ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОБСЛУГОВУВАННІ СУБ'ЄКТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Студента 5 курсу, 2з групи
спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа» _____ Палагечи Олександра Костянтиновича

Науковий керівник
к.е.н., доц. _____ Бовш Людмила Андріївна

Гарант освітньої програми _____ Расулова
к.е.н., доц. Алла Миколаївна

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Палагеча Олександр Костянтинович. Технології штучного інтелекту в обслуговуванні суб'єктів ресторанного бізнесу. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. – Державний торговельно-економічний університет. – Київ, 2025.

Кваліфікаційна робота присвячена проблемі імплементації штучного інтелекту в діяльність суб'єкта ресторанного бізнесу.

У роботі здійснено загальну характеристику діяльності; проаналізовано бізнес-середовище, організаційну структуру управління; розглянуті практичні аспекти використання технологій штучного інтелекту ресторану «Китайський привіт»; розроблено пропозиції по удосконаленню системи SMM менеджменту ресторану «Китайський привіт». Визначено основні інструменти зростання клієнтоорієнтованості закладу.

Ключові слова: ресторан**,** штучний інтелект, інноваційні технології.

SUMMARY

Palagecha Oleksandr Kostyantynovich. Artificial intelligence technologies in servicing restaurant business entities. – Manuscript.

Qualification work for obtaining the first (bachelor's) level of higher education. – State Trade and Economic University. – Kyiv, 2025.

Qualification work is devoted to the problem of implementing artificial intelligence in the activities of a restaurant business entity.

The work provides a general description of the activity; analyzes the business environment, organizational structure of management; considers practical aspects of using artificial intelligence technologies in the restaurant "Chinese Hello"; develops proposals for improving the SMM management system of the restaurant "Chinese Hello". The main tools for increasing the institution's customer orientation are identified.

Keywords: restaurant, artificial intelligence, innovative technologies.

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет технологій та бізнесу
Кафедра менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Спеціалізація «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав. кафедри менеджменту
готельно-ресторанного бізнесу
проф._____Маргарита БОЙКО
«___»_____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу студентові
ПАЛАГЕЧІ ОЛЕКСАНДРУ КОСТЯНТИНОВИЧУ
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Технології штучного інтелекту в обслуговуванні «Китайський Привіт», м. Київ»

Затверджена наказом ректора від «18» жовтня 2024 р. № 3506.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 31 січня 2025 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження технологій штучного інтелекту в обслуговуючі процеси суб'єкта ресторанного бізнесу.

Об'єкт дослідження – технології штучного інтелекту ресторанного бізнесу.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до інтеграцій технологій штучного інтелекту в ресторані «Китайський Привіт» міста Києва.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ РЕСТОРАНУ «КИТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ

1.1. Економіко-організаційна характеристика ресторану
1.2. Оцінка параметрів інтеграцій штучного інтелекту в діяльність ресторану «Китайський Привіт»

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЙ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОБСЛУГОВУЮЧІ ПРОЦЕСИ РЕСТОРАНУ «КИТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ

2.1. Практичні інсайти інтеграцій штучного інтелекту в автоматизовані процеси ресторану
2.2. Оцінювання доцільності пропонованих заходів

ВИСНОВКИ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	16.09.2024 – 20.10.2024	20.10.2024
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	до 30.10. 2024	30.10.2024
3	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	01.11.2024-23.12.2024	23.12.2024
4	Попередній захист 1 розділу кваліфікаційної роботи	23.12.2024 – 24.12.2024	24.12.2024
5	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	06.01.2025 – 24.01.2025	24.01.2025
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи у комісіях	27.01.2025	27.01.2025
9	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	до 31.01.2025	31.01.2025
10	Подання кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	05.02.2025	05.02.2025
11	Підготовка матеріалів кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	05.02.2025	05.02.2025
12	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	Згідно з розкладом

6. Дата видачі завдання «21» жовтня 2024 р.

7. Керівник кваліфікаційної роботи, к.е.н, доц. _____ **Людмила БОВШ**
(підпис) *(ініціали, прізвище)*

8. Гарант освітньої програми, к.е.н, доц. _____ **Алла РАСУЛОВА**
(підпис) *(ініціали, прізвище)*

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник _____ **Олександр ПАЛАГЕЧА**
(підпис) *(ініціали, прізвище)*

10. Відгук керівника кваліфікаційної роботи

Студент Палагеча Олександр виконав кваліфікаційну роботу у повному обсязі, згідно виданого завдання та затвердженого графіку.

Студент обґрунтовано довів необхідність інтеграцій технологій штучного інтелекту в діяльність суб'єкта ресторанного бізнесу. На основі аналітичних досліджень аргументував програму та напрямки інтеграцій штучного інтелекту, оцінив ефективність пропонованих заходів.

Кваліфікаційна робота оформлена згідно вимог.

Кваліфікаційна робота є кваліфікованою випусковою працею і рекомендується до захисту в ЕК.

Після перевірки роботи на унікальність виявлені недоліки були усунені.

Дослідження є самостійною авторською працею, завершеною згідно з поставленою метою та визначеними завданнями, і рекомендується до захисту в Екзаменаційній комісії.

Робота передана до електронного архіву інституційного репозитарію Державного торговельно-економічного університету

Керівник
кваліфікаційної роботи _____ **Людмила БОВШ**
(підпис, дата)

11. Висновок про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота студента Палагечи О.К.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми _____ **Алла РАСУЛОВА**
(підпис) *(ініціали, прізвище)*

Завідувач кафедри _____ **Маргарита БОЙКО**
(підпис) *(ініціали, прізвище)*

«___» _____ 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП…… 8
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ РЕСТОРАНУ «КИТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ …….. 10
1.1. Економіко-організаційна характеристика ресторану……. 10
1.2. Оцінка параметрів інтеграцій штучного інтелекту в діяльність ресторану «Китайський Привіт» …… 16
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЙ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОБСЛУГОВУЮЧІ ПРОЦЕСИ РЕСТОРАНУ «КИТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ……. 22
2.1. Практичні інсайти інтеграцій штучного інтелекту в автоматизовані процеси ресторану……. 22
2.2. Оцінювання доцільності пропонованих заходів……. 27
ВИСНОВКИ …….. ……... 32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……. 34
ДОДАТКИ……..……. 39

ВСТУП

Актуальність теми. Рівень конкуренції у цій сфері досить високий, тому потрібно бути клієнтоорієнтованим, щоб привабити нових клієнтів та утримати постійних. Особливо актуальними в даному напрямку є формування систем комунікацій та обслуговування здатних працювати в режимі 24/7. Така продуктивність характерна для технологій з вбудованим штучним інтелектом. Тому тема даної роботи є актуальною.

Рівень дослідженості теми. Теоретичні та практичні аспекти штучного інтелекту є предметом дослідження значної кількості вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема, таких, як: Акерар Р. [3], Босовська М. та інші [5], Дутт В, Шарма С. [8], Бовш Л. [28-29], Бусол О. [30], Бутенко Ю. [31] та багатьох інших. Слід зазначити, на сьогодні відсутні одностайне розуміння соціального медіа маркетингу та систематизація його інструментів, що ще раз доводить актуальність зазначеної тематики роботи.

Метою є розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження технологій штучного інтелекту в обслуговуючі процеси суб'єкта ресторанного бізнесу.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових **завдань**:

- дослідити економіко-організаційні передумови інтеграцій технологій штучного інтелекту в діяльність ресторану «Китайський Привіт»;
- проаналізувати фактори впливу на доцільність їх впровадження;
- розробити напрями інтеграцій технологій штучного інтелекту в діяльність ресторану «Китайський Привіт»;
- обґрунтувати пропозиції щодо їх впровадження ресторані.

Об'єкт дослідження – технології штучного інтелекту ресторанного бізнесу.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до інтеграцій технологій штучного інтелекту в ресторані «Китайський Привіт» міста Києва.

Методи дослідження. Під час написання даної роботи були використані евристичні та загальнонаукові методи, а також статистичні методи і маркетингові підходи тощо.

Інформаційна база. Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання кваліфікаційної роботи, є матеріали, наведені в вітчизняній та закордонній науковій спеціалізованій літературі, законодавчих та нормативних актах, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, мережі Інтернет, та матеріали з соціальних мереж закладу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для впровадження технологій штучного інтелекту ресторанними закладами.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел із 38 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 32 стор.

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ РЕСТОРАНУ «КИТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ

1.1. Економіко-організаційна характеристика ресторану

Ресторан «Китайський Привіт» розташований в центрі Києва, він є першим в Україні закладом у форматі кіоска – стрітфуду – спеціалізацією якого є китайська кухня. Відкриття ресторану відбулося в 2017 року. Власниками закладу є родина Кацуріних, які є також засновниками мережі закладів «Тайський Привіт», «Японський Привіт» і «В'єтнамський Привіт» [40].

Ресторан можна знайти за посиланням в геокарті:

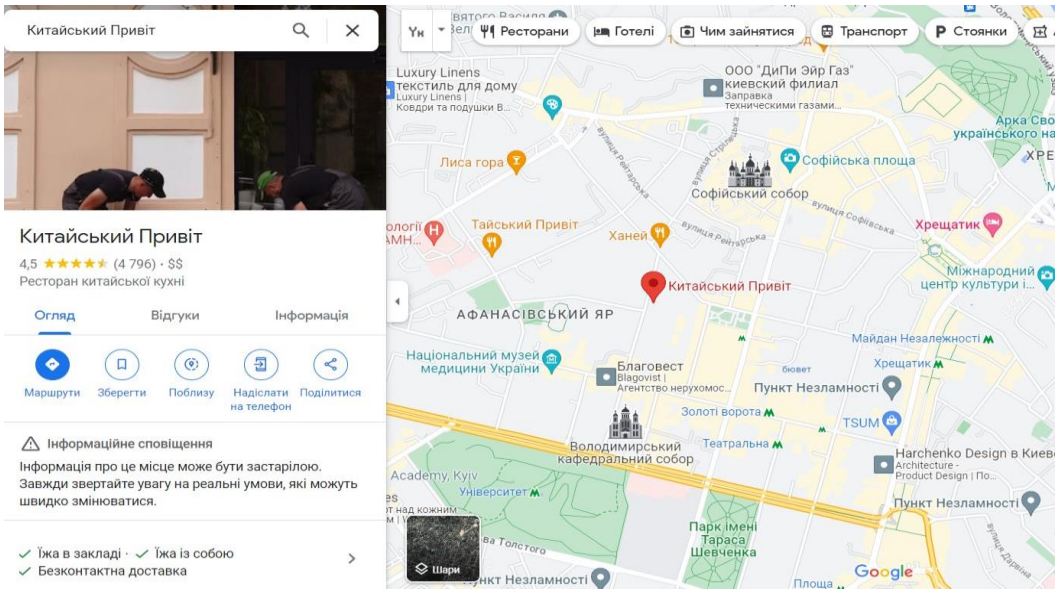

Рис.1.1.Ресторан «Китайський Привіт», м. Київ на Google Map

Ресторан функціонує у формі товариства з обмеженою відповідальністю, діє на підставі Господарського кодексу України та інших законодавчих актів. За законодавством України ресторан є юридичною особою, має самостійний баланс, розрахункові та інші рахунки в банку, здійснює облік і веде звітність за встановленою формою.

Ресторан представлено 1 залом та 1 баром. Зал (50 місць) – рис.1.2, має площу 200 кв. м., в ресторані подають страви китайської кухні. Часи роботи закладу: 12:00-23:00.

Рис.1.2.Інтер’єр приміщення ресторану «Китайський Привіт», м. Київ

Джерело: [36]

Ресторан «Китайський Привіт» характеризується простотою та оригінальністю інтер'єру, характерного для східного стилю. В інтер'єрі використані декоративні елементи, китайська символіка й аксесуари, що створюють єдність стилю, враховуються назва ресторану, специфіка китайської кухні й інші чинники. Вхід теж стилізований і простий в оформленні (рис. 1.3).

Рис.1.3.Вхід в ресторан «Китайський Привіт», м. Київ

Джерело: [36]

До найбільш відомих страв закладу належать «Вонтон суп з локшиною»; «Том Ян Кунг з тигровими креветками»; «Легендарний тофу Ма По». Загалом, з меню закладу можна ознайомитися на веб-сайті: https://chinahi.privet.menu/

Для економічної характеристики ресторану «Китайський Привіт» доцільно проаналізувати динаміку обсягів реалізації за видами основних страв (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Динаміка обсягу реалізації страв ресторану «Китайський Привіт» у 2021-2023 рр., тис грн.

Показники	Роки			Відхилення 2023/2021	
	2021	2022	2023	+-, тис грн	%
пельмені	1596,2	1875,9	2178,3	582,1	136,47
страви з морепродуктами	1240,5	1398,7	1571,2	330,7	126,66
салати і закуски	875,4	1156,1	1344,4	469	153,58
супи	996,3	1234,5	1563,9	567,6	156,97
тофу	1009,7	1211,3	1411,1	401,4	139,75
овочі	564,1	778,1	996,5	432,4	176,65
локшина, рис	1367,6	1689	1720	352,4	125,77
м'ясо	768	960,7	1029	261	133,98
Інші страви	1038,6	1487,9	1613,7	575,1	155,37
Разом	9456,4	11792,2	13428,1	3971,7	142,00

Джерело: побудовано автором на основі даних менеджменту ресторану

Як можна побачити з табл.1.1, підприємство з року в рік нарощує обсяг реалізації страв, за період аналізу він зріс на 3971,7 тис.грн. або ж на 42,0%. Зростання відбувалося по всім видам страв, які представлені в ресторані. Зокрема, найбільшими темпами зросли замовлення овочів, а відповідно і обсяг їх реалізації – на 76,65%, супів – на 56,97%, інших страв – на 55,37 %.

Доцільно оцінити також структуру реалізації ресторану «Китайський Привіт» в 2023 році (рис.1.4).

Отже, найбільшу частку в структурі реалізації страв ресторану «Китайський Привіт», а саме 16,22% складає пельмені з різними начинками, що є ізюминкою даного закладу; 12,75% складають м’ясні страви, які в ресторані є в дуже великому асортименті; 11,7% складають страви з морепродуктів; 11,65% - супи; 11,8% - локшина і рис.

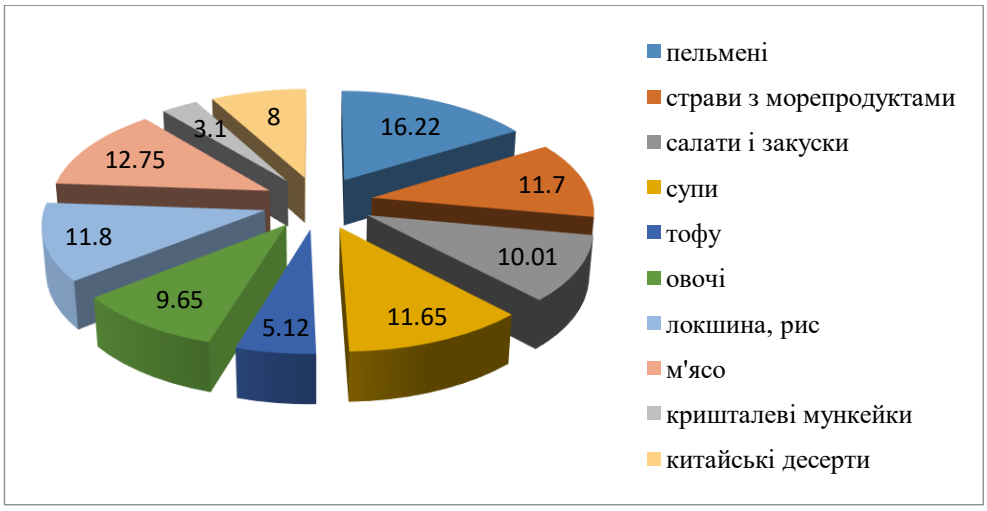

Рис. 1.4. Структура реалізації ресторанної продукції «Китайський привіт», 2022 р., %

Джерело: побудовано автором на основі даних менеджменту ресторану

Структура управління ресторану «Китайський Привіт» є лінійно-функціональною та повністю відповідає галузі (рис. 1.5).

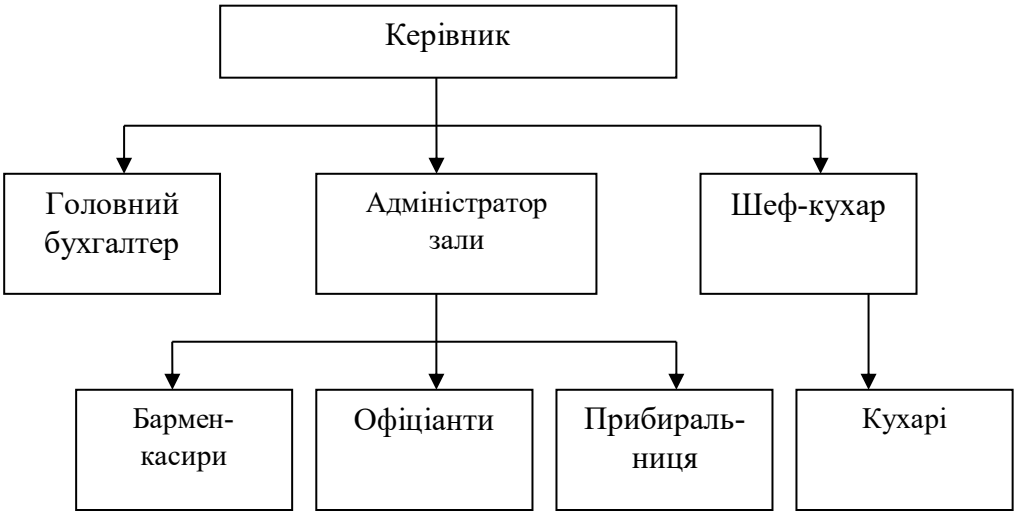

Рис. 1.5. Організаційна структура ресторану «Китайський Привіт»

Джерело: побудовано автором на основі даних менеджменту ресторану

Очолює ресторан його директор, який є відповідальним в цілому за організацію діяльності ресторану. Йому підпорядковані головний бухгалтер, адміністратор зали та шеф-кухар [0]. Шеф-кухар здійснює управління операційними питаннями на кухні: організація роботи та приготування

особливо важливих страв; формує меню, планує запаси сировини, контролює якість страв та зберігання продукції. Йому підпорядковані кухарі, які безпосередньо готують страви.

Головний бухгалтер відповідальний за організацію бухгалтерського обліку ресторану. Офіціанти підпорядковані адміністратору зали та несуть відповідальність за відповідальні якість обслуговування гостей, прийом замовлень та оформлення рахунків. Бармен обслуговує відвідувачів ресторану, здійснюючи приготування напоїв.

Отже, дана структура управління ресторану «Китайський Привіт» забезпечує оперативну реалізацію управлінських рішень, спрямована на підвищення ефективності роботи всього персоналу.

Проте слід відзначити, що процеси управління рестораном в сучасних умовах значно ускладнилися у зв’язку з необхідністю розв’язання багатьох соціально-економічних викликів, що зумовлює потребу створення ефективної інформаційної системи – комплексу пов’язаних між собою елементів з приймання, накопичення, опрацювання, збереження, передавання інформації, здатної своєчасно забезпечити управління необхідними актуальними і достовірними даними в операційній діяльності ресторану «Китайський привіт».

Внутрішня і зовнішня інформація, необхідна для якісного SMM менеджменту, становить інформаційні ресурси ресторану «Китайський привіт», які розглядаються як упорядкована сукупність документованих даних, знань, відомостей, інформації, що призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів та можуть бути використані для прийняття рішень [41].

Для здійснення оцінки інформаційного забезпечення ресторану «Китайський привіт» застосуємо 8-критеріальну модель, де обрано шкалу від 1 до 3 балів (табл. 1.2).

Шкала балів має такі характеристики :

1 бал – не використовується;

2 бали – частково використовується;

3 бали – використовується.

Експертами виступили працівники підрозділів досліджуваного підприємства у кількості 2 осіб, 2 експертів ресторанного ринку, 3 викладачів профільної спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Загальна оцінка складає 17 бали (з можливих 24), що дозволяє стверджувати, що у закладі невисокий рівень інформаційного забезпечення.

Таблиця 1.2

Оцінка інформаційного забезпечення у ресторані «Китайський привіт», м. Київ

Критерії оцінки	Бали		
	1	2	3
Якість інформаційного забезпечення процесу управління рестораном	×	+	×
Рівень використання методів аналізу і планування в процесі управління підприємством	×	+	×
Рівень оснащеності процесу управління підприємством технічними засобами	×	+	×
Рівень оснащеності процесу управління підприємством комп'ютерною технікою	+	×	×
Рівень кваліфікації та професіональної підготовки робітників, які займаються збиранням та обробкою інформації	×	+	×
Наявність інформаційних зв'язків з іншими суб'єктами	×	×	+
Контроль з боку керівників над процесом збору, оцінки та перероблення інформації	×	×	+
Забезпечення комерційної таємниці інформації	×	+	×
Разом:	17		

Висока оцінка обумовлена завчасним інформаційним плануванням закладу і якісною підготовкою до комунікаційного забезпечення усіх підрозділів.

Отже, встановлено, що відповідно до управлінської системи інформаційне забезпечення управління рестораном «Китайський привіт» формується на основі джерел первинної та вторинної інформації. Робочі місця у функціональних підрозділах облаштовані комп'ютерною технікою, планшетами, працює система Інтернет-забезпечення через Wi-Fi. Паперовий документообіг на підприємстві майже відсутній, що значно зменшує витрати часу на пошук, створення та облік документів, і дозволяє пришвидшити

процеси обробки та використання зовнішньої та внутрішньої інформації, знижує ризики прийняття неправильних управлінських рішень. Крім того, експерти оцінили рівень інформаційного забезпечення ресторану «Китайський привіт» у 17 бали з максимальних 24.

Визначено, що для формування внутрішньої і зовнішньої інформації, необхідної для управління, розглядаються як упорядкована сукупність документованих даних, знань, відомостей, інформації, що призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів та можуть бути використані для прийняття рішень.

Таким чином, бачимо, що у ресторану є значні проблеми в усіх аспектах операційної діяльності: нерозвинена оргструктура, де немає функціональних обов'язків щодо маркетинг-менеджменту, який здатний оперувати інноваціями.

Крім того, інформаційно-комунікативна система також відмічена на низькому рівні, що створює передумови більш ґрунтовного дослідження соціальних сторінок ресторану «Китайський привіт», їхнього контенту, конверсії, охоплень цільової аудиторії тощо – без чого неможливий на сьогодні розвиток бізнесу в переході на Економіку 4.0, де питання вже стоять про інтеграцію штучного інтелекту в операційну й комунікативну діяльність суб'єктів бізнесу.

1.2. Оцінка параметрів інтеграцій штучного інтелекту в діяльність ресторану «Китайський Привіт»

У дослідженні параметрів інтеграції штучного інтелекту в діяльність ресторану «Китайський привіт» важливим є оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища, за результатами якого оцінюються інноваційні можливості подальшого розвитку закладу [36].

Аналіз зовнішнього середовища ресторану «Китайський привіт», м. Київ проведемо з допомогою PEST-аналізу (таблиця Б.1 додаток Б).

Даючи оцінку політичним, економічним, соціально-культурним та технологічним факторам, експертами (працівниками ресторану «Китайського привіт») було враховано не тільки їх фактичний стан, а й прогноз можливих змін кожного фактора на кілька років вперед.

Відповідно, PEST-аналіз показав, що для зменшення впливу зовнішніх чинників на діяльність ресторану «Китайський привіт» потрібно дотримуватись нормативно-правових рамок, в тому числі воєнного часу (зокрема, комендантської години), підвищувати його конкурентоспроможність шляхом впровадження інновацій у позиціонуванні в соціальних мережах; форми комунікацій та обслуговування, розвиток програми лояльності.

Щодо аналізу мікросередовища, важливим є вивчення конкурентів. Так як заклад працює досить тривалий час, йому треба постійно моніторити власну діяльність відносно конкурентів та визначити позицію на ресторанному ринку.

Проведемо аналіз на основі метода М. Портера (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Позиція ресторану «Китайський Привіт» на ринку ресторанних послуг

№	Сила впливу	Дія фактора	Оцінка експерта
1	Ризик входу на ринок потенційних конкурентів	низький	3
2	Можливість споживачів впливати на ціни страв	не можуть впливати на ціни	3
3	Загрози, які здатні замістити основні страви	невисокі	4
4	Ризик, що постачальники підвищуватимуть ціни на сировину для виготовлення страв	високий	2
5	Рівень конкуренції серед вже наявних азіатських ресторанів	середній	2
	Разом	відносно стабільний стан	14

Джерело: побудовано автором за [17]

Дані табл. 1.3, показують відносну стабільність ринку ресторанних послуг для «Китайський Привіт» Рівень наявної конкуренції серед ресторанів китайської й азіатської кухні є середнім.

Основними конкурентами ресторану «Китайський Привіт» на ринку м. Києва є: Вокі Токі, «Foodbox», «Khu-Yum Asian Cuisine», «Zmistbar», «Spicy

No Spicy», ресторан «Пян-Се Rest», «Пхц-Пхі», «Сан торі», кафе «Spicy Chang» тощо [42].

Наступним кроком використаємо SWOT-аналіз для визначення сильних та слабких сторони діяльності ресторану, а також виявлення перспектив його розвитку (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

SWOT-аналіз ресторану «Китайський Привіт», м. Київ

Сильні сторони ресторану	**Слабкі сторони ресторану**
Використання унікальних технологій страв Професійне обладнання В меню ресторану є особливі китайські страви Достатньо високий рівень обслуговування Помірні ціни Кваліфіковані працівники та ефективне управління закладом	Відсутність власної веб-сторінки Недостатній обсяг виділених коштів для розвитку бізнесу Недостатня увага приділяється просуванню закладу в соціальних мережах Відсутність стратегії маркетингу закладу
Можливості	**Загрози**
Розширення й удосконалення асортименту страв Розширення мережі ресторанів За допомогою інновацій привабити більшу кількість клієнтів та утримати існуючих Розробка ефективної стратегії комунікації Збільшити присутність в соцмережах Розширення меню ресторану Інтеграції технологій штучного інтелекту для якісних комунікацій з клієнтами	Воєнні ризики, в тому числі можливість призову персоналу на службу працівників Зниження купівельної спроможності клієнтів Зростання цін на сировину та енергоресурси Затримки поставок сировини для виготовлення страв Коливання курсу валют, що впливає на імпорт певних компонентів страв Високий рівень інфляції тощо

Джерело: побудовано автором на підставі даних менеджменту ресторану

Отже, ресторан «Китайський Привіт» має можливості для розвитку на інноваційній основі. Проте для цього варто запланувати необхідний обсяг інвестицій. Крім того, прослідковується потреба в розробці ефективної стратегії комунікацій, тому варто подумати про впровадження в певні бізнес-процеси технології штучного інтелекту.

Вищезазначене формує необхідність вивчення певних факторів внутрішнього середовища Для цієї мети використаємо методологію SNW-аналізу (оцінки впливу: сильна (Strength); нейтральна (Neutral);слабка (Weakness)), результати представимо у таблиці 1.5.

Таблиця 1. 5

SNW-аналіз впливу внутрішніх факторів на інноваційні можливості ресторану «Китайський привіт», м. Київ

Області компетенції ресторану	Якісна оцінка позиції (факторів)		
	S сильна	N нейтральна	W слабка
Менеджмент			
1) рівень управлінської підготовки керівників організації			+
2) досвід керівників в управлінні		+	
3) розподіл відповідальності і повноважень між керівниками		+	
4) ступінь мотивації персоналу		+	
5) імідж закладу в очах громадськості, персоналу тощо			+
Маркетинг			
1) наявність зрозумілої маркетингової концепції		+	
2) ступінь сприйняття концепції адміністрацією та працівниками			+
3) проведення маркетингових досліджень			+
Фінанси			
1) ліквідність / платоспроможність		+	
2) рентабельність		+	
3) оборотність		+	
4) фінансова стійкість		+	
5) наявність обґрунтованого фінансового бюджету			+
6) наявність зовнішніх джерел фінансування			+
7) репутація організації як позичальника		+	
Персонал			
1) віковий і компетентісний рівень працівників	+		
2) ступінь делегування повноважень		+	
3) наявність системи управління персоналом			+
4) наявність системи мотивації персоналу			+
5) наявність системи менторингу персоналу			+
6) вміння співробітників працювати в команді		+	

Джерело: складено автором на основі аналітичних досліджень діяльності ресторану

Результати аналізу за табл.. 1.5 показують негативний факт некомпетентності керівництва ресторану «Китайський привіт», його маркетингової активності, що проявляється у відсутності інвестиційної та фінансової діяльності: робочий капітал не інвестується й не приносить додатковий дохід.

Також нерозвиненим напрямками менеджменту ресторану відмічаємо фінанси та сферу управління персоналом: практично відсутня ефективна система мотивації, слабкий рівень управління фінансовими ресурсами, що може спричинити кризу бізнесу.

Для визначення можливостей інтеграції штучного інтелекту варто дослідити структуру реалізації за каналами продажу (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Показники ефективності каналів продажу ресторану «Китайський привіт» у 2022-2024 рр.

Продукція	2022		2023		2024		Відхилення (2024/2023)
	тис грн	питома вага, %	тис грн	питома вага, %	тис грн	питома вага, %	у питомій вазі, %
Продаж в ресторані	8242,7	69,9	9251,9	68,9	5412,8	70	1,1
Продаж на виніс	1167,4	9,9	1342,8	10	765,6	9,9	-0,1
Доставка замовлень	2382,1	20,2	2833,4	21,1	1554,3	20,1	-1
Разом	11792,2	100	13428,1	100	7732,7	100	-

Джерело: складено та розраховано на підставі отриманих від менеджменту даних

Пріоритетним каналом продажів виявлено продажі в торговельній залі ресторану. Тому потрібно у стратегічній перспективі розвивати комунікаційні інновації саме в цій площині. При цьому, важливим аспектом дослідження аспектів інтеграцій технологій штучного інтелекту є вивчення комунікаційного потенціалу ресторану «Китайський привіт» за відгуками та оцінками споживачів. Так, ресторан «Китайський привіт» має оцінку від 3,8 до 4,5 із 5, що є достатньо хорошим показником (рис. 1.6).

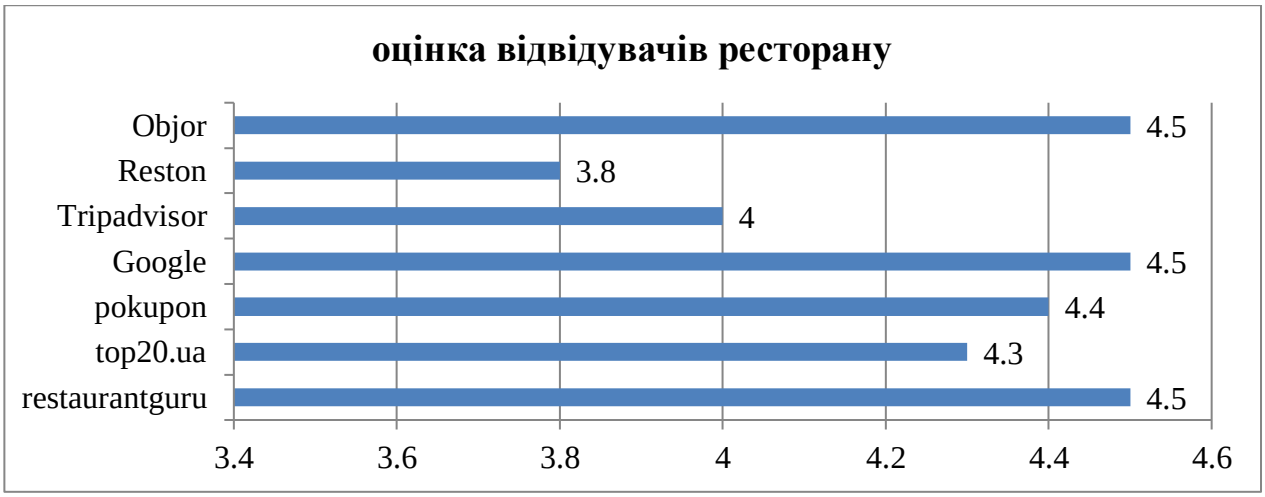

Рис. 2.6. Аналіз відгуків споживачів «Китайський привіт»

Джерело: побудовано автором за [40]

В цілому, на сайті TripAdviser залишено 233 відгуки про ресторан «Китайський привіт», м. Київ: 99 з яких – чудово, 34 – дуже добре, 19 – непогано, 21 – погано і 11 – жахливо (рис. 1.7) [25].

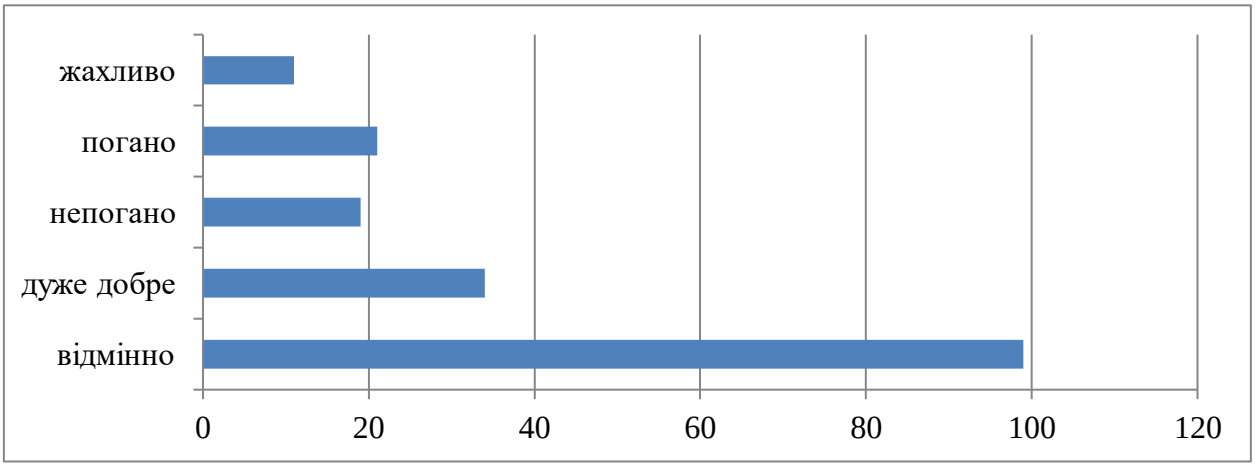

Рис. 1.7. Аналіз відгуків споживачів послуг ресторану «Китайський привіт» на TripAdviser

Джерело: побудовано автором за [25]

Зі статистики відгуків в інтернеті, можна відмітити, що великий відсоток гостей оцінили своє перебування у ресторані як чудове, або ж дуже добре. При цьому по категоріям сформовано такі бали: харчування – 4; обслуговування – 4; ціна/якість – 4.

Гості відмічають тривалий час в очікуванні відповідей та реакцій працівників на замовлення, а також залишені комплаєнси, що може негативно відбиватись на репутації ресторану та його подальшому розвитку.

Слід зазначити, що від початку повномасштабної війни зросли загрози та ризики для діяльності ресторану, зокрема й недостатності персоналу, мобілізованого на захист України. Тому позитивним моментом для «Китайського привіту» є можливість інтеграцій штучного інтелекту для вирішення проблеми кадрового дефіциту.

Таким чином, проведені дослідження факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та їхнього впливу на діяльність ресторану «Китайський привіт» формують аргументи на користь створення стратегії комунікації, спрямовану на усунення перешкод, зокрема шляхом впровадження чат-ботів в комунікативні платформи.

РОЗДІЛ 2.
НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЙ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОБСЛУГОВУЮЧІ ПРОЦЕСИ РЕСТОРАНУ «КИТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ

2.1. Практичні інсайти інтеграцій штучного інтелекту в автоматизовані процеси ресторану

Штучний інтелект (далі – ШІ) відіграє все більш важливу роль у сучасному світі, впливаючи на різні сфери життя. Його сутність та практичні інсайти використання активно вивчаються академічною спільнотою ще з 1970 року [1-6; 7-35]. Експерти у сфері ШІ оперують спорідненими тлумаченнями штучного інтелекту [36-37]:

1) «спроможність, що надається алгоритмами оптимального або неоптимального вибору з широкого простору можливостей, для досягнення цілей шляхом застосування стратегій, які можуть спиратися на навчання або адаптацію до навколишнього середовища»;

2) «системи, які створені людиною і діють у фізичному або цифровому світі, враховують складну мету і обирають найкращі дії (відповідно до заздалегідь визначених параметрів),які необхідно виконати для досягнення поставленої мети на основі сприйняття свого середовища, інтерпретації зібраних структурованих або неструктурованих даних та обґрунтування знань, отриманих з цих даних».

Сьогодні використання ШІ набуло поширення у багатьох сферах, зокрема й у ресторанному бізнесі. Він здатен прогнозувати загрози, запобігати втручанням у системи безпеки, сприяти енергоефективності бізнесу та усувати наслідки фізичних руйнувань та кібер-інцидентів й атак, заміщувати працівників у певних бізнес-процесах, що важливо в умовах ескалації воєнного стану в Україні.

Сучасні технології ШІ вже корелюють з емоційним інтелектом [7] (рис. 2.1).

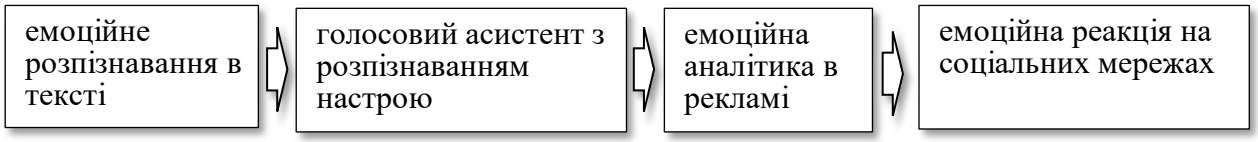

Рис. 2.1. Кореляції ШІ та ЕІ в ресторанному бізнесі

Так, ШІ може використовувати аналіз тексту для визначення емоційного тону. Наприклад, програма може аналізувати відгуки користувачів і визначати, чи вони позитивні, негативні чи нейтральні. Крім того, ШІ може використовувати розпізнавання голосу для визначення емоційного стану користувача під час спілкування з голосовим асистентом. Це може допомагати персоналу ресторану адаптувати свої відповіді до настрою користувача. ШІ також може використовувати аналіз зображень та відео для визначення емоцій користувачів під час перегляду постів у соцмережах. Це допомагає створювати більш ефективні рекламні кампанії, враховуючи реакцію глядачів. Штучний інтелект може аналізувати публікації в соціальних мережах, щоб визначити емоційну динаміку та тенденції. Ця інформація може бути корисною для компаній для виявлення глобальних настроїв та реакцій на події.

Отже, як бачимо з наведених прикладів, ШІ може доповнити комунікаційні процеси в ресторані «Китайський привіт» наступними способами:

1) замовлення та обслуговування: ресторани можуть використовувати ШІ для автоматизації процесів замовлення та обслуговування клієнтів. Наприклад, використання мобільних додатків з інтеграцією ШІ може дозволити клієнтам замовляти їжу, спілкуватися зі штучними асистентами та отримувати рекомендації щодо меню;

2) персоналізовані рекомендації: ШІ може враховувати історію замовлень та вподобання клієнтів, щоб надавати персоналізовані рекомендації щодо страв та напоїв, забезпечуючи більш задоволене споживання;

3) аналіз задоволення клієнтів: ШІ може аналізувати відгуки клієнтів і відстежувати їхні емоції після відвідування ресторану. Це дозволить ресторанам зрозуміти, як можна поліпшити обслуговування та меню;

4) емоційна взаємодія з роботами: деякі ресторани можуть використовувати роботів, які взаємодіють з клієнтами. ШІ може надати таким роботам здатність розпізнавати та реагувати на емоції клієнтів, що робить взаємодію більш натуральною та приємною;

5) підтримка прийняття рішень: ШІ може аналізувати дані про обіг ресторану та видачі продукції, допомагаючи власникам ресторанів приймати рішення щодо запасів та управління персоналом на основі аналізу емоцій клієнтів.

Отже, інтеграція ШІ з роботою персоналу може покращити якість обслуговування в ресторанах та забезпечити більш приємний досвід для клієнтів.

Пропонуємо до реалізації план заходів по впровадженню елементів ШІ в діяльність ресторану на 2025 рік, наведений в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

План заходів щодо інтеграції ШІ в діяльність Ресторану «Китайський привіт» на 2025 р.

№	Заходи	Відповідальні за впровадження	Термін впровадження
1	Чітка ідентифікація інструментів ШІ: - у програмі лояльності; - у комунікаційні канали (телеграм, створення веб-сайту з інтеграцією чат-боту)	Директор, аутсорсингова компанія	Січень-лютий 2025
2	Моніторинг та чітке визначення інтересів споживачів: - дослідження споживчих переваг шляхом анкетування та фокус-груп (щокварталу); - проведення анкетного опитування потенційних споживачів на веб-сайті (постійно); - проведення раз на квартал промо-акцій для клієнтів	Директор, аутсорсингова компанія, працівники	Січень-лютий 2025
3	Визначення пріоритетів у виборі інструментів ШІ: - підготовка та презентація пропозицій з цифровізації сервісів з використанням інструментів ШІ	Директор, аутсорсингова компанія	Березень 2025
4	Розподіл функцій: - розробка IT-продуктів та інтеграція в CRM ресторану; - публікація новин через брендбук та сторінки у соціальних мережах, чат-боті, мобільному додатку	Директор, аутсорсингова компанія	2 квартал 2023 року

Джерело: власна розробка

Проведені у попередньому розділі дослідження показали, що ресторан мало використовує можливості цифрових комунікацій, що послаблює клієнтоорієнтованість сервісного обслуговування. Проте в умовах підвищених вимог до швидких та якісних комунікацій важливим є впровадження інноваційних цифрових технологій і сервісів.

Серед пропонованих на ринку альтернатив, на нашу думку, найбільш оптимальною є система Presto AI – це інноваційна, комплексна система на основі ШІ, розроблена для різних аспектів управління рестораном, від замовлення та оплати до взаємодії з гостями. Цей інструмент використовує алгоритми машинного навчання для персоналізації взаємодії з клієнтами та підвищення ефективності роботи. володіє наступними модулями [2]:

- цифрові меню на основі штучного інтелекту;
- кіоски для замовлення;
- охоронна система (відео стеження, контроль від стороннього проникнення в приміщення);
- технології розпізнавання облич.

Слід зазначити, що технології розпізнавання облич Presto AI дозволяє отримувати персоналізовані привітання та індивідуальні рекомендації, сприяючи посиленню відносини з клієнтами та підвищенню лояльності. Хоча початкове налаштування може вимагати певного часу, здатність Presto AI постійно навчатися та адаптуватися робить його безцінним надбанням для ресторанів, які прагнуть залишатися попереду в конкурентній індустрії гостинності [2].

Presto AI використовує ШІ для покращення як фронтальних, так і внутрішніх операцій, допоможе ресторану запропонувати виняткові страви, одночасно збільшуючи прибутковість.

Таким чином, інтеграція ШІ та ЕІ може поліпшити спілкування, розуміння та підтримку людей у багатьох галузях, зокрема в ресторанному бізнесі.

2.2. Оцінювання доцільності пропонованих заходів

Оцінювання пропонованих заходів з формування заходів з інтеграції технології ШІ ресторану «Китайський привіт» проведемо по окремим пропонованим елементам за наступними напрямками:

1. Оцінювання бюджету по реалізації програми.
2. Оцінювання результативності пропонованих заходів.

Пропонована технологія Presto AI досить дорога, але зручна у використанні. Вартість впровадження цієї програми визначена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Вартість впровадження програми розвитку інформаційних технологій на основі інтеграцій технології Presto AI в діяльність ресторану «Китайський привіт», м. Київ

Пункт програми	Вартість, грн
Цифрові меню	3000
Система контролю доступу	2000
Кіоски самообслуговвання	20000
Система управління взаємодією	4000
Система автоматизованого контролю запасів	2500
Використання штучного інтелекту для персоналізації обслуговування	8000
Використання блокчейну для збереження даних про клієнтів	9000
Щомісячне обслуговування	2 760
Усього за рік	81 620

Джерело: [2]

З таблиці видно, що вартість впровадження програми розвитку ресторану на основі інтеграцій Presto AI досить висока. Використання штучного інтелекту для персоналізації обслуговування та блокчейну для збереження даних про гостей та операцій готелю також можуть мати велике значення в покращенні якості обслуговування та забезпеченні безпеки даних. Однак, вартість впровадження таких інновацій може бути покрита зростанням швидкості обслуговування, більш якісними комунікаціями та достатньо високою окупністю.

Проаналізуємо детальніше й співставимо недоліки та переваги застосування ШІ в ресторанному бізнесі (табл.. 2.2).

Таблиця 2.2

Переваги та недоліки штучного інтелекту в інтеграційних процесах операційної діяльності суб'єктів ресторанного бізнесу

Переваги	Недоліки
1. Оптимізація обслуговування клієнтів: Системи зі штучним інтелектом можуть аналізувати дані про замовлення та передбачати популярні страви, допомагаючи ресторанам підготувати запаси та забезпечити швидше обслуговування. 2. Персоналізоване обслуговування: AI може аналізувати історію замовлень та вподобання клієнтів, що дозволяє ресторанам пропонувати персоналізовані рекомендації та акції. 3. Управління відходами: Штучний інтелект може допомагати ресторанам ефективно керувати відходами, що сприяє екологічній відповідальності та зменшенню витрат. 4. Зменшення витрат на працю: Автоматизація завдань, таких як обробка замовлень, планування робочого графіку та контроль запасів, дозволяє зменшити витрати на персонал. 5. Покращення якості обслуговування: AI може допомогти в удосконаленні системи замовлення та веденні обліку запитів клієнтів, що сприяє поліпшенню якості обслуговування. 6. Прогнозування попиту: Системи AI можуть аналізувати дані про попит та сезонність, допомагаючи ресторанам планувати свою діяльність та запаси. 7. Підвищення безпеки: Використання камер та сенсорів у поєднанні з AI дозволяє ресторанам виявляти можливі порушення безпеки та вчасно реагувати на них. 8. Забезпечення зручності для клієнтів: Розробка мобільних додатків та чат-ботів з підтримкою AI дозволяє клієнтам швидко робити замовлення та зв'язуватися з рестораном.	1. Високі витрати впровадження: Встановлення систем штучного інтелекту може бути дорогим завданням, включаючи закупку обладнання та навчання персоналу. 2. Залежність від технології: ресторани можуть стати вразливими до відмови технічних систем або атак з боку кіберзлочинців. 3. Втрата особистого контакту: Застосування автоматизованих систем може призвести до втрати особистого контакту з клієнтами, що деякі можуть сприймати як негативний аспект. 4. Необхідність навчання персоналу: робітники ресторану повинні вивчити і взаємодіяти з новою технологією, що може бути часом та витратами на навчання. 5. Приватність і безпека даних: збір та аналіз даних про клієнтів може викликати питання щодо приватності та безпеки цих даних. 6. Технічні обмеження: ШІ може бути обмежений в розумінні контексту або не завжди правильно інтерпретувати запити клієнтів. 7. Відсутність особистого характеру: використання роботів або автоматизованих систем може призвести до втрати клієнтоорієнтованості та індивідуальності в обслуговуванні.

Джерело: [7; 17-23; 28; 30]

Як бачимо з таблиці 2.2, переваг більше. Так, ШІ може допомогти ресторанам оптимізувати процеси та покращити обслуговування клієнтів, розширити можливості ресторанного бізнесу, знизити витрати та підвищити задоволеність клієнтів. Проте, існують загрози економічній безпеці ресторану, зокрема кібербезпеці, пов’язані з роботою з даними про клієнтів і партнерів, їхніми рахунками тощо.

Доцільність впровадження технологій ШІ підтверджують також кейси деяких ресторанів, зокрема:

- «ObedBufet»: ресторан в Києві, який використовує роботів для подачі їжі. Роботи розроблені з використанням штучного інтелекту та можуть обслуговувати клієнтів, приносячи страви до столу.
- EVOQ: цей ресторан в Одесі використовує інноваційні технології, включаючи штучний інтелект, для автоматизації процесу замовлення та обслуговування клієнтів.
- «Kofein» (Кофейня Kofein): ця кав'ярня використовує ШІ для прогнозування попиту на кавові напої та оптимізації обробки замовлень.

Більшість ресторанних закладів активно сьогодні використовують інші цифрові можливості: чат-боти, мобільні додатки, створюють сторінки в соціальних мережах, де інтегровано ШІ, який допомагає охоплювати і залучати цільову аудиторію.

Для оцінки ефективності пропонованих заходів зробимо відповідні розрахунки. Враховуючи, що за підрахунками експертів ринку пропоновані заходи здатні підвищити прибуток на 11% [41], проаналізуємо окупність витрат для реалізації запропонованого плану заходів:

Термін окупності = Розмір вкладень / Чистий прибуток (2.1)

Зважаючи, що за даними менеджменту у звітному році ресторан отримав 1 825 тис грн. валового прибутку, проведемо відповідні розрахунки. Припустимо, що через численні виклики середовища очікуваний прибуток зменшиться на 35% (інфляція та зниження відвідуваності закладу) і становитиме: 1 186 тис грн.

.

Розмір вкладень: 81,620 тис грн. відповідно до таблиці 2.1.

Отже період окупності планових заходів складатиме мінімально:

Термін окупності = 81,620/ 1 186 ≈ 0,1 року, або 1 місяць.

Таким чином, бачимо, що для ресторану «Китайський привіт» це є прийнятні і швидкі інвестиції.

Так як сучасними клієнтами в ресторанному бізнесі є представники цифрового покоління, яке проводить понад 20% свого життя у смартфоні, варто звернути увагу на цифрові технології. При цьому ШІ покращує процеси комунікацій, адже здатен працювати в режимі 24/7. Клієнти ресторану звикли до того, що мають можливість реалізувати власні бажання у формі замовлення їжі у любий зручних для них час у незалежності від їх локації. Інтеграцій технологій штучного інтелекту допомагає здійснювати пропозицію потрібних ресторанних послуг у потрібний час, у потрібному місці для споживача. Цьому, зокрема, сприяє формат dark kitchen – цифровий майданчик взаємодії кухонь та постачальників їжі (дистрибуторів). Тому велику пропозицію та диференційованість для ресторанів і їх мереж вважають вже базовою властивістю. Технологія чат-бота або віртуального консультанта стає першим етапом взаємодії клієнта та ресторану у будь-який час, що вже є ефективнішим за спілкування із живою людиною з кол-центру. Якщо поєднати ці особливості із аналітичним Big Data, то це сприятиме більшому зануренню у можливі інтереси споживача ресторанних послуг, яке буде сприяти розвитку контактних точок із самим ресторанним брендом. Аргументом, при цьому, виступає факт, що 50% лідируючих компаній в сфері ресторанного ритейлу обслуговують клієнтів за допомогою чат-ботів на основі ШІ [43].

Слід зауважити також про шлях клієнта ще до відвідування ресторану, тобто потрібен аналіз контекстної інформації споживача. Даний аналіз потрібен для підбору відповідних послуг чи товарів з урахуванням його локації, запитів в мережі, інтересів, критики та його оточення знайомих, що легко враховується при роботі ШІ у реальному часі. При застосуванні систем рекомендацій

клієнту, які здатні швидко адаптуватися, бізнес стане більш гнучким та зробить продукт більш ліквідним. За дослідженням, 40% підприємств, володіючих ШІ, використовують спеціальні пропозиції та адаптують ціни відповідно до користувача [43].

Сьогодні кордони між онлайн та офлайн замовленнями стираються. Набуває актуальності персоніфікований підхід, коли живі або віртуальні продавці знають історію та побажання споживача, повідомляють йому про акції та новації тощо. У випадку покупок у ресторані закладом використовуються розумні каси (POS), спроможні ідентифікувати клієнта і запропонувати варіанти можливих додаткових послуг, здійснюючи опір на його попередні замовлення, запити та відвідування сторінок у мережі (сайту ресторану, месенджери чи соціальної сторінки). Так, за підрахунками фахівців 40% клієнтів бажають, щоб про них знали і рекомендували послуги відповідно до переваг [35].

Слід зазначити, що за прогнозами аналітиків до кінця 2025 року 85% усіх взаємодій буде контролюватися за допомогою штучного інтелекту. Ці числа наштовхують на те, що ресторанам варто підключати, налаштовувати, створювати інтелектуальні платформи з потужною системою безпеки, для перетворення масиву даних у необхідну інформацію, щоб адаптувати її для потреб бізнесу, вимог клієнтів та загальних тенденцій.

Крім того, існує ще ряд загроз щодо використання ШІ: часткова, а згодом і повна заміна людини у процесах виробництва й обслуговування, що спричинить масове безробіття; розвиток соціальних, релігійних та морально-етичних проблем, спричинені конфліктами між природною та штучною формами мислення. Крім того, штучний інтелект має здатність до самовідтворення та може втратити можливість контролю з боку людини.

Таким чином, пропоновані заходи є недорогими та ефективними до реалізації в ресторані «Київський привіт», витрати на які мають місце сьогодні, а ефект пролонгується на багато років.

ВИСНОВКИ

Проведені у дослідження можливостей інтеграції технологій штучного інтелекту в діяльність суб'єкта ресторанного бізнесу дозволяють зробити наступні висновки:

1. Ресторан «Китайський привіт» – один з тематичних ресторанів азійської кухні сім'ї Кацуріних. Він є першим в Україні закладом у форматі кіоска – стрітфуду – спеціалізацією якого є китайська кухня.
2. Організаційна характеристика ресторану показує, що здійснення бізнес-процесів не ускладнено та базується на організації функціональних підрозділів та ієрархічній комунікації між ними.
3. Щодо господарської діяльності, то результати показали, що з року в рік заклад нарощує обсяг реалізації страв: за період аналізу він зріс на 3971,7 тис.грн. або ж на 42,0%. Зростання відбувалося по всім видам страв, які представлені в ресторані.
4. Оцінювання факторів впливу на інноваційні можливості ресторану «Китайський привіт» дало наступні висновки: PEST-аналіз макросередовища продемонстрував потребу зниження негативного впливу чинників на операційну діяльність комплаєнс-контролю – дотримання норм законодавства, зокрема медико-санітарних вимог та вимог військового часу, підвищення конкурентоспроможності шляхом активізації інновацій, закріплення свої позиції в онлайн-ніші; удосконалення форми замовлень та обслуговування, якість надання сервісу, впровадження програми лояльності.
5. Щодо аналізу мікросередовища, то стан ресторану «Китайський Привіт» на ринку ресторанного бізнесу м. Києва наразі вже є стабільним, ризик входу потенційних конкурентів є незначним, оскільки ресторан має вузьку спрямованість китайської кухні, споживачі не впливають на ціни, а постачальники їх підвищують. Рівень наявної конкуренції серед ресторанів китайської й азіатської кухні є середнім. Основними конкурентами ресторану «Китайський Привіт» на ринку м. Києва є: «Foodbox», «Khu-Yum Asian

Cuisine», Вокі Токі, ресторан «Пян-Се Rest», «Сан торі», «Пхц-Пхі», «Zmistbar», «Spicy No Spicy», кафе «Spicy Chang» тощо.

6. Результати проведених досліджень було інтерпретовано у пропозиції до розвитку технологій з інтеграцією ШІ зокрема системи Pesto AI.

7. Просування технології в інформаційні технології ресторану «Китайський Привіт» розраховано на рік, починаючи з січня 2025 року. Загальна сума витрат становитиме 81,620 тис грн.

8. Розрахунки показали, очікуваний прибуток з урахуванням численних викликів середовища становитиме 1 186 тис грн. Відповідно, він буде забезпечений збільшенням кількості потенційних клієнтів; залученням нових клієнтів; формуванням позитивного образу ресторану серед потенційних та постійних клієнтів; збільшена кількість підписників ресторану в соціальних мережах та підтриманий інтерес до спільноти.

9. Період окупності вкладених коштів складає 1 місяць.

Таким чином, пропоновані заходи, на нашу думку, сприятимуть розвитку ресторану «Китайський привіт» та й мережі ресторанів родини Кацуріних в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 10 трендів на 2023 рік + як їх використовувати.URL: https://www.ranktracker.com/uk/blog/10-social-media-trends-for-2023-how-to-leverage-them(дата звернення 10.08.2023)
2. *Aimojo* (2025). 8 найкращих інструментів штучного інтелекту для ресторанів у 2025 році (підвищення прибутку та ефективності). URL: https://aimojo.io/uk/ai-tools-restaurants/
3. Akerkar, R. (2018). Introduction to Artificial Intelligence. SpringerBriefs in Business, 1–18. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97436-1_1
4. Balicki J. (2015). Some paradigms of artificial intelligence in financial computer systems. Contemporary Economy, vol. 6, no. 4, pp. 1-23, 2015.
5. Bosovska M., Boiko M., Bovsh L., Okhrimenko A. (2023). Artificial Intelligence in ensuring the business economic security. 2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES)/ DOI: 10.1109/MEES58014.2023.10005761
6. Brynjolfsson E., Mcafee A. Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. *Norton & Company Limited, W. W.*, 2016. 336 с.
7. Caruso David R., Peter Salovey (2004).The Emotionally Intelligent Manager: How to Develop and Use the Four Key Emotional Skills of Leadership Hardcover. URL: http://surl.li/mpxjy
8. Dutt, V., & Sharma, S. (2022). Artificial intelligence and technology in weather forecasting and renewable energy systems. Artificial Intelligence for Renewable Energy Systems, 189–207. https://doi.org/10.1016/b978-0-323-90396-7.00009-2
9. *Gartner*. What Is Artificial Intelligence (AI)? URL: *https://www.gartner.com/en/topics/artificial-intelligence* (дата звернення 22.10.2025).
10. GlobalLogic.URL:https://www.globallogic.com/ua (дата звернення 10.07.2023).

11. Hernández-Callejo, L., Nesmachnow, S., & Gallardo Saavedra, S. (Eds.). (2023). Artificial Intelligence and Sustainable Energy Systems. https://doi.org/10.3390/books978-3-0365-7645-9
12. Intelligence A. Introducing the Neo Revolutionary Thought User Interface (TUI). *Independently Published*, 2017, [1, 134 с.].
13. Livedune.URL: https://pro.livedune.com (дата звернення 10.08.2023)
14. Lyon J. Y., Bogodistov Y., Moormann J. AI-driven Optimization in Healthcare: The Diagnostic Process. *European Journal of Management Issues*. 2021. Vol. 29. №4. P. 218-231. https://doi.org/10.15421/192121.
15. Makedon V., Mykhailenko O., Vazov R. Dominants and Features of Growth of the World Market of Robotics. *European Journal of Management Issues*. 2021. Vol.29. №3. P. 133-141. https://doi.org/10.15421/192113.
16. Mehrotra, P. (2020). Applications of Artificial Intelligence in the Realm of Business Intelligence. Research Anthology on Artificial Intelligence Applications in Security, 358–386. https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7705-9.ch018
17. *Microsoft.Com*. Визначення методології OKR. URL: https://www.microsoft.com/uk-ua/microsoft-viva/what-is-okr-objective-key-results (дата звернення 28.07.2023).
18. Mumtaz, N., Izhar, T., Pandey, G., & Labhasetwar, P. K. (2022). Utilizing artificial intelligence for environmental sustainability. Artificial Intelligence for Renewable Energy Systems, 259–279. https://doi.org/10.1016/b978-0-323-90396-7.00010-9
19. Nutakki, M., & Mandava, S. (2023). Review on optimization techniques and role of Artificial Intelligence in home energy management systems. Engineering Applications of Artificial Intelligence, 119, 105721. https://doi.org/10.1016/j.engappai.2022.105721
20. Oum, K. R. (2022). Artificial Intelligence and Energy Sector. Impact of Artificial Intelligence on Organizational Transformation, 123–129. Portico. https://doi.org/10.1002/9781119710301.ch8

21. Parashar, B., & Rana, G. (2021). The Impact of Artificial Intelligence on Global Business Practices. Reinventing Manufacturing and Business Processes Through Artificial Intelligence, 95–113. https://doi.org/10.1201/9781003145011-6
22. Rosenfeld, A., & Maksimov, O. (2019). Optimal cruiser-drone traffic enforcement under energy limitation. Artificial Intelligence, 277, 103166. https://doi.org/10.1016/j.artint.2019.103166
23. Sattarzadeh, N., Tsiami, A., Maxim, C., & Iordanova, E. (2023). Awareness and perceptions of ethnic restaurant managers towards authenticity and sensory strategies – A case study of Persian ethnic restaurants in London. International Journal of Gastronomy and Food Science, 100679. https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100679
24. *Termin.* Штучний інтелект (ШІ) – що це таке, як працює і навіщо потрібен. URL: https://termin.in.ua/shtuchnyy-intelekt/ (дата звернення: 03.01.2025).
25. *Tripadvisor*. Китайський привіт. Відгуки. URL: http://surl.li/jkfft (дата звернення: 24.07.2023).
26. Балацька Н. (2020). Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Інфраструктура ринку. Причорноморський науково-дослідний інститут. - Вип. (42). С. 117-123. URL: http://dx.doi.org/10.32843/infrastruct42-20.
27. Безус Р. М., Крючко Л. С., Перерва К. А. Маркетинговий менеджмент у SMM. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 66–71. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.21.66
28. Бовш Л. (2023). Можливості і перспективи використання штучного інтелекту в сфері гостинності. ІІІ Міжнародна науково-практична конференція «Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності». - ДТЕУ, Київ.
29. Бовш Л.А., Комарніцький І., Приходько О. (2022). Фулфілмент цифрового маркетингу у ресторанному бізнесі**.** *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*, Том 5, № 1 (червень 2022 р). http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/260872

30. Бовш Л.А., Тесля Ю.А. Геокарта клієнтського середовища в умовах ескалації пандемії. І Всеукр. наук.-практ. конф. «Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці» (ДУІТ, грудень 2020).
31. Бусол О.Ю. (2015). Потенційна небезпека штучного інтелекту. *Інформація і право*. - № 2(14). DOI: https://doi.org/10.37750/2616-6798.2015.2(14).272708
32. Бутенко, Ю.І. (2018). Теоретічне підгрунтя трансформації термінів під час перекладу. *Новітні інформаційні технології в освіті: матеріали міжвуз. наук. конф.* 26-27 листоп. 2018. Харків: ХДАК.
33. Виторг українських кафе та ресторанів від початку війни зріс на 25%.URL: https://speka.media/vitorg-restoraniv-z-pocatku-viini-zris-na-25-9g1l49 (дата звернення 27.02.2023)
34. Дубовик О.В. Управління інтернет-рекламою в підприємствах торгівлі: автореф. дис ... канд. екон. наук. К.: КНТЕУ, 2014 . 21 с.
35. Загарчук В., Клим О. (2020). Використання штучного інтелекту у торгівлі. *Ukrlogos.in.ua***.** DOI 10.36074/2663-4139.15.10
36. Заклад «Китайський Привіт». URL: https://chinahi.privet.delivery/ (дата звернення 27.07.2023)
37. Зареєстрували потужність операторів ринку харчової продукції. URL: https://sbc.regulation.gov.ua/statistics/restaurant-map (дата звернення 27.02.2023)
38. Китайський привіт на Золотих Воротах. Найнесподіваніша тераса в центрі Києва. URL: https://bigkyiv.com.ua/tajskyj-pryvit-na-zolotyh-vorotah-najnespodivanisha-terasa-v-tsentri-kyyeva (дата звернення 27.07.2023)
39. Китайський Привіт, за яким не потрібно летіти 10 годин. URL: https://edagoroda.com/thailand-hi/ (дата звернення 27.07.2023)
40. Китайський Привіт: міське кафе. URL: https://www.the-village.com.ua/village/food/new-place/291141-thailand-hi-tayskiy-pryvit-katsurin-balbek-bureau-chehovskiy-honchara (дата звернення 27.07.2023)

41. Левицька І. В., Постова В. В. (2017). Стратегічне управління розвитком підприємств ресторанного бізнесу. Молодий вчений. - № 2 (42). С. 271-275. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/2/65.pdf.
42. Меню ресторану «Китайський Привіт». URL: https:// chinahi.privet.menu. (дата звернення 02.01.2025)
43. Області практичного застосування систем штучного інтелекту. URL: https://sites.google.com/site/eksperntisistemi/zastosuvanna-sistem-stucnogo-intelektu.20. (дата звернення: 01.10.2023).
44. Погореленко А.К. (2018). Штучний інтелект: сутність, аналіз застосування, перспективи розвитку. *Науковий вісник ХДУ.* - Випуск 32. – С. 22-27.
45. Руденко К. (2021). Інтеграція штучного інтелекту у суспільний простір:проблеми і перспективи. *Права людини в Україні: минуле, сьогодення, майбутнє.* URL: http://surl.li/mqbgv.

Д О Д А Т К И

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1

Форма для аналізу ресторану «Китайський привіт», м. Київ

Фактори	Зміна в галузі	Зміна в ресторані	Дії
ПОЛІТИЧНІ			
Стійкість політичної влади і існуючого уряду	Політичний уряд може здійснювати різну політику у сфері ресторанних послуг	Скорочення потоку туристів, зокрема в готель «Інтерконтиненталь»	Впроваджувати нові форми обслуговування, диверсифікація послуг, впроваджувати гнучкі формати
Імовірність розвитку військових дій в країні / місті	Зменшення привабливості/безпечності країни /міста для туризму	Зменшення туристів і привабливості ресторану.	Посилення безпеки у ресторані, диверсифікація послуг огляду на забезпечення безпеки
Податкова політика (тарифи і пільги)	Збільшення податків призведе до зменшення фінансування.	Збільшення цін на ресторанні позиції в меню і куповані товари, послуги.	Відповідність факту ціна-якість.
Поточне законодавство, що регулює правила роботи в галузі, зокрема медико-санітарні вимоги, комендантська година	Прийняття нормативних актів, які забезпечуватимуть санітарно-гігієнічну безпеку ресторанного бізнесу	Зменшення фінансів на розвиток ресторану (інновації, матеріально-технічна база, обладнання тощо), спрямування коштів на забезпечення якості і безпечності ресторанного продукту	Знаходження власних коштів для модернізації, забезпечення фінансової безпеки від локдауну, зупинок через військові загрози. Розвиток маркетингових комунікацій внутрішнього ринку, активізація внутрішнього попиту
ЕКОНОМІЧНІ			
Курси основних валют	Підвищення або зниження цін на ресторанні продукти	Підвищення цін може призвести до спаду попиту	Утримувати ціни в доступності для споживачів
Рівень доходів населення	Зменшення попиту, зменшення доходу загалом по галузі	Зменшення попиту, зменшення доходу ресторану	Зменшення цін, розроблення знижок, акцій.
Підвищення мита, митних зборів	Зростання вартості товарів та ресторанних продуктів, що містять імпортовану сировину/продукти	Зменшення попиту, зменшення доходу ресторану	Пошук вітчизняних імпортозаміщуваних продуктів
Ступінь глобалізації та відкритості економіки	сприяє зацікавленості іноземних туристів, збільшить їх потік в країну і тим самим призведе до розвитку популярності галузі.	Збільшення потоку туристів, збільшення прибутку.	Удосконалювати форми обслуговування, якість надання сервісу щоб задовольняти іноземні стандарти і вимоги.
Рівень безробіття, розмір і умови оплати праці	Збільшення / зменшення робочих місць по галузі.	Нестача робочих кадрів через низьку заробітну плату. Збільшення витрат на оплату праці.	Збільшення бонусів, винагород за працю. Вибір найкращого співробітника, надання відпусток.
Темпи зростання економіки	При негативних – зменшення привабливості, зменшення турпотоку	Зменшення споживачів ресторанних послуг, зменшення середнього чеку	Пошук і використання нових каналів комунікацій зі споживачами, нових форматів послуг

Продовження табл.Б.1

Фактори	Зміна в галузі	Зміна в ресторані	Дії
Рівень інфляції і процентні ставки	Підвищення собівартості та цін на ресторанні продукти	спад попиту	Утримувати ціни в доступності для споживачів.
СОЦІАЛЬНО - КУЛЬТУРНІ			
Вимоги до якості продукції і рівня сервісу	Більші вимоги збільшуватимуть витрати на утримання галузі	Витрати на удосконалення сервісу, продукції.	Удосконалювати форми обслуговування, якість надання сервісу щоб задовольняти вимоги і бути завжди привабливими для споживачів.
Структура населення і тривалість життя	Визначення яка вікова категорія більше користується послугами галузі.	Орієнтація ресторану на певні категорії споживачів (молодь, середній вік, пенсійний вік). Визначення з контингентом споживачів.	Ведення клієнтської бази, комунікування зі споживачами через різні доступні канали та засоби
Спосіб життя і звички споживання	Розвиткуок того чи іншого формату ресторану	Розширення позицій меню. Додаткові витрати	Моніторинг споживачів, врахування пропозицій, побажань, введення спеціальних меню тощо
Розвиток релігії та інших вірувань	Визначення яких релігій туристи, що для них потрібно, витрати на облаштування умов та меню під туристів	Витрати на удосконалення та адаптацію меню тощо	Врахування пропозицій, побажань, введення спеціальних меню (кошерне, без свинини чи яловичини) тощо.
ТЕХНОЛОГІЧНІ			
Розвиток і проникнення інтернету, розвиток мобільних засобів	Робить більш ефективною галузь і зв'язок її з іншими галузями.	Витрати на встановлення програм, техніки, пристроїв.	Доступ в мережу інтернет, доступність до ПК.
Доступ до новітніх технологій	Дає можливість розвиватися, спостерігати за тим що відбувається у світі які тенденції по галузі.	Зростання популярності, збільшення споживачів. Зростання задоволеності споживачів.	Впровадження автоматизованих систем.
Ступінь використання, впровадження та передачі технологій	Дозволяє відповідати світовим трендам.	сприяє збільшенню попиту на послуги ресторану.	Впровадження новітніх технологій, цифрових інструментів.

ПРОДОВЖЕННЯ ДОДАТКУ Б

Таблиця Б.2

Зведена таблиця PEST аналізу для ресторану «Китайський привіт»

Фактор	Вага	Фактор	Вага
ПОЛІТИЧНІ		**ЕКОНОМІЧНІ**	
Стійкість політичної влади і існуючого уряду	0,18	Курси основних валют	0,17
Імовірність розвитку військових дій в країні / місті	0,18	Рівень доходів населення	0,15
		Підвищення мита, митних зборів	0,15
Податкова політика (тарифи і пільги)	0,08	Ступінь глобалізації та відкритості економіки	0,12
Поточне законодавство, що регулює правила роботи в галузі, зокрема медико-санітарні вимоги, комендантська година	0,05	Рівень безробіття, розмір і умови оплати праці	0,11
		Темпи зростання економіки	0,09
		Рівень інфляції і процентні ставки	0,06
СОЦІАЛЬНО – КУЛЬТУРНІ		**ТЕХНОЛОГІЧНІ**	
Вимоги до якості продукції і рівня сервісу	0,22	Розвиток і проникнення інтернету, розвиток мобільних засобів	0,21
Структура населення і тривалість життя	0,09	Доступ до новітніх технологій	0,20
Спосіб життя і звички споживання	0,06	Ступінь використання, впровадження та передачі технологій	0,18
Розвиток релігії та інших вірувань	0,06		

Джерело: складено за [1]