількість одиниць списку (фрагментів)