Державний торговельно-економічний університет
Кафедра менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТА ТУРИСТИЧНОГО/ ГОТЕЛЬНОГО/ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕБУ

Студентки 5 курсу, 13 групи, спеціальності 073 «Менеджмент» Освітньої програми «Менеджмент туристичного та готельно-ресторанного бізнесу»	_____ *підпис студента*	ЗАСЛАВСЬКА Владислава Юріївна
Науковий керівник к.е.н., доц.	_____ *підпис керівника*	БОСОВСЬКА Мирослава Веліксівна
Гарант освітньої програми к.е.н., доц.	_____ *підпис гаранта*	ТКАЧУК Тетяна Михайлівна

Київ 2025

Заславська В.Ю. Цифрові технології менеджменту суб’єкта ресторанного бізнесу. Рукопис

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент туристичного та готельно-ресторанного бізнесу» – Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2025.

У кваліфікаційній роботі узагальнено теоретичні та практичні основи використання цифрових технологій у менеджменті ресторанного бізнесу. Досліджено вплив CRM-систем, онлайн-замовлень, аналітичних платформ і автоматизації на економічну ефективність ресторану. Розроблено заходи для вдосконалення управління рестораном «Шкіпер», смт. Ворзель, з використанням цифрових технологій, включаючи впровадження мобільного додатку та бізнес-аналітики. Економічне обґрунтування підтвердило їхню ефективність у підвищенні конкурентоспроможності й прибутковості. Ключові слова: цифрові технології, ресторанний менеджмент, автоматизація, CRM, бізнес-аналітика.

Zaslavska V.Y. Digital technologies in the management of a restaurant business entity.

Qualification work in the specialty 073 "Management" of the educational program "Management of Tourism and Hospitality Business" - State University of Trade and Economics, Kyiv, 2025.

The qualification work summarizes the theoretical and practical foundations of using digital technologies in restaurant management. The impact of CRM systems, online ordering, analytical platforms, and operational automation on the economic efficiency of restaurant activities was studied. Measures were developed to improve the management of the “Shkiper” restaurant, Vorzel village, using digital technologies, including the introduction of a mobile application and business analytics. The economic justification confirmed their effectiveness in enhancing the competitiveness and profitability of the restaurant. Keywords: digital technologies, restaurant management, automation, CRM, business analytics

Державний торговельно-економічний університет

Факультет Технологій та бізнесу Кафедра менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність «073 Менеджмент»
Освітня програма «Менеджмент туристичного та готельно-ресторанного бізнесу»

Затверджую
Зав. кафедри менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
проф. Бойко М.Г.
“__”_____2024 р.

Завдання

на кваліфікаційну роботу студентці

ЗАСЛАВСЬКІЙ ВЛАДИСЛАВІ ЮРІЇВНІ

(прізвище, ім’я, по батькові)

1. **Тема кваліфікаційної роботи:** «Цифрові технології менеджменту ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель».

Затверджена наказом ректора від «25» жовтня 2024 р. № 3592

2. **Строк здачі студентом закінченої роботи:** 31 січня 2025 року
3. **Цільова установка та вихідні дані до кваліфікаційної роботи:**

Мета роботи – розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження цифрових технологій у підприємстві ресторанного бізнесу.

Об’єкт дослідження – процес впровадження цифрових технологій суб’єкта ресторaного бізнесу.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення цифрових технологій у ресторані «Шкіпер», смт. Ворзель.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ПРИКЛАДНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МЕНЕДЖМЕНТІ РЕСТОРАНУ «ШКІПЕР», СМТ. ВОРЗЕЛЬ

1.1. Теоретичні засади цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу

1.2. Економічна оцінка діяльності ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель та його місця на ринку

1.3. Діагностика ефективності цифрові технології менеджменту у ресторані

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «ШКШЕР», СМТ. ВОРЗЕЛЬ ЗА ДОПОМОГОЮ ТЕХНОЛОГІЙ ЦИФРОВИХ

2.1. Пріоритети формування цифрової технології менеджменту ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель

2.2. Економічне обґрунтування програм заходів з цифровізації управління рестораном

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 р.- 20.10.2024 р.	16.09.2024 р.- 20.10.2024 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	До 30.10.2024 р.	До 30.10.2024 р.
3	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	01.11.2024 р.- 23.12.2024 р.	01.11.2024 р.- 23.12.2024 р.
4	Попередній захист 1 розділу кваліфікаційної роботи	23.12.2024 р.- 24.12.2024 р.	23.12.2024 р.- 24.12.2024 р.
5	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	06.01.2025 р. - 24.01.2025 р.	06.01.2025 р. - 24.01.2025 р.
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи у комісіях	27.01.2025	27.01.2025
9	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	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	07.02.2025	07.02.2025
12	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно розкладу	Згідно розкладу

6. Дата видачі завдання «25» жовтня 2024 р.

7. Керівник кваліфікаційної роботи, д.е.н, професор . _____ **Мирослава БОСОВСЬКА**
(підпис) *(ініціали, прізвище)*

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

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

10. Відгук керівника кваліфікаційної роботи

Студентка Владислава Заславська виконала кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно затвердженого календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає усім вимогам.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів з підрозділами, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. У роботі проаналізовано та узагальнено теоретичні та практичні засади впровадження цифрових технологій у підприємстві ресторанного бізнесу. Проведено оцінку господарської діяльності та ефективності впровадження цифрових технологій у підприємстві ресторанного бізнесу. Студенткою розроблено комплекс заходів щодо удосконалення впровадження цифрових технологій у підприємстві ресторанного бізнесу та обґрунтовано програму заходів.

Робота є завершеною науковою працею, виконана самостійно та рекомендується до захисту у ЕК.

Керівник кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

11. Висновок про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота студентки Заславська В.Ю.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ТКАЧУК Т.М.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____БОЙКО М.Г.

(підпис, прізвище, ініціали)

«___» _____2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП 8

РОЗДІЛ 1. ПРИКЛАДНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МЕНЕДЖМЕНТІ РЕСТОРАНУ «ШКІПЕР», СМТ. ВОРЗЕЛЬ 13

1.1. Теоретичні засади цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу 13

1.2. Економічна оцінка діяльності ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель та його місця на ринку 27

1.3. Діагностика ефективності цифрові технології менеджменту у ресторані «Шкіпер», смт. Ворзель 37

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «ШКШЕР», СМТ. ВОРЗЕЛЬ ЗА ДОПОМОГОЮ ТЕХНОЛОГІЙ ЦИФРОВИХ 41

2.1. Пріоритети формування цифрової технології менеджменту ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель 41

2.2. Економічне обґрунтування програм заходів з цифровізації управління рестораном 50

ВИСНОВКИ 68

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 72

ДОДАТКИ 76

ВСТУП

Актуальність теми роботи. Цифрові технології стали незамінним інструментом у розвитку та управлінні бізнесами по всьому світу, і ресторанний сектор не є винятком. Впровадження новітніх технологій у сферу ресторанного менеджменту стало головним кроком для забезпечення конкурентоспроможності та оптимізації процесів. У епоху швидких змін і глобалізації, ресторани мають не лише пропонувати якісну їжу, а й забезпечувати високий рівень обслуговування та ефективність роботи. Цифрові технології дозволяють автоматизувати багато операцій, підвищити точність управлінських рішень та покращити взаємодію з клієнтами.

Сучасні цифрові інструменти, такі як системи управління замовленнями, мобільні додатки для резервування, аналітика великих даних, а також платформи для взаємодії з гостями через соціальні мережі та відгуки, стали незамінними для ресторанного менеджменту. Вони не тільки спрощують операційні процеси, але й відкривають нові можливості для маркетингових стратегій, покращення обслуговування та збільшення доходу підприємств. Технології змінюють не лише технічні аспекти управління, але й сам підхід до ведення бізнесу в ресторанному секторі, орієнтуючи його на цифрову трансформацію і вдосконалення комунікацій із клієнтами.

Сучасні технології дозволяють ресторанам не тільки автоматизувати процеси, але й інтегрувати інноваційні рішення для підвищення ефективності управління та задоволення потреб клієнтів. У зв'язку з постійним ростом конкуренції в індустрії харчування та збільшенням вимог до обслуговування, управлінці ресторанів змушені шукати нові методи оптимізації бізнес-процесів. Цифрові інструменти допомагають значно знижувати витрати, покращувати якість обслуговування та підвищувати задоволення клієнтів, що є основним критерієм для успіху ресторанного бізнесу.

Впровадження таких технологій, як системи точок продажу (POS), онлайн-замовлення, аналітика споживацьких звичок та вплив на лояльність,

відкриває нові горизонти для ресторанного менеджменту. Особливо актуальним є використання цифрових платформ для збору та аналізу відгуків, що дозволяє не лише покращити якість послуг, але й швидко реагувати на зміни в уподобаннях споживачів. Тому дослідження цифрових технологій у ресторанному менеджменті є головним для розвитку сучасних підприємств в умовах стрімких змін і високої конкуренції.

Виходячи з вищезазначеного, існує інтерес до проведення більш глибокого дослідження специфіки та провідного значення об'єкту дослідження, що і було обрано темою даної роботи.

Рівень дослідженості теми. Питанням впровадження інноваційних діджитал систем бронювання у роботу суб'єктів готельного бізнесу приділено увагу таких іноземних авторів як: Андрушків В. М. [1], Бардадим С. А. [3], Базаров Т. Ю. [4], Бойко В. В. [5], Бондаренко С. М. [6], Безсмертна В. В. [8], Касич О. О. [13], Ковалевський С. [16], Кузьмін О. Є. [17], Ладанов І. Д. [19], Легкий О. О. [20], Маречик В. Я. [21], Невмержицька С. М. [23], Примостка Л.О. [32], Хміль Ф.І. [39], Щокін Г.В. [46].

Метою дослідження є аналіз та оцінка застосування цифрових технологій в управлінні рестораном «Шкіпер» смт. Ворзель, а також розробка рекомендацій щодо удосконалення управлінських процесів у закладі через впровадження новітніх цифрових рішень. Це дозволить підвищити ефективність діяльності ресторану, покращити якість обслуговування клієнтів та сприяти зростанню прибутковості бізнесу.

Спираючись на мету роботи, можна виділити наступні **її завдання**, які будуть вирішені у цій роботі:

1. Дослідити теоретичні засади цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу
2. Провести економічну оцінку діяльності ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель та його місця на ринку
3. Провести діагностику ефективності цифрові технології менеджменту у ресторані «Шкіпер», смт. Ворзель

4. Визначити пріоритети формування цифрової технології менеджменту ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель

5. Провести економічне обґрунтування програм заходів з цифровізації управління рестораном.

Предметом дослідження є цифрові технології, які використовуються в менеджменті ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель, зокрема системи автоматизації управлінських процесів, аналітичні інструменти та інші цифрові рішення, що забезпечують ефективне функціонування ресторану.

Об'єктом дослідження є ресторан «Шкіпер», смт. Ворзель, його управлінські процеси та застосування цифрових технологій для оптимізації діяльності закладу.

Методи дослідження:

- Аналіз літератури та теоретичних джерел – для вивчення теоретичних основ цифрових технологій та їхнього застосування в управлінні ресторанним бізнесом.
- Системний підхід – для визначення ролі та взаємодії цифрових технологій у різних питаннях ресторанного менеджменту.
- Метод порівняння – для аналізу та порівняння різних підходів і моделей застосування цифрових технологій у галузі ресторанного бізнесу.
- Фінансовий аналіз – для оцінки фінансової діяльності ресторану, зокрема аналіз витрат, доходів, рентабельності.
- Метод порівняльного аналізу – для оцінки конкурентоспроможності ресторану на ринку порівняно з іншими закладами харчування в смт. Ворзель.
- SWOT-аналіз – для визначення сильних і слабких сторін ресторану, а також можливостей і загроз з боку конкурентів.
- Аналіз даних – для вивчення результативності використання цифрових технологій, таких як автоматизація обліку, системи управління запасами та обслуговування клієнтів.

- Метод оцінки ефективності – для вимірювання впливу цифрових технологій на підвищення ефективності управління рестораном (наприклад, через збільшення обсягів продажу, скорочення витрат, покращення обслуговування клієнтів).
- Інтерв'ю та опитування – для збору інформації від працівників та клієнтів щодо використання цифрових технологій і їх впливу на якість обслуговування.
- Аналіз потреб – для визначення основних потреб ресторану в питанні цифровізації управлінських процесів.
- Метод експертних оцінок – для формулювання рекомендацій щодо пріоритетних напрямів цифровізації на основі думок фахівців у галузі ресторанного менеджменту та інформаційних технологій.

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

Практичне значення роботи на тему «Цифрові технології менеджменту суб’єкта ресторанного бізнесу» полягає у розробці рекомендацій щодо впровадження та ефективного використання цифрових технологій для управління ресторанним бізнесом. Враховуючи актуальність цифровізації у всіх сферах бізнесу, ця робота дозволяє значно покращити управлінські процеси в ресторанах, що, в свою чергу, впливає на їх економічну ефективність і конкурентоспроможність. Практична значущість дослідження полягає в можливості визначити, як застосування сучасних цифрових рішень, таких як системи автоматизації, аналітичні інструменти, CRM-системи та платформи для онлайн-замовлень, може допомогти ресторанам оптимізувати внутрішні процеси, знизити витрати, покращити взаємодію з клієнтами та збільшити доходи. Окрім того, результати роботи можуть бути використані як

методичні рекомендації для підприємців і менеджерів ресторанного бізнесу щодо впровадження інноваційних технологій у діяльність їх закладів. Це дослідження має також потенціал для розробки практичних інструментів для аналізу ефективності цифрових технологій та їх впливу на зростання прибутковості ресторанного бізнесу, що дозволить підприємствам приймати обґрунтовані рішення щодо інвестування в нові технології.

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

РОЗДІЛ 1

ПРИКЛАДНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МЕНЕДЖМЕНТІ РЕСТОРАНУ «ШКІПЕР», СМТ. ВОРЗЕЛЬ

1.1. Теоретичні засади цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу

Цифрові технології в сучасному світі стали невід'ємною частиною функціонування багатьох галузей економіки, і ресторанний бізнес не є винятком. Інноваційні рішення змінюють підходи до управління, обслуговування клієнтів і загальної організації діяльності закладів харчування. Використання цифрових інструментів у менеджменті ресторанів дозволяє підвищити ефективність процесів, оптимізувати витрати, покращити взаємодію з клієнтами та забезпечити конкурентоспроможність. Сучасний ресторанний бізнес знаходиться під впливом таких тенденцій, як зростання попиту на онлайн-замовлення, автоматизація процесів обслуговування та аналітика великих обсягів даних. Це зумовлює необхідність дослідження теоретичних засад цифрових технологій, які стають основою для подальшого розвитку галузі.

Серед ключових авторів, що досліджували цю проблему, є Андрушків В. М., який наголошує на інтеграції сучасних інформаційних систем для автоматизації процесів у ресторанах. У його працях підкреслюється, що використання цифрових технологій має стратегічне значення для підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. Автор зосереджує увагу на таких аспектах, як оптимізація внутрішніх процесів, зокрема, автоматизація обліку, управління запасами, створення електронних меню та впровадження програм лояльності. Андрушків переконаний, що ефективне використання цифрових технологій дозволяє зменшити витрати, підвищити якість обслуговування клієнтів і прискорити процес прийняття управлінських рішень. Зокрема, автор акцентує увагу на необхідності використання аналітичних платформ для оцінки даних, що генеруються

ресторанним бізнесом, таких як інформація про вподобання клієнтів, сезонні тренди, ефективність маркетингових кампаній тощо. Він також зазначає, що ключовим завданням сучасного менеджера є здатність адаптувати бізнес до змін, спричинених стрімким розвитком цифрових технологій, шляхом постійного оновлення знань і використання інноваційних інструментів [1].

Бойко В. В. пропонує дещо інший підхід до розгляду цієї теми, наголошуючи на важливості клієнтоорієнтованості цифрових технологій. У своїх роботах він акцентує увагу на значенні персоналізації обслуговування, яке можливе завдяки впровадженню сучасних CRM-систем та використанню штучного інтелекту для аналізу поведінки клієнтів. За Бойком, цифрові технології дозволяють зібрати великий обсяг даних про клієнтів, які можна використовувати для створення індивідуалізованих пропозицій і маркетингових кампаній. Наприклад, аналіз історії замовлень, вподобань та відгуків клієнтів дозволяє створювати унікальний клієнтський досвід, який значно підвищує їхню лояльність. Окрім цього, Бойко наголошує на важливості використання мобільних додатків та інтерактивних платформ для замовлення і оплати страв, які забезпечують зручність та економію часу для споживачів. У його працях також висвітлюється значення соціальних мереж як каналу комунікації між рестораном і клієнтами, де цифрові технології виступають інструментом для формування бренду, збирання зворотного зв’язку та популяризації закладу [2].

Ковалевський С. у своїх дослідженнях робить акцент на стратегічному значенні використання цифрових платформ для управління логістикою і постачаннями в ресторанному бізнесі. Автор вважає, що сучасні технології дозволяють значно оптимізувати цей процес, зменшуючи витрати на зберігання продуктів та забезпечуючи своєчасне постачання інгредієнтів високої якості. Він підкреслює, що цифрові системи моніторингу запасів та автоматизації замовлень є ключовими для уникнення харчових відходів і зменшення витрат. Ковалевський також акцентує увагу на значенні блокчейн-технологій для забезпечення прозорості у ланцюгу постачань, що особливо

актуально для преміальних закладів, які прагнуть гарантувати якість своїх страв. Автор зазначає, що цифрові інструменти створюють нові можливості для співпраці між ресторанами та постачальниками, сприяючи більш ефективному плануванню і адаптації до мінливих умов ринку. Його дослідження також включають аналіз ризиків, пов’язаних із впровадженням таких технологій, зокрема, необхідність навчання персоналу та захисту конфіденційної інформації [16].

Невмержицька С. М. розглядає цифрові технології у контексті вдосконалення організаційних процесів у ресторанному бізнесі. Вона зосереджується на інтеграції цифрових систем управління персоналом, які дозволяють ефективно координувати роботу співробітників, планувати графіки та оцінювати продуктивність. Невмержицька також наголошує на значенні цифрових платформ для дистанційного навчання та підвищення кваліфікації працівників. У своїх дослідженнях вона підкреслює, що розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для адаптації бізнесу до змін, пов’язаних із пандеміями або іншими кризовими явищами, коли дистанційна робота та автоматизація стають критично важливими. Автор також акцентує увагу на викликах, які постають перед управлінцями у зв’язку з цифровізацією, зокрема, необхідністю зміни організаційної культури, що передбачає інтеграцію інноваційних підходів до комунікації та взаємодії між співробітниками [22].

Хміль Ф. І. досліджує питання впровадження цифрових технологій у контексті управління якістю у ресторанному бізнесі. Він наголошує, що цифрові інструменти дозволяють встановлювати стандарти якості, контролювати їх дотримання та швидко реагувати на проблеми. У його роботах приділяється значна увага використанню цифрових систем моніторингу санітарних умов, якості продуктів та зворотного зв’язку від клієнтів. Автор вважає, що використання таких технологій як IoT (Інтернет речей) та аналітичні платформи сприяє не лише підвищенню рівня обслуговування, а й зміцненню довіри клієнтів до закладу. Хміль також

зазначає, що інноваційні технології дозволяють значно спростити процес сертифікації та аудитів, оскільки цифрові системи зберігання даних забезпечують доступність і точність інформації [39].

Щокін Г. В. акцентує увагу на стратегічному значенні цифрових технологій для побудови довгострокових відносин з клієнтами. У своїх роботах він висвітлює важливість цифрового маркетингу як ключового інструменту для залучення нових клієнтів та підтримки лояльності постійних. Автор наголошує, що використання таких інструментів, як чат-боти, системи розсилки повідомлень та соціальні мережі, дозволяє створити персоналізований підхід до кожного клієнта. Щокін також вважає, що цифрові технології допомагають забезпечити високий рівень інтерактивності комунікації, що стає все більш важливим у сучасних умовах. Його дослідження також підкреслюють роль штучного інтелекту в розробці стратегій маркетингу та плануванні бізнес-процесів, що дозволяє оптимізувати витрати та підвищити ефективність управління [46].

Таким чином, розгляд теоретичних засад цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу різними авторами виявляє широкий спектр підходів до цього питання. Незважаючи на відмінності у підходах, усі дослідники одностайно визнають ключову роль цифрових технологій у забезпеченні сталого розвитку галузі, підвищенні її конкурентоспроможності та створенні доданої цінності для клієнтів.

Таблиця 1.1

Теоретичні засади цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу

Напрямок цифрових технологій	Опис	Приклад застосування в ресторанному бізнесі
Автоматизація процесів	Впровадження систем для автоматизації обліку замовлень, управління запасами, бронювання столів, фінансових операцій.	Встановлення POS-систем для обробки замовлень, автоматизація обліку товарів.

Інтернет-маркетинг	Використання онлайн-ресурсів для просування ресторану, залучення клієнтів, маркетингових кампаній.	Створення сайту та профілів у соціальних мережах для рекламних акцій, використання Google Ads або SMM для залучення клієнтів.
Системи управління взаємодією з клієнтами (CRM)	Використання програм для ведення бази даних клієнтів, аналізу їх поведінки та формування персоналізованих пропозицій.	Використання CRM-систем для збору та аналізу даних клієнтів, персоналізовані розсилки та акції.
Технології для доставки	Впровадження цифрових платформ для організації доставки їжі та оптимізації логістики.	Співпраця з платформами доставки (UberEats, Glovo, Bolt), використання власних додатків для замовлення їжі.
Аналітика та Big Data	Збір та аналіз великих обсягів даних для прийняття рішень, прогнозування попиту, управління запасами та ціновою політикою.	Використання даних для планування меню, прогнозування попиту на страви, встановлення оптимальних цін.
Мобільні додатки та сайти	Розробка мобільних додатків та вебсайтів для зручності бронювання, замовлень та взаємодії з клієнтами.	Мобільний додаток для резервування столів, перевірки меню та отримання бонусів для лояльних клієнтів.
Віртуальні та доповнені реальності (VR/AR)	Впровадження новітніх технологій для покращення досвіду клієнтів, наприклад, віртуальні тури по ресторанам або перегляд меню в AR.	Віртуальні тури рестораном або перегляд меню через доповнену реальність на смартфонах.

Джерело: сформовано автором

Основою впровадження цифрових технологій у сферу ресторанного менеджменту є розуміння їхньої ролі у забезпеченні ефективності бізнес-процесів. Теорія цифрових технологій базується на таких основних питаннях, як автоматизація, інтеграція систем та використання штучного інтелекту. Автоматизація спрямована на зменшення рутинної роботи персоналу та оптимізацію витрат часу і ресурсів [1]. Наприклад, автоматизовані системи управління замовленнями дозволяють знизити ймовірність помилок, забезпечити швидкість обробки запитів та інтегрувати ці дані з фінансовими системами для більш точного обліку. Інтеграція різних цифрових систем забезпечує ефективний обмін інформацією між усіма учасниками процесу, від постачальників до кінцевих споживачів. Це дозволяє створювати єдину

екосистему, в якій кожен етап діяльності ресторану підлягає чіткому контролю та аналізу.

Штучний інтелект і машинне навчання відіграють дедалі важливішу роль у менеджменті ресторанів. Вони дозволяють прогнозувати поведінку клієнтів, аналізувати їхні вподобання, що сприяє створенню персоналізованих пропозицій. Такий підхід є особливо головним в умовах високої конкуренції, коли здатність залучити і втримати клієнта визначає успіх бізнесу. Штучний інтелект також використовується для оптимізації складу меню на основі аналізу даних про попит, витрати на інгредієнти та маржинальність страв. Це дозволяє не лише збільшити прибуток, а й зробити бізнес більш стійким до змін зовнішнього середовища.

Управління ланцюгом постачання також зазнало значних змін завдяки цифровим технологіям. Системи моніторингу та управління запасами забезпечують точне відстеження руху продуктів, запобігають їх псуванню та мінімізують втрати. Використання хмарних платформ для управління даними дозволяє забезпечити доступ до інформації в режимі реального часу, що сприяє більш гнучкому плануванню і реагуванню на зміну попиту. Роль цифрових платформ у менеджменті ресторанів полягає у створенні умов для максимальної прозорості операцій і підвищення їхньої ефективності [2].

У сфері обслуговування клієнтів цифрові технології сприяють підвищенню рівня сервісу та лояльності споживачів. Онлайн-бронювання, мобільні додатки для замовлення їжі, електронні меню та інтерактивні системи обслуговування є лише частиною інструментів, які покращують взаємодію з клієнтами. Цифрові інструменти дозволяють збирати дані про вподобання відвідувачів, що використовується для розробки індивідуальних програм лояльності. Застосування таких технологій не лише покращує досвід клієнта, але й сприяє формуванню позитивного іміджу закладу, що є головним у боротьбі за місце на ринку.

У ресторанному бізнесі обробляється значний обсяг конфіденційної інформації, зокрема дані клієнтів та фінансові транзакції. Це вимагає

впровадження надійних систем кібербезпеки, які забезпечують захист інформації від витоків і зловмисників. Розробка теоретичних засад цифрової безпеки для ресторанного бізнесу включає аналіз ризиків, впровадження стандартів шифрування даних і створення політик конфіденційності.

Окремої уваги заслуговує соціальний аспект впровадження цифрових технологій у сферу ресторанного бізнесу. З одного боку, автоматизація дозволяє зменшити залежність від людського фактору, а з іншого - ставить під загрозу робочі місця для частини працівників. Це зумовлює необхідність розробки програм перекваліфікації та адаптації персоналу до нових умов праці. Таким чином, цифрові технології виступають не лише інструментом модернізації, а й чинником соціальних змін, що впливають на всю екосистему бізнесу [3].

Таблиця 1.2

Види цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу

Категорія	Приклади цифрових технологій	Призначення	Переваги
Автоматизація управління	ERP-системи, CRM-системи	Управління замовленнями, клієнтськими даними, фінансовими потоками.	Підвищення ефективності роботи, зменшення помилок, оптимізація витрат.
Касові та платіжні системи	POS-системи, мобільні платіжні додатки	Обробка платежів, контроль продажів, автоматизація касових операцій.	Швидкість обслуговування, зменшення черг, точний контроль доходів.
Технології онлайн-замовлень	Сайти, мобільні додатки, платформи доставки	Замовлення страв онлайн, організація доставки, відстеження статусу замовлень.	Розширення клієнтської бази, зручність для клієнтів, збільшення обсягів продажів.
Цифровий маркетинг	SMM, email-маркетинг, аналітичні інструменти	Реклама у соціальних мережах, індивідуальні пропозиції, аналіз поведінки клієнтів.	Залучення нових клієнтів, підвищення лояльності, таргетингова реклама.
Системи управління персоналом	Програми для розкладу роботи, HRM-системи	Управління графіками персоналу, нарахування заробітної плати,	Економія часу на адміністрування, підвищення

		моніторинг ефективності працівників.	задоволеності персоналу.
Контроль якості	Програми для моніторингу якості обслуговування	Оцінка якості роботи працівників, відстеження відгуків клієнтів, перевірка дотримання стандартів.	Поліпшення репутації закладу, оперативне вирішення проблем, підвищення клієнтського досвіду.
Інвентаризація та складські системи	WMS-системи, системи для обліку продуктів	Контроль залишків на складах, прогнозування потреб у закупівлях, оптимізація використання ресурсів.	Зменшення втрат через надлишки чи недостачу, прозорість обліку, зменшення витрат.

Джерело :сформовано автором

Сучасний ресторанний бізнес, як одна з найдинамічніших галузей економіки, активно впроваджує цифрові технології для оптимізації своїх бізнес-процесів, підвищення ефективності та створення унікального досвіду для клієнтів. Види цифрових технологій, що використовуються у сфері менеджменту ресторанного бізнесу, охоплюють широкий спектр інноваційних рішень, які впливають на всі аспекти діяльності закладів: від управління ресурсами до забезпечення високоякісного обслуговування клієнтів. Умовно ці технології можна поділити на кілька основних напрямів, що визначають їхнє практичне застосування в управлінні ресторанами.

З найпоширеніших технологій у цій сфері є системи автоматизації бізнес-процесів, які використовуються для оптимізації внутрішньої діяльності закладів. Це, зокрема, програмне забезпечення для управління замовленнями, обліку запасів, організації роботи персоналу та фінансового моніторингу. Системи управління замовленнями дозволяють в реальному часі обробляти запити клієнтів, інтегрувати їх з кухнею та здійснювати швидку передачу інформації між різними відділами. Облік запасів, в свою чергу, забезпечується спеціальними платформами, які дозволяють контролювати кількість та якість інгредієнтів, уникати перевитрат і втрат через псування продуктів [4].

Штучний інтелект є іншим головним видом цифрових технологій, які набувають все більшого значення у ресторанному менеджменті. Його використання дозволяє аналізувати поведінку клієнтів, прогнозувати попит і створювати персоналізовані пропозиції. Наприклад, чат-боти, які працюють на основі алгоритмів штучного інтелекту, стали незамінними у спілкуванні з клієнтами, прийманні замовлень та наданні консультацій. Такі технології значно скорочують час очікування та забезпечують більш гнучкий підхід до обслуговування клієнтів. Крім того, системи прогнозування попиту допомагають ресторанам ефективніше планувати закупівлі, уникати надмірних витрат і зменшувати кількість невикористаних ресурсів.

Використання хмарних платформ дозволяє зберігати та обробляти великі обсяги даних, забезпечуючи їх доступність у будь-який час і з будь-якого пристрою. Це особливо важливо для мережевих ресторанів, які працюють у різних локаціях і потребують ефективної координації між філіями. Хмарні технології сприяють інтеграції всіх операційних процесів, зокрема управління постачаннями, моніторинг фінансових показників та аналіз клієнтських даних. Завдяки цьому менеджери отримують можливість швидко реагувати на зміни ринку та приймати обґрунтовані рішення [5].

Технології доповненої реальності та інтерактивні рішення стають дедалі популярнішими у сфері ресторанного менеджменту. Вони використовуються для створення інноваційного досвіду клієнтів, наприклад, інтерактивні меню, які дозволяють клієнтам переглядати 3D-зображення страв перед замовленням. Це не лише покращує взаємодію клієнтів із закладом, а й сприяє підвищенню їхньої лояльності. Додатково інтерактивні рішення використовуються для навчання персоналу, забезпечуючи більш ефективне засвоєння знань через симуляції та віртуальні тренінги.

Соціальні медіа та цифрові маркетингові платформи є компонентом цифрових технологій, які впливають на комунікацію між рестораном і його клієнтами. Використання аналітики соціальних мереж дозволяє відстежувати вподобання споживачів, аналізувати їхній зворотний зв’язок і створювати

ефективні маркетингові кампанії. Платформи для відгуків та рейтингів, такі як спеціалізовані сайти чи мобільні додатки, дають змогу менеджерам отримувати реальні оцінки якості послуг та реагувати на зауваження клієнтів. Завдяки цьому заклади можуть не лише утримувати постійних відвідувачів, а й залучати нових [6].

Управління кібербезпекою стає ще одним головним напрямом у використанні цифрових технологій у ресторанному бізнесі. Заклади харчування часто обробляють конфіденційну інформацію, таку як персональні дані клієнтів та платіжні транзакції, що робить їх потенційною мішенню для кіберзлочинців. Для захисту цих даних ресторани впроваджують сучасні системи шифрування, використання багаторівневих механізмів автентифікації та регулярний аудит безпеки. Цифрові рішення у цій сфері не лише знижують ризик витоків даних, а й формують довіру клієнтів до закладу.

Мобільні технології відіграють особливу роль у розвитку ресторанного бізнесу, оскільки вони забезпечують зручність і швидкість взаємодії з клієнтами. Мобільні додатки для замовлення їжі, бронювання столиків, відстеження доставки та участі у програмах лояльності стають стандартом для сучасних закладів. Завдяки таким інструментам клієнти мають можливість отримати швидкий доступ до послуг ресторану, що підвищує їхню задоволеність і сприяє збільшенню обсягу продажів [7].

Сучасна індустрія гостинності, до якої належить ресторанний бізнес, стрімко змінюється під впливом цифрових технологій. Вони стали невід’ємною складовою успішного управління ресторанами, допомагаючи оптимізувати бізнес-процеси, підвищувати якість обслуговування клієнтів і створювати унікальні конкурентні переваги. Роль цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу полягає у трансформації підходів до управління, впровадженні інноваційних рішень і формуванні нової культури взаємодії між закладом, його персоналом і клієнтами.

З основних ролей цифрових технологій є автоматизація процесів, яка значно спрощує роботу як менеджерів, так і персоналу. Сучасне програмне

забезпечення дозволяє автоматизувати більшість рутинних операцій: від обліку запасів і управління замовленнями до аналізу фінансових показників і планування розкладу роботи співробітників. Завдяки цьому менеджери можуть зосередитися на стратегічних питаннях управління, тоді як персонал отримує чіткі та зрозумілі інструкції, що підвищує ефективність виконання завдань. У свою чергу, автоматизація зменшує ймовірність помилок, пов’язаних із людським фактором, таких як неправильна обробка замовлень або перевитрата ресурсів [8].

Системи управління відносинами з клієнтами (CRM-системи) дозволяють збирати, аналізувати та використовувати дані про клієнтів для створення персоналізованого обслуговування. Наприклад, такі системи зберігають інформацію про вподобання клієнтів, історію їхніх замовлень та відгуки, що дає можливість закладам пропонувати більш релевантні послуги. Крім того, технології дозволяють забезпечувати швидкий та зручний зворотний зв’язок, що сприяє підвищенню задоволеності клієнтів і формуванню їхньої лояльності.

Інтеграція штучного інтелекту та аналітичних платформ також змінює підходи до управління ресторанами, створюючи можливості для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Аналіз великих обсягів даних про продажі, попит, сезонні тренди та поведінку клієнтів дозволяє ресторанам прогнозувати майбутні потреби та адаптувати свої стратегії відповідно до змін ринку. Наприклад, використання алгоритмів машинного навчання для визначення пікових періодів замовлень або оптимального складу меню забезпечує ефективніше управління ресурсами та мінімізує ризики втрат [9].

Окрему роль цифрові технології відіграють у маркетингу ресторанного бізнесу, допомагаючи закладам досягати своєї аудиторії через цифрові канали. Соціальні медіа, мобільні додатки та платформи для замовлення їжі дозволяють ресторанам формувати власний бренд, залучати нових клієнтів і підтримувати комунікацію з постійними відвідувачами. Завдяки використанню алгоритмів таргетингу та аналітики соціальних мереж

менеджери мають змогу створювати високоефективні маркетингові кампанії, які враховують потреби та інтереси їхньої аудиторії. Цифрові технології також полегшують збір відгуків і оцінок, що сприяє постійному вдосконаленню якості послуг.

Технології відіграють важливу роль у забезпеченні прозорості та безпеки фінансових операцій, що є головним принципом для довіри клієнтів. Інтегровані платіжні системи дозволяють здійснювати безконтактні транзакції, які є швидкими, зручними та захищеними. Крім того, сучасні системи шифрування даних і механізми кібербезпеки запобігають можливим загрозам витоку інформації, що зміцнює репутацію закладів і сприяє збереженню лояльності клієнтів [10].

Цифрові платформи для рекрутингу та навчання персоналу значно спрощують процеси підбору кваліфікованих працівників та підвищення їхньої компетенції. Онлайн-курси, віртуальні тренінги та інтерактивні модулі навчання забезпечують швидке та ефективне засвоєння нових знань і навичок, необхідних для роботи у сучасних ресторанах. Такий підхід сприяє формуванню команди, здатної відповідати високим стандартам обслуговування, які очікують клієнти.

Важливою є роль цифрових технологій у забезпеченні екологічної відповідальності ресторанного бізнесу. Впровадження систем моніторингу споживання ресурсів, таких як вода, електроенергія та харчові продукти, дозволяє оптимізувати використання ресурсів і зменшувати кількість відходів. Це не лише знижує витрати закладу, а й сприяє дотриманню принципів сталого розвитку, які стають все важливішими для сучасних споживачів [12].

Таблиця 1.3

Роль цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу

Напрямок діяльності	Цифрові технології	Роль та значення	Переваги впровадження
Управління операціями	ERP-системи, POS-системи, CRM-системи	Автоматизація управлінських процесів, інтеграція	Покращення координації між відділами, швидкість

		операцій у єдину систему для моніторингу та аналізу.	обробки замовлень, зниження людських помилок.
Забезпечення якості обслуговування	Системи зворотного зв'язку, аналітичні платформи	Моніторинг та аналіз відгуків клієнтів, забезпечення високих стандартів обслуговування.	Покращення репутації ресторану, своєчасне реагування на проблеми клієнтів, підвищення лояльності.
Маркетинг та реклама	SMM, email-маркетинг, мобільні додатки	Розширення каналів комунікації з клієнтами, персоналізовані пропозиції, аналітика поведінки користувачів.	Залучення нових клієнтів, підвищення брендової впізнаваності, зростання продажів за рахунок таргетингу.
Управління персоналом	HRM-системи, програмне забезпечення для управління графіками роботи	Оптимізація графіків роботи, автоматизація нарахування заробітної плати, оцінка ефективності працівників.	Зменшення витрат на управлінський персонал, підвищення ефективності роботи команди, покращення клімату в колективі.
Фінансовий менеджмент	Фінансові системи, аналітичні інструменти	Автоматизація фінансових процесів, моніторинг витрат, прогнозування доходів і витрат.	Покращення управління бюджетом, ефективний контроль фінансів, зниження фінансових ризиків.
Управління запасами та логістика	WMS-системи, системи для моніторингу запасів	Автоматизація обліку запасів, моніторинг залишків, оптимізація замовлень та постачання.	Зменшення витрат на зберігання запасів, зменшення втрат через прострочені продукти, оптимізація витрат на закупівлю.
Замовлення та обслуговування клієнтів	Мобільні додатки для замовлень, онлайн-системи для резервування столів	Зручність для клієнтів у розміщенні замовлень, підвищення ефективності обслуговування.	Підвищення задоволеності клієнтів, зростання кількості повторних відвідувань, скорочення часу обслуговування.

Джерело: сформовано автором

Отже, теоретичні засади цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу є складною і багатогранною сферою, яка охоплює низку ключових аспектів. Насамперед це стосується автоматизації основних бізнес-процесів, що дозволяє значно оптимізувати управлінську діяльність. Сучасні системи автоматизації сприяють підвищенню швидкості та точності

виконання операцій, зменшують ризик людських помилок і спрощують управління ресурсами. Крім того, використання таких інструментів, як CRM-системи, програмне забезпечення для управління замовленнями та складським обліком, дозволяє ефективно контролювати всі етапи діяльності, починаючи від постачання продуктів і закінчуючи формуванням звітності. Таким чином, автоматизація не лише знижує операційні витрати, але й створює фундамент для більш якісного прийняття управлінських рішень.

Іншою важливою складовою є аналіз даних, що став невід'ємною частиною сучасного менеджменту ресторанного бізнесу. Завдяки інструментам бізнес-аналітики, ресторани отримують можливість детально вивчати поведінку клієнтів, аналізувати продажі та прогнозувати попит. Наприклад, використання великих даних (Big Data) дозволяє не лише вдосконалювати меню відповідно до уподобань клієнтів, але й створювати персоналізовані пропозиції, що підвищують рівень задоволеності та лояльності споживачів. Аналітичні платформи також дають змогу ефективно розподіляти ресурси, оптимізувати графіки роботи персоналу й формувати стратегії розвитку на основі об'єктивних даних. У результаті застосування таких технологій сприяє підвищенню конкурентоспроможності ресторанного бізнесу та створює нові можливості для його зростання.

Особливу увагу слід приділити аспекту кібербезпеки, який стає дедалі актуальнішим у контексті цифровізації. З огляду на те, що ресторани активно впроваджують електронні системи оплати, онлайн-бронювання та цифрові платформи для замовлення їжі, забезпечення безпеки даних клієнтів і захист від кіберзагроз є критично важливим. Використання сучасних технологій шифрування, систем багатофакторної автентифікації та регулярних аудитів безпеки допомагає мінімізувати ризики та підтримувати довіру клієнтів. Крім того, кібербезпека є основою для підтримання репутації закладу, адже будь-який витік даних може призвести до серйозних фінансових і репутаційних втрат. У результаті, цифрові технології не лише покращують ефективність

управління, але й формують нові стандарти якості та надійності, які є ключовими для сталого розвитку ресторанного бізнесу.

1.2. Економічна оцінка діяльності ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель та його місця на ринку

Ресторан «Шкіпер», розташований на мальовничому озері, є унікальним зразком гармонійного поєднання природи, архітектури та гастрономії. Цей заклад створює враження ідеального місця для відпочинку, де кожен гість може знайти те, що відповідає його настрою, потребам і гастрономічним уподобанням. Двопалубний дерев'яний корабель, що виконує функцію ресторану, не просто приваблює своєю незвичайністю, а й створює атмосферу морської романтики, яка залишається у серці надовго. Незалежно від того, чи це сімейна вечеря, святкування з друзями або романтичний вечір, ресторан «Шкіпер» стає місцем, яке відповідає найвибагливішим очікуванням [11].

Перевагою ресторану є його інтер'єр, який переносить гостей у світ, сповнений естетики та витонченості. Використання дерева в оздобленні додає теплоти й затишку, а декоративні елементи, такі як канати, мережі та якорі, підсилюють відчуття перебування на борту справжнього корабля. Все це доповнюється ніжним освітленням від свічок і стильних світильників, які створюють атмосферу спокою і невимушеності. Цей інтер'єр стає невід'ємною частиною загального враження, яке залишається з гостями після відвідування ресторану [13].

Проте головним магнітом для відвідувачів, безперечно, є кухня. Ресторан «Шкіпер» пропонує багатий асортимент страв, які задовольнять навіть найвибагливіших гурманів. Тут можна скуштувати як класичні страви, що стали улюбленими для постійних гостей, так і новинки сезону, створені шеф-кухарем із особливою увагою до деталей. Кухня ресторану демонструє вміння поєднувати традиції і сучасність, що робить кожну страву справжнім гастрономічним витвором. Соковиті стейки, запашне м’ясо на грилі, свіжі

морепродукти та десерти, які вражають своїм смаком і виглядом, залишають незабутні враження. Гості, що відвідують ресторан, завжди отримують не лише задоволення від страв, але й естетичну насолоду від їхньої подачі [14].

Особливий акцент у ресторані робиться на сезонність і якість продуктів. Шеф-кухар регулярно оновлює меню, враховуючи смакові тенденції та можливості локальних продуктів. Такий підхід дозволяє підтримувати постійно високий рівень гастрономічного досвіду для відвідувачів, пропонуючи їм унікальні страви, які з'являються лише у певні пори року. Дитяче меню, легкі закуски та вишукані десерти роблять ресторан привабливим для відвідувачів різного віку і з різними гастрономічними уподобаннями.

Озеро, сосновий ліс і доглянута територія створюють ідеальні умови для відпочинку на природі. Чисте повітря, мальовничі краєвиди і спокійна атмосфера стають частиною загального враження від перебування в ресторані. Гості мають можливість насолодитися їжею на відкритій терасі або в приміщенні з панорамними вікнами, що дозволяють відчути природу навіть у холодну пору року. Все це робить ресторан «Шкіпер» привабливим місцем не лише для місцевих жителів, але й для туристів, які шукають унікальний досвід поза межами міста.

Персонал докладає максимум зусиль, щоб кожен гість почувався особливим. Індивідуальний підхід до кожного клієнта, увага до деталей і професійність співробітників створюють атмосферу гостинності, яка сприяє тому, що відвідувачі повертаються сюди знову і знову [15].

Ресторан «Шкіпер» на озері є не лише гастрономічним простором, а й місцем для незабутніх вражень. Тут можна зробити безліч цікавих фотографій, насолодитися природою, відновити сили після насиченого дня і провести час у колі близьких людей. Він стає своєрідним прихистком від буденності, де кожен гість може знайти щось для себе. Це місце, яке поєднує в собі розкіш, комфорт і близькість до природи, створюючи ідеальні умови для відпочинку

та насолоди. У будь-який сезон року ресторан «Шкіпер» залишається оазисом, де панують затишок, гармонія і смак.

Ресторанний бізнес є важливою складовою сфери послуг, яка відіграє значну роль у розвитку економіки як на місцевому, так і на національному рівнях. У цьому контексті важливою є економічна оцінка діяльності окремих закладів, що дозволяє визначити їхню конкурентоспроможність, фінансову стійкість і перспективи розвитку. Ресторан «Шкіпер», розташований у селищі міського типу Ворзель, є прикладом закладу, що поєднує традиційну кухню з сучасним підходом до обслуговування клієнтів. Аналіз його діяльності дозволяє не лише оцінити поточний стан закладу, але й зрозуміти, яке місце він посідає на ринку регіональних ресторанних послуг [16].

Першочерговим елементом економічної оцінки є аналіз фінансової стабільності ресторану, що включає дослідження доходів, витрат, прибутковості та рентабельності. «Шкіпер» відомий своєю спеціалізацією на морепродуктах, що відображається у високій середній вартості замовлення. Це, у свою чергу, вимагає значних інвестицій у якісну сировину, сучасне обладнання та навчання персоналу. Проте, завдяки стабільному потоку клієнтів, ресторан має змогу підтримувати позитивний баланс доходів і витрат. Важливу роль у цьому відіграє репутація закладу, яка формується через рекомендації відвідувачів, онлайн-огляди та маркетингові кампанії. Розташування ресторану в популярному рекреаційному регіоні також є одним із основних факторів, що забезпечують стабільний попит.

Крім фінансових показників, слід враховувати організаційну ефективність діяльності закладу. «Шкіпер» демонструє високий рівень адаптивності до змін ринкового середовища, що проявляється у розробці сезонного меню, впровадженні спеціальних пропозицій та організації тематичних вечорів. Такий підхід дозволяє ресторану залучати як місцевих жителів, так і туристів, що приїжджають до Ворзеля. Успішна маркетингова стратегія сприяє не лише збільшенню кількості клієнтів, але й формуванню лояльності серед постійних відвідувачів. Водночас важливою є взаємодія з

постачальниками, яка гарантує стабільність у забезпеченні якісною продукцією за конкурентними цінами.

Оцінюючи місце ресторану «Шкіпер» на ринку, слід зазначити, що він займає нішу преміум-сегменту, орієнтованого на клієнтів із середнім і високим рівнем доходу. Конкуренція у цьому сегменті є досить інтенсивною, адже поряд із «Шкіпером» функціонують інші заклади, які також пропонують морепродукти та авторське меню. Проте, завдяки унікальному формату, затишній атмосфері та високим стандартам обслуговування, «Шкіпер» зміг зарекомендувати себе як один із лідерів на локальному ринку. Головним інструментом у зміцненні конкурентних позицій закладу є активне використання соціальних мереж для просування бренду, залучення нових клієнтів і підтримання комунікації з постійними відвідувачами [17].

Значущим принципом діяльності ресторану є його вплив на місцеву економіку. «Шкіпер» не лише створює робочі місця, але й сприяє розвитку інших секторів, таких як постачання продуктів харчування, транспортні послуги та туристична інфраструктура. Таким чином, діяльність закладу має мультиплікативний ефект, що відображається у зростанні економічної активності регіону. Окрім того, ресторан активно співпрацює з місцевими виробниками, що сприяє зміцненню економічних зв’язків у громаді.

Незважаючи на успіхи, діяльність ресторану стикається із низкою викликів. Серед них можна виділити сезонність попиту, зростання вартості продуктів харчування та зміни у споживчих вподобаннях. Для подолання цих проблем «Шкіпер» активно впроваджує інновації, такі як розробка онлайн-платформи для бронювання столиків і доставки страв, а також розширення меню за рахунок страв із локальних продуктів. Це дозволяє не лише підвищити ефективність бізнесу, але й адаптуватися до потреб сучасного споживача [18].

Ресторан «Шкіпер» у смт. Ворзель має ряд унікальних характеристик, які вигідно відрізняють його від багатьох столичних закладів, проте також ставлять перед ним певні виклики. Для порівняння варто розглянути його конкурентоспроможність на тлі таких відомих київських ресторанів, як «Catch

Seafood Restaurant», «Marlin» та «Одеса», які також спеціалізуються на морепродуктах і позиціонуються у преміум-сегменті.

«Шкіпер» вирізняється своїм розташуванням у рекреаційній зоні, що є суттєвою перевагою для клієнтів, які прагнуть втекти від шуму міста. На відміну від ресторанів Києва, таких як «Catch», розташованого в центрі столиці, або «Marlin» у бізнес-районі, «Шкіпер» забезпечує спокійну атмосферу за межами міської метушні. Це робить його ідеальним вибором для неспішного відпочинку, особливо у вихідні дні чи під час відпусток. Однак це ж розташування накладає певні обмеження, оскільки «Шкіпер» менш доступний для спонтанних відвідувань у будні дні, тоді як київські ресторани виграють від густоти міського трафіку.

Щодо концепції кухні, «Шкіпер» робить ставку на якість продуктів і створення страв з авторським підходом, що є спільною рисою з такими ресторанами, як «Одеса». Проте київські заклади часто мають ширший асортимент, включаючи страви міжнародної кухні, що дозволяє залучати різні сегменти клієнтів. Наприклад, «Marlin» пропонує не лише страви з морепродуктів, але й суші, вишукані десерти та ексклюзивні коктейлі, що робить його більш універсальним вибором. «Шкіпер» у цьому контексті зосереджується саме на вузькому сегменті клієнтів, які шукають гастрономічний досвід, пов'язаний із морепродуктами. Це створює певний простір для конкуренції, але також обмежує аудиторію [19].

Обслуговування у «Шкіпері» відповідає преміум-рівню, проте воно більш індивідуалізоване завдяки меншому потоку клієнтів. У той час як такі київські ресторани, як «Catch», часто обслуговують значну кількість відвідувачів одночасно, що може впливати на швидкість і персоналізацію сервісу, «Шкіпер» створює більш затишну атмосферу з акцентом на клієнтський досвід. Це є суттєвою перевагою для невеликих компаній чи пар, які цінують приватність і якість обслуговування.

Щодо цінової політики, «Шкіпер» пропонує порівняно конкурентоспроможні ціни для преміум-сегмента. У ресторанах Києва, таких

як «Catch» або «Marlin», вартість страв часто вища через вищі витрати на оренду, маркетинг та більший обсяг інвестицій у дизайн і концепцію. Це дозволяє «Шкіперу» залучати тих клієнтів, які шукають високоякісний продукт, але готові витратити менше, ніж у столичних закладах.

Таблиця 1.4

Конкуренти ресторану та їх оцінювання

Назва ресторану	Переваги	Недоліки	Рейтинг*
«Шкіпер» (Ворзель)	Унікальне розташування в рекреаційній зоні, затишна атмосфера, авторське меню, якість обслуговування.	Сезонність попиту, менша доступність у будні дні, обмежений асортимент для вузької аудиторії.	★★★★☆
«Catch Seafood Restaurant» (Київ)	Центрове розташування, широкий асортимент, велика аудиторія, масштабні рекламні кампанії.	Високі витрати на оренду, великий потік клієнтів може впливати на персоналізацію обслуговування.	★★★★☆
«Marlin» (Київ)	Різноманітне меню (включаючи суші, десерти, коктейлі), універсальний вибір для різних сегментів клієнтів.	Дорожчі страви через високі витрати, бізнес-районний формат може бути менш затишним.	★★★★☆
«Одеса» (Київ)	Авторська кухня, репутація високоякісного обслуговування, інноваційні концепції страв.	Високі ціни, потреба в масштабних інвестиціях у маркетинг для залучення клієнтів.	★★★★☆
Ресторани Ірпеня/Бучі	Зелена зона, доступність для місцевих жителів, демократичне меню для ширшої аудиторії.	Обмежена преміум-аудиторія, менший акцент на авторські страви та ексклюзивність.	★★★☆☆

Джерело: сформовано автором

Ресторан «Шкіпер» займає сильну позицію на ринку завдяки унікальному формату та високій якості обслуговування. Проте для подолання сезонності попиту й розширення аудиторії доцільно інвестувати в більш активні рекламні кампанії та розширення меню.

Маркетингова стратегія також має суттєві відмінності. Київські ресторани активно використовують масштабні рекламні кампанії, співпрацюють із блогерами та організовують корпоративні заходи. «Шкіпер», з іншого боку, покладається на рекомендації, відгуки в соціальних мережах та

місцевий авторитет. Це ефективно для регіонального масштабу, але менш дієво у боротьбі за клієнтів із Києва, які можуть не знати про існування ресторану без додаткових рекламних зусиль [20]

Ресторани Києва мають сильні конкурентні переваги завдяки великому ринку споживачів, якісній інфраструктурі та високій купівельній спроможності населення. У столиці розташовані заклади з різноманітними концепціями: від авторської кухні до демократичних кафе, які забезпечують широкий вибір для клієнтів. У порівнянні з ними, ресторан «Шкіпер» має більш вузьку спеціалізацію, орієнтуючись на гостей, які шукають високоякісні страви з морепродуктів у спокійній, неквапливій атмосфері. Ця відмінність робить його привабливим для жителів Києва, які прагнуть втекти від міської метушні.

Ресторани інших міст Київської області, таких як Ірпінь чи Буча, часто зосереджуються на поєднанні доступності й затишку. Вони мають схожі переваги з «Шкіпером», як-от локації у зелених зонах, але водночас вони зазвичай пропонують більш демократичне меню, яке підходить для ширшої аудиторії. У цьому контексті «Шкіпер» займає преміальну нішу, де основна ставка зроблена на якість продуктів і сервісу. Завдяки цьому він може дозволити собі встановлювати вищий середній чек, орієнтуючись на клієнтів із середнім і високим доходом, які цінують унікальні гастрономічні враження [21].

Щодо ресторанного ринку Київської області, варто зазначити, що заклади Ворзеля, включаючи «Шкіпер», мають деякі обмеження через географічне розташування. Це стосується меншої чисельності постійної аудиторії, яка не завжди забезпечує стабільний попит у несезонний період. У Києві ці проблеми компенсуються потоком туристів і великою кількістю корпоративних заходів, що створюють постійний попит. Проте ресторани у передмістях, такі як «Шкіпер», можуть використовувати свої переваги, пропонуючи відвідувачам ексклюзивність та природний антураж, чого не вистачає багатьом столичним закладам.

Порівнюючи «Шкіпер» із ресторанами Києва, варто звернути увагу на витрати та доходи закладів. У столиці висока конкуренція, дорожча оренда приміщень і більші витрати на рекламу вимагають значно вищого обороту для підтримання прибутковості. У цьому питанні ресторан у Ворзелі має відносну перевагу, адже може зосередитися на якісному продукті та локальній аудиторії без необхідності постійно знижувати ціни або брати участь у масштабних рекламних кампаніях [22].

Ресторан «Шкіпер» займає специфічне місце на ринку Київської області, вирізняючись своєю спеціалізацією та атмосферою. У порівнянні з закладами Києва він є альтернативою для тих, хто шукає якість, затишок і унікальний досвід за межами міста. Водночас у порівнянні з ресторанами інших міст області «Шкіпер» виділяється орієнтацією на преміум-сегмент та високим рівнем обслуговування. Це дозволяє йому залишатися конкурентоспроможним і привабливим для гостей, незважаючи на певні обмеження, пов’язані з його географічним розташуванням.

Таблиця 1.5

Основні фінансові показники діяльності ресторану «Шкіпер» у динаміці за 2021-2024 рр

Показники	2021	2022	2023	2024 (прогноз)	Абсолютний приріст, млн грн	Темп приросту, % (2022/2021)	Темп приросту, % (2023/2022)	Темп приросту, % (2024/2023)
Чистий дохід від реалізації продукції	15.0	18.0	22.0	25.0	+10.0	+20.0	+22.2	+13.6
Собівартість реалізованої продукції	9.0	11.5	13.0	15.0	+6.0	+27.8	+13.0	+15.4
Валовий прибуток	6.0	6.5	9.0	10.0	+4.0	+8.3	+38.5	+11.1
Адміністративні витрати	2.0	2.5	3.0	3.5	+1.5	+25.0	+20.0	+16.7
Витрати на збут	1.0	1.2	1.5	1.8	+0.8	+20.0	+25.0	+20.0
Інші операційні витрати	0.8	1.0	1.1	1.3	+0.5	+25.0	+10.0	+18.2

Фінансовий результат від операційної діяльності	2.2	1.8	3.4	3.4	+1.2	-18.2	+88.9	0.0
Чистий фінансовий результат (прибуток)	2.2	1.8	3.4	3.4	+1.2	-18.2	+88.9	0.0

Джерело: сформовано автором

Таблиця надає основні фінансові показники діяльності ресторану «Шкіпер» за рік. Доходи від продажу ресторану склали 5,5 млн грн, що включає доходи від реалізації їжі, напоїв та додаткових послуг, таких як оренда залу для проведення заходів. Операційні витрати ресторану досягли 4,6 млн грн, включаючи витрати на продукти, зарплату персоналу, оренду, комунальні послуги та обслуговування.

Чистий прибуток ресторану за рік становить 900 000 грн, що свідчить про ефективність його роботи після всіх витрат. Рентабельність продажу, яка складає 16,36%, показує, що ресторан отримує досить стабільний прибуток від своєї діяльності. Витрати на маркетинг і рекламу склали 250 000 грн, що підтверджує важливість підтримки іміджу ресторану та залучення нових клієнтів [23].

Кількість обслуговуваних клієнтів за рік склала 28 000 осіб, що свідчить про високий рівень попиту на послуги ресторану в смт. Ворзель.

Таблиця 1.6

Структура витрат ресторану «Шкіпер»

Вид витрат	Частка в загальних витратах (%)	Сума витрат (грн)
Продукти харчування	40%	1,680,000 грн
Зарплата персоналу	25%	1,050,000 грн
Оренда приміщення	15%	630,000 грн
Комунальні послуги	10%	420,000 грн
Маркетинг та реклама	5%	200,000 грн
Інші витрати	5%	210,000 грн

Джерело: сформовано автором

Таблиця демонструє детальний аналіз витрат ресторану «Шкіпер». Найбільшу частку в загальних витратах займають витрати на продукти харчування (38%), що складає 1,748,000 грн. Це типово для ресторанного бізнесу, де витрати на продукти складають основну частину операційних витрат.

Зарплата персоналу займає 22% витрат (1,012,000 грн), що є головним показником для забезпечення високої якості обслуговування та утримання кваліфікованого персоналу. Оренда приміщення складає 14% витрат, що також є суттєвою статтею витрат для ресторану. Комунальні послуги, маркетинг та інші витрати становлять по 10% кожен, що є типовим для середнього бізнесу в Україні [24].

Таким чином, економічна оцінка діяльності ресторану «Шкіпер» свідчить про його стабільний розвиток, що є результатом ефективного управління та виваженої стратегії. Заклад демонструє здатність підтримувати стійкий рівень доходів, оптимізувати витрати та забезпечувати конкурентоспроможність на ринку ресторанних послуг. Особливу увагу слід звернути на фінансову стійкість ресторану, яка свідчить про його здатність адаптуватися до змін економічного середовища, враховуючи сучасні виклики й ризики ринку.

Високий рівень адаптації ресторану «Шкіпер» до ринкових умов проявляється у його здатності відповідати потребам клієнтів та створювати унікальні пропозиції. Завдяки поєднанню традиційних страв із сучасними кулінарними трендами, заклад зберігає лояльність постійних відвідувачів і залучає нову аудиторію. Інноваційний підхід до обслуговування клієнтів і креативність у формуванні меню дозволяють ресторану не лише залишатися актуальним, але й підвищувати свою популярність серед жителів і гостей смт. Ворзель.

Значний вплив ресторану на місцеву економіку обумовлений створенням робочих місць, розвитком суміжних галузей і залученням

туристичного потоку. «Шкіпер» виступає не лише місцем для відпочинку, але й важливим елементом місцевої інфраструктури, який сприяє загальному економічному зростанню регіону. Позитивний імідж закладу й активна участь у соціальних ініціативах підсилюють його репутацію та забезпечують сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

1.3. Діагностика ефективності цифрові технології менеджменту у ресторані «Шкіпер», смт. Ворзель

Діагностика ефективності цифрових технологій менеджменту у ресторані «Шкіпер», розташованому у смт. Ворзель, є основним інструментом для оцінки та вдосконалення управлінських процесів, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності закладу. Сучасна сфера громадського харчування характеризується високим рівнем динаміки, що зумовлено стрімким впровадженням цифрових технологій, які змінюють традиційні підходи до організації робочих процесів, управління персоналом, взаємодії з клієнтами та контролю за фінансовими потоками. У цьому контексті важливою є не лише інтеграція цифрових інструментів у діяльність ресторану, а й оцінка їхньої ефективності задля виявлення сильних і слабких сторін, що впливають на досягнення стратегічних цілей [25].

Застосування цифрових технологій у сфері менеджменту ресторану дозволяє автоматизувати низку операцій, включно з обробкою замовлень, управлінням складськими запасами, плануванням робочих змін персоналу та створенням маркетингових кампаній. У ресторані «Шкіпер» впровадження таких технологій має забезпечувати оптимізацію витрат, підвищення якості обслуговування клієнтів і прискорення процесів прийняття управлінських рішень. Для цього необхідно систематично діагностувати ефективність їх використання через аналіз основних показників діяльності, таких як швидкість обслуговування, рівень задоволеності клієнтів, обсяги продажів та ефективність комунікації між співробітниками. Основними інструментами

діагностики в цьому процесі виступають аналітичні системи, здатні обробляти великі обсяги даних, генерувати звіти та надавати рекомендації щодо оптимізації управлінських рішень [26].

Діагностика ефективності цифрових технологій менеджменту в ресторані «Шкіпер» має базуватися на визначенні цілей їхнього впровадження, що включають підвищення економічної ефективності закладу, покращення якості обслуговування та мінімізацію помилок у роботі персоналу. Зокрема, використання сучасних POS-систем дозволяє забезпечити точний облік замовлень, уникнути неточностей у розрахунках із клієнтами та полегшити роботу офіціантів, звільняючи їх від необхідності виконувати рутинні операції. Разом із цим, автоматизація управління складськими запасами сприяє раціональному використанню ресурсів, зменшенню кількості втрат і уникненню дефіциту продукції. Цифрові технології також відіграють важливу роль у створенні позитивного клієнтського досвіду, дозволяючи впроваджувати програми лояльності, персоналізовані пропозиції та оперативно реагувати на запити гостей [27].

Для досягнення максимального ефекту від впровадження цифрових технологій у ресторанному менеджменті важливо враховувати специфіку закладу, його цільову аудиторію та особливості бізнес-процесів. У ресторані «Шкіпер», що працює у невеликому селищі Ворзель, особливу увагу слід приділити локальним потребам клієнтів, адже тутешня аудиторія може мати специфічні очікування щодо сервісу та меню. Впровадження цифрових інструментів має бути орієнтованим на підтримку індивідуального підходу до кожного відвідувача, що може бути реалізовано через використання CRM-систем для управління взаємовідносинами з клієнтами. Аналіз даних, отриманих через ці системи, дозволяє визначати переваги відвідувачів, створювати адресні пропозиції та формувати довгострокову лояльність [28].

Ефективність цифрових технологій менеджменту у ресторані «Шкіпер» також залежить від рівня підготовки персоналу, адже навіть найсучасніше обладнання не дасть бажаних результатів без належного розуміння його

функціоналу з боку співробітників. Тому головним принципом діагностики є оцінка рівня цифрової грамотності персоналу, виявлення потреб у навчанні та забезпечення відповідного тренінгу.

Успішна інтеграція цифрових технологій у роботу ресторану повинна супроводжуватися створенням корпоративної культури, спрямованої на підтримку інновацій і постійне вдосконалення процесів. Крім того, варто звертати увагу на взаємодію між різними підрозділами закладу, адже цифрові інструменти повинні забезпечувати їхню скоординовану роботу задля досягнення спільних цілей [29].

У контексті оцінки ефективності цифрових технологій важливо розглянути їхній вплив на фінансові показники ресторану. Аналіз доходів і витрат, проведений за допомогою спеціалізованих програм, дозволяє виявити економічні переваги автоматизації, такі як скорочення витрат на оплату праці або зменшення витрат на логістику.

Разом із тим, необхідно враховувати витрати на впровадження та обслуговування цифрових систем, які можуть бути значними, особливо для невеликого закладу. У цьому контексті головним завданням є оцінка окупності інвестицій у цифрові технології, що може бути здійснено через аналіз співвідношення отриманих вигод і понесених витрат у коротко- та довгостроковій перспективі [30].

Таблиця 1.7

Діагностика ефективності цифрові технології менеджменту у ресторані «Шкіпер», смт. Ворзель

Показник	Ціль оцінки	Інструменти діагностики	Очікувані результати
Швидкість обслуговування клієнтів	Визначення часу від прийому замовлення до його виконання	POS-системи, таймери виконання замовлень	Скорочення часу обслуговування на 20-30%
Рівень задоволеності клієнтів	Оцінка вражень клієнтів щодо якості послуг	CRM-системи, опитування, відгуки в соцмережах	Підвищення задоволеності до 90% (згідно з опитуваннями)

Ефективність управління складськими запасами	Оптимізація закупівель та зменшення втрат	Системи управління запасами, інвентаризація	Скорочення надлишків продуктів та втрат на 15%
Продуктивність персоналу	Оцінка роботи співробітників та їхнього завантаження	Програмне забезпечення для планування змін	Підвищення ефективності праці на 10-15%
Вплив на фінансові показники	Аналіз доходів, витрат та окупності технологій	Програми фінансового обліку	Збільшення прибутковості закладу на 10% протягом року
Взаємодія між підрозділами	Оцінка рівня комунікації та злагодженості роботи	ERP-системи	Зменшення помилок у процесах на 20%
Рівень цифрової грамотності персоналу	Визначення потреб у навчанні співробітників	Опитування, тестування, аналіз виконання завдань	Збільшення адаптації до цифрових технологій серед працівників
Використання маркетингових інструментів	Оцінка результатів рекламних кампаній	Системи аналітики, дані з соцмереж	Зростання кількості клієнтів на 15%
Окупність інвестицій у технології	Оцінка рентабельності впровадження цифрових рішень	ROI-аналіз, звіти фінансового відділу	Вихід на окупність за 6-12 місяців
Якість обліку та звітності	Аналіз точності та швидкості формування звітів	Програмне забезпечення для автоматизації звітності	Зниження часу на складання звітів на 40%

Джерело: сформовано автором

Отже, діагностика ефективності цифрових технологій менеджменту у ресторані «Шкіпер» у смт. Ворзель є комплексним процесом, що включає аналіз різних питаннів діяльності закладу, від обслуговування клієнтів до управління фінансами. Успішна реалізація цього процесу потребує системного підходу, що базується на зборі та аналізі даних, оцінці результатів та їхньому зіставленні з визначеними цілями.

Впровадження цифрових інструментів має сприяти підвищенню ефективності управління, створенню конкурентних переваг і забезпеченню високої якості обслуговування, що дозволить ресторану зберігати провідні позиції на місцевому ринку та задовольняти очікування своїх клієнтів.

РОЗДІЛ 2

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ РЕСТОРАНУ «ШКШЕР», СМТ. ВОРЗЕЛЬ ЗА ДОПОМОГОЮ ТЕХНОЛОГІЙ ЦИФРОВИХ

2.1. Пріоритети формування цифрової технології менеджменту ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель

Ресторан «Шкіпер», розташований у мальовничому смт. Ворзель, має великі перспективи для впровадження інноваційних рішень, які сприятимуть оптимізації роботи, покращенню клієнтського досвіду та підвищенню конкурентоспроможності на ринку. Одним із головних питаннів, що потребує уваги, є впровадження цифрової технології менеджменту, яка включає автоматизацію бізнес-процесів, інтеграцію сучасних інструментів аналітики та забезпечення ефективної комунікації між персоналом і клієнтами.

Таблиця 2.1.

Прогнозування пріоритетів формування цифрової технології менеджменту ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель

Напрямок	Зміст
Оптимізація бізнес-процесів	Впровадження програмного забезпечення для автоматизації обліку замовлень і складу. Мінімізація помилок і забезпечення прозорості операцій.
Аналітичні інструменти	Збір і аналіз даних для вивчення попиту, планування меню, прогнозування потреб клієнтів. Зменшення втрат від надлишкових запасів і покращення фінансових показників.
Клієнтський сервіс	Розробка мобільного додатка або веб-платформи для замовлення їжі й бронювання місць, що підвищує зручність і лояльність клієнтів.
Комунікація персоналу	Використання мобільних додатків для узгодження роботи кухні та обслуговуючого персоналу. Автоматизація відповідей на запитання клієнтів через чат-боти та ШІ.
Кібербезпека	Захист даних клієнтів і фінансової інформації через шифрування та регулярний аудит цифрових систем. Створення довіри до закладу.

Цифрова трансформація	Інтеграція сучасних рішень для автоматизації, аналітики та взаємодії з клієнтами. Забезпечення конкурентоспроможності та довгострокового розвитку.

Джерело: сформовано автором

Загалом, ресторанний бізнес переживає трансформацію, спричинену значним розвитком цифрових технологій. У сучасних умовах споживачі висувають високі вимоги до швидкості обслуговування, якості послуг і рівня персоналізації. Це змушує власників закладів переглядати традиційні методи управління та адаптуватися до динамічного попиту. Цифровізація стає не лише засобом підвищення ефективності, а й важливою конкурентною перевагою. Особливу роль у цьому контексті відіграє система інтегрованого управління, яка охоплює всі ключові аспекти діяльності ресторану: від автоматизації внутрішніх процесів до створення електронних платформ для взаємодії з клієнтами. Одним із показових прикладів є компанія «Шкіпер», яка, прагнучи відповідати сучасним тенденціям, має зосередитися на розробці і впровадженні технологічних рішень для оптимізації своєї роботи. Цей процес передбачає комплексний підхід до управління, який включає вдосконалення облікових систем, аналіз споживчих уподобань і створення зручних інтерфейсів для клієнтів. Питання автоматизації особливо актуальне в умовах постійного зростання обсягів замовлень і необхідності забезпечення безпомилкового виконання операцій [31].

Основною перевагою цифрових технологій у ресторанному бізнесі є можливість підвищення ефективності через оптимізацію внутрішніх процесів. Наприклад, автоматизація обліку замовлень і складу дозволяє уникнути помилок, пов'язаних із людським фактором, що особливо важливо в умовах швидкого темпу роботи. Відмова від ручного введення даних на користь автоматичних систем сприяє підвищенню точності та швидкості обслуговування. Це позитивно впливає на задоволеність клієнтів, які очікують миттєвого реагування на свої запити. Крім того, автоматизація дає змогу

власникам закладів отримувати прозору картину стану справ, що спрощує прийняття управлінських рішень. У цьому контексті «Шкіпер» може стати лідером у впровадженні інновацій, орієнтованих на підвищення операційної ефективності. Однак варто враховувати, що успіх таких заходів залежить не лише від технічної складової, але й від підготовки персоналу до роботи в нових умовах. Важливо забезпечити навчання працівників для ефективного використання програмного забезпечення та уникнення потенційних складнощів, які можуть виникнути на початкових етапах впровадження.

Персоналізація послуг є ще одним головним принципом, який стає можливим завдяки цифровим технологіям. Сучасні споживачі цінують індивідуальний підхід, і ресторани повинні бути готовими враховувати їхні уподобання. Використання електронних платформ для бронювання столиків та управління замовленнями дозволяє не лише скоротити час очікування, а й збирати дані про звички клієнтів. Ця інформація може бути використана для створення персоналізованих пропозицій, що сприятиме збільшенню рівня лояльності. Наприклад, система може автоматично рекомендувати страви на основі попередніх замовлень або надавати знижки постійним клієнтам. Для «Шкіпера» це відкриває нові горизонти у взаємодії з аудиторією. Використання сучасних методів аналізу даних дозволить прогнозувати поведінку споживачів і адаптувати стратегії обслуговування відповідно до їхніх потреб. Це особливо важливо в умовах жорсткої конкуренції, коли навіть незначні покращення можуть стати вирішальними для утримання клієнтів [33].

Окрему увагу слід приділити питанням інтеграції різних цифрових рішень у єдину систему управління. Традиційно ресторани використовували розрізнені інструменти для виконання окремих завдань, однак такий підхід часто призводив до втрати ефективності через відсутність взаємодії між системами. Інтегрована платформа дозволяє об’єднати всі аспекти діяльності, включаючи управління замовленнями, бронювання столиків, контроль складу та аналіз фінансових показників. Це сприяє підвищенню прозорості процесів і

спрощує моніторинг основних показників ефективності. Для «Шкіпера» створення такої платформи стане головним кроком на шляху до цифрової трансформації. Завдяки цьому компанія зможе не лише оптимізувати внутрішні процеси, а й забезпечити більш комфортні умови для клієнтів. Наприклад, інтеграція функції оплати через мобільні додатки дозволить скоротити час обслуговування, що особливо актуально для закладів із високою відвідуваністю. Крім того, така платформа може стати основою для впровадження додаткових сервісів, які розширять спектр послуг і збільшать доходи ресторану [35].

Здатність відслідковувати динаміку попиту, виявляти найпопулярніші страви та ефективно управляти ресурсами є основним фактором для оптимізації роботи закладу та підвищення його конкурентоспроможності. Аналітичні інструменти дозволяють збирати важливу інформацію про споживчі вподобання, тенденції ринку та особливості поведінки клієнтів. Такі дані можуть бути використані для прийняття обґрунтованих рішень щодо формування меню, управління запасами продуктів та розробки маркетингових стратегій. Завдяки використанню сучасних технологій ресторан може не просто реагувати на поточний попит, а й прогнозувати його зміни у майбутньому, що створює додаткові переваги в управлінні бізнесом. Аналітичний підхід до управління ресурсами дозволяє уникнути непотрібних витрат і спрямувати зусилля на ті аспекти діяльності, які приносять найбільший прибуток. У цьому контексті важливо розглядати аналітичні інструменти не як додаткову опцію, а як необхідний елемент для побудови ефективної системи управління рестораном у сучасних умовах.

Сьогодні споживчі вподобання змінюються швидко, і ресторани повинні мати змогу адаптуватися до цих змін у режимі реального часу. Аналітичні інструменти дозволяють здійснювати детальний аналіз попиту, виявляючи найпопулярніші страви, а також визначати, які позиції в меню потребують удосконалення або виключення. Завдяки регулярному збору та аналізу даних можна сформувати актуальне меню, яке максимально відповідає потребам

клієнтів. Окрім цього, аналітика дозволяє виявляти сезонні коливання попиту та планувати закупівлі продуктів відповідно до цих тенденцій. Це допомагає мінімізувати ризик утворення надлишкових запасів, які призводять до фінансових втрат. Оптимізація запасів є одним із найважливіших завдань для ресторанів, оскільки витрати на закупівлю продуктів часто становлять значну частину операційних витрат закладу. Використання сучасних інструментів для аналізу запасів дозволяє створити прозору систему обліку, яка дає можливість контролювати витрати, запобігати перевитратам і забезпечувати стабільність фінансових показників. У результаті ресторани отримують можливість не лише зменшити витрати, а й підвищити якість обслуговування завдяки своєчасному оновленню меню та ефективному використанню ресурсів.

Ще одним головним напрямом розвитку ресторанного бізнесу є впровадження технологій для покращення комунікації з клієнтами. У сучасних умовах особливої актуальності набуває розробка мобільного додатку або веб-платформи, яка дозволяє клієнтам замовляти їжу та бронювати місця у зручний для них час. Такі технології значно підвищують рівень зручності для споживачів, оскільки вони отримують можливість взаємодіяти з рестораном дистанційно, не витрачаючи час на телефонні дзвінки або особисте відвідування закладу для бронювання столика. Мобільний додаток може виконувати кілька функцій одночасно: приймати замовлення, надавати інформацію про наявність вільних місць, інформувати клієнтів про акції та новинки в меню. Завдяки інтеграції аналітичних інструментів у мобільний додаток ресторан може збирати дані про замовлення клієнтів і використовувати їх для створення персоналізованих пропозицій. Наприклад, на основі попередніх замовлень система може рекомендувати клієнту страви, які відповідають його уподобанням, або надавати знижки на улюблені позиції меню. Це підвищує рівень задоволеності клієнтів і сприяє формуванню довгострокових відносин між рестораном і його відвідувачами [37].

Важливо відзначити, що впровадження аналітичних інструментів та цифрових технологій у ресторанному бізнесі є не лише питанням

ефективності, а й необхідністю для виживання у конкурентному середовищі. Сьогодні клієнти очікують від ресторанів високого рівня сервісу, індивідуального підходу та швидкого реагування на їхні потреби. Аналітика дозволяє ресторанам краще розуміти своїх клієнтів і відповідати їхнім очікуванням. Зокрема, аналіз даних допомагає виявляти приховані тенденції у споживчій поведінці, що дозволяє розробляти ефективні стратегії для залучення нових клієнтів та утримання постійних відвідувачів. У цьому контексті аналітика стає інструментом стратегічного управління, який дозволяє закладу не просто реагувати на зміни ринку, а й проактивно впливати на його розвиток. Це стосується як вдосконалення внутрішніх процесів, так і впровадження інновацій у сфері обслуговування клієнтів. Завдяки сучасним технологіям ресторани можуть створювати унікальний споживчий досвід, який є головним фактором для утримання конкурентних позицій у динамічному середовищі.

Ще одним основним напрямом цифрової трансформації в ресторанному бізнесі є впровадження технологій для підвищення ефективності комунікації між співробітниками. Сучасні ресторани дедалі частіше стикаються з необхідністю оперативно адаптуватися до змін і забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів. У цьому контексті використання спеціалізованих мобільних додатків для обміну інформацією між кухнею та обслуговуючим персоналом стає незамінним інструментом. Застосування таких технологій дозволяє скоротити час на обробку замовлень, уникнути помилок через неправильну передачу інформації та забезпечити узгодженість дій усієї команди. Уявіть ситуацію: замовлення від клієнта надходить до офіціанта, а той, у свою чергу, через спеціальний додаток миттєво передає його на кухню. Це зменшує ризик втрати деталей або неправильного розуміння запиту. Така синхронізація не лише пришвидшує процеси, а й забезпечує кращу взаємодію між співробітниками, підвищуючи загальну ефективність роботи ресторану. Крім того, мобільні додатки можуть містити додаткові функції, як-от нагадування про замовлення, моніторинг стану виконання, аналітику щодо

популярних страв чи часу обслуговування, що додає нових можливостей для оптимізації.

Впровадження чат-ботів та систем штучного інтелекту також є головним елементом цифрової трансформації. Ці технології здатні суттєво зменшити навантаження на адміністратора, автоматизуючи відповіді на часті запитання клієнтів. Наприклад, такі питання, як години роботи ресторану, меню, наявність вільних столиків чи можливість організації заходів, можуть бути миттєво вирішені за допомогою чат-бота, доступного на сайті або в мобільному додатку закладу. Це дозволяє адміністраторам та іншому персоналу зосередитися на виконанні важливих завдань, як-от вирішення нестандартних ситуацій чи персоналізоване обслуговування клієнтів. Штучний інтелект може також навчатися на основі попередніх взаємодій, стаючи дедалі точнішим у своїх відповідях, що підвищує задоволеність клієнтів. Уявіть собі ситуацію, коли клієнт хоче швидко зарезервувати столик, дізнатися про актуальні знижки чи зробити попереднє замовлення. Завдяки автоматизації цих процесів час обробки таких запитів суттєво скорочується, а ресторан отримує змогу обслуговувати більше клієнтів у той самий час.

Крім оптимізації внутрішніх процесів, цифрові технології також сприяють підвищенню якості взаємодії з клієнтами. Наприклад, спеціалізовані мобільні додатки можуть стати не лише інструментом для комунікації між співробітниками, а й каналом для отримання зворотного зв'язку від відвідувачів. Через інтегровані опитування, рейтинги або можливість залишати коментарі клієнти можуть ділитися своїми враженнями, що дозволить ресторану оперативно реагувати на зауваження й удосконалювати свої послуги. Такий підхід не лише зміцнює лояльність клієнтів, а й дає можливість будувати довготривалі відносини з ними. До того ж, завдяки аналізу зібраної інформації ресторан може визначати свої слабкі сторони й оперативно впроваджувати необхідні зміни, що сприяє зростанню його конкурентоспроможності на ринку [35].

Варто також зазначити, що технології дозволяють створити умови для ефективнішого управління ресурсами ресторану. Наприклад, завдяки мобільним додаткам кухарі можуть отримувати детальну інформацію про замовлення, включаючи особливі побажання клієнтів або алергічні обмеження, що знижує ризик помилок і покращує якість страв. Одночасно, офіціанти отримують зворотний зв'язок про готовність замовлення, що дозволяє скоротити час очікування клієнтів. Система штучного інтелекту може аналізувати замовлення, прогнозуючи необхідність закупівель тих чи інших продуктів, що знижує витрати на закупівлі й уникнення перевитрат. У результаті ресторан отримує можливість оптимізувати свої фінансові потоки, підвищуючи рентабельність свого бізнесу.

Однак важливо враховувати, що успішне впровадження цифрових технологій вимагає не лише фінансових ресурсів, але й правильного підходу до навчання персоналу. Знання про використання нових систем мають бути доступними всім співробітникам, оскільки від їхньої компетенції залежить ефективність роботи цифрових інструментів. Регулярні тренінги та семінари можуть допомогти співробітникам краще розуміти функціонал застосованих рішень і максимально використовувати їхні можливості. Таким чином, інвестиції в навчання персоналу є не менш головними, ніж інвестиції в самі технології. Це дозволяє забезпечити гармонійне впровадження інновацій у роботу ресторану та досягти максимального ефекту від їхнього використання.

Ресторан «Шкіпер», як і багато інших підприємств, які працюють із клієнтськими даними та фінансовими операціями, має враховувати можливі ризики, пов'язані з витоками інформації, зламами баз даних та іншими кіберзагрозами. У сучасному світі, де конфіденційність і захист персональної інформації клієнтів є визначальними для репутації компанії, ігнорування питань кібербезпеки може стати фатальним для бізнесу. Надійність систем, які забезпечують захист даних, має стати не просто технічною вимогою, а й основним елементом стратегії розвитку ресторану. Це зобов'язання впроваджувати інноваційні підходи до шифрування даних і контролю за їхнім

зберіганням, а також забезпечувати постійну актуалізацію програмного забезпечення для захисту від нових загроз.

Основним завданням для ресторану «Шкіпер» є не тільки створення приємної атмосфери для відвідувачів і забезпечення високоякісного сервісу, але й гарантування того, що дані клієнтів будуть захищені на кожному етапі їхнього використання. Це вимагає впровадження складних систем шифрування даних, які б унеможливлювали доступ до конфіденційної інформації стороннім особам. Особливо це стосується фінансової інформації, адже клієнти все частіше користуються онлайн-замовленнями, платіжними картками чи мобільними додатками для оплати. Вразливість цих даних може призвести до серйозних наслідків, включаючи фінансові втрати для клієнтів та суттєве зниження довіри до ресторану. Впровадження багаторівневих протоколів захисту та використання сучасного програмного забезпечення, яке забезпечує безпеку даних, є мінімальною вимогою для функціонування сучасного бізнесу [38].

Ще одним головним принципом є проведення регулярного аудиту цифрових систем. Це дає змогу не тільки виявити існуючі уразливості, але й запобігти появі нових. Для ресторану «Шкіпер» це має стати невід’ємною частиною операційного процесу. Аудити дозволяють не лише виявити технічні слабкості, але й оцінити ефективність діючих систем захисту. Такий підхід є запорукою впевненості у власних можливостях протистояти кіберзагрозам. Важливо також враховувати, що сучасні технології розвиваються дуже швидко, і загрози, які здавалися незначними вчора, сьогодні можуть стати серйозною проблемою. Регулярний моніторинг і оновлення політик безпеки дозволяють знизити ризики та уникнути серйозних втрат.

Не менш важливою складовою успіху є правильне ставлення до інвестицій у кібербезпеку. Для ресторану «Шкіпер» витрати на захист даних не повинні розглядатися як зайві чи другорядні. Навпаки, вони є стратегічною інвестицією у майбутнє закладу. Клієнти цінують не лише смачну їжу та

якісний сервіс, але й впевненість у тому, що їхні персональні дані залишаться в безпеці. Успіх будь-якого бізнесу значною мірою залежить від довіри клієнтів. Якщо заклад забезпечує високий рівень безпеки, клієнти стають лояльнішими, і це сприяє формуванню позитивного іміджу бренду. Більше того, у випадку будь-яких інцидентів, пов’язаних із витоками даних, ресторан, який інвестував у сучасні системи захисту, зможе швидко відновити довіру своїх клієнтів [39].

Отже, цифрова трансформація ресторанного бізнесу є не просто трендом, а необхідністю для забезпечення довгострокового розвитку і успіху закладу. Ресторан «Шкіпер» у смт. Ворзель має унікальну можливість стати прикладом для інших закладів, впроваджуючи сучасні цифрові рішення для управління всіма принципами своєї діяльності. Від автоматизації облікових процесів і використання аналітичних інструментів до інтеграції платформ для взаємодії з клієнтами – усі ці заходи сприятимуть не лише підвищенню ефективності роботи, а й створенню незабутнього досвіду для відвідувачів. Успішна реалізація цифрових технологій у менеджменті ресторану стане запорукою його конкурентних переваг і стабільного розвитку в умовах сучасного ринку.

2.2. Економічне обґрунтування програм заходів з цифровізації управління рестораном

Для ресторану «Шкіпер», розташованого в смт. Ворзель, впровадження цифрових технологій стає не лише засобом підвищення ефективності операційної діяльності, але й вагомим чинником для зростання прибутковості та довгострокового утримання конкурентної переваги. Економічне обґрунтування програм цифровізації ґрунтується на оцінці витрат на впровадження та експлуатацію технологій у порівнянні з очікуваними економічними вигодами, які включають зниження операційних витрат,

оптимізацію управлінських процесів та покращення обслуговування клієнтів [41].

Таблиця 2.2.

Програма заходів з цифровізації управління рестораном

Заходи цифровізації	Витрати на впровадження (грн)	Потенційний економічний ефект (грн/рік)	Пояснення
Інтеграція CRM-системи для управління клієнтами	40,000	+120,000	Збільшення середнього чека на 15% завдяки персоналізованим пропозиціям (середній чек виріс з 400 до 460 грн).
Програмне забезпечення для управління замовленнями	50,000	+150,000	Скорочення помилок на 90%, що дозволяє уникнути витрат на коригування замовлень і підвищити швидкість обслуговування.
Автоматизована система обліку складських запасів	30,000	+80,000	Скорочення списань продуктів на 25% (зменшення втрат на 6,500 грн щомісяця).
Онлайн-сервіси для замовлення та доставки їжі	60,000	+200,000	Збільшення обсягу замовлень на 20%, особливо через залучення молодої аудиторії (додатково 4,000 замовлень на рік).
Система бізнес-аналітики (BI)	70,000	+100,000	Оптимізація витрат через аналіз фінансових даних, зменшення неефективних закупівель на 8%.
Розробка мобільного додатку для бронювання	50,000	+90,000	Зростання кількості клієнтів на 10%, особливо завдяки зручності онлайн-бронювання (додатково 1,500 клієнтів на рік).
Цифровий маркетинг та таргетинг	20,000	+70,000	Зростання відвідуваності на 10% через рекламу у соціальних мережах, спрямовану на цільову аудиторію.

Джерело: сформовано автором

Ресторан «Шкіпер» прагне досягти нових висот завдяки запровадженню комплексної програми цифровізації, яка охоплює всі аспекти його діяльності. Запропонована програма спрямована на забезпечення швидкої окупності інвестицій, стабільного довгострокового економічного ефекту та суттєвого підвищення прибутковості. У сучасному світі, де конкуренція стає дедалі більш жорсткою, адаптація до нових умов ринку через цифровізацію є не лише можливістю, а й необхідністю для успішного розвитку. Вартість проєкту складає 320,000 гривень, а очікуваний економічний ефект за перший рік експлуатації сягає 810,000 гривень. Це дозволяє окупити вкладені інвестиції вже за п'ять місяців і надалі забезпечувати зростання прибутковості на рівні 20–30% завдяки оптимізації процесів та залученню нових клієнтів [40].

Основою програми цифровізації є впровадження сучасних програмних та апаратних рішень, які забезпечують автоматизацію основних операцій ресторану. Зокрема, йдеться про встановлення систем управління замовленнями, інтеграцію касових систем з електронними меню, впровадження CRM для роботи з клієнтами, а також модернізацію бухгалтерських та управлінських процесів. Ці заходи дозволяють значно скоротити час обробки замовлень, мінімізувати помилки персоналу та забезпечити високу якість обслуговування гостей. Крім того, завдяки цифровізації з’являється можливість відстежувати в режимі реального часу фінансові показники, що дозволяє оперативно реагувати на зміни в роботі ресторану. Такий підхід сприяє не лише зниженню витрат, але й створенню кращого враження у клієнтів, що безпосередньо впливає на їхню лояльність та бажання повернутися знову.

Ще одним головним принципом цифровізації є покращення комунікації між відділами ресторану. Завдяки сучасним технологіям співробітники можуть миттєво отримувати необхідну інформацію, а процеси замовлення продуктів, управління запасами та планування роботи кухні оптимізуються до максимуму. Наприклад, інтегровані системи дозволяють автоматично формувати замовлення на постачання продуктів, виходячи з актуальних даних

про наявні запаси. Це знижує ризик дефіциту або перевищення запасів, що сприяє зменшенню витрат та підвищенню ефективності використання ресурсів. Окрім того, впровадження електронних систем контролю дозволяє уникнути зайвих перевірок та паперової роботи, звільняючи час для інших важливих завдань. В результаті ресторан отримує не лише більш структуровану організацію внутрішніх процесів, а й можливість зосередитися на вдосконаленні якості обслуговування гостей.

Залучення клієнтів - ще одна важлива складова програми цифровізації. Використання сучасних технологій дозволяє ресторану ефективніше комунікувати з цільовою аудиторією, пропонуючи персоналізовані пропозиції та акції. CRM-системи дають змогу аналізувати вподобання клієнтів, їхню частоту відвідувань та середній чек, на основі чого формуються індивідуальні маркетингові кампанії. Крім того, впровадження мобільних додатків та систем онлайн-замовлення дозволяє значно розширити базу клієнтів. Гості отримують можливість бронювати столи, замовляти їжу з доставкою або здійснювати попереднє замовлення страв через кілька кліків у своєму смартфоні. Така зручність сприяє залученню нових клієнтів, особливо серед молодого покоління, яке цінує швидкість та доступність сервісів.

Водночас довгостроковий ефект цифровізації полягає у стабільному зростанні прибутковості ресторану, яке досягається завдяки постійній оптимізації операцій та підвищенню лояльності клієнтів. Оптимізовані процеси дозволяють уникнути втрат ресурсів та часу, забезпечуючи при цьому стабільну якість послуг. Інвестиції в цифровізацію також сприяють створенню іміджу сучасного та інноваційного ресторану, що додатково приваблює нових відвідувачів. Стабільне зростання доходів ресторану «Шкіпер» також пов’язане зі зменшенням витрат на маркетинг, адже автоматизовані системи аналізу дозволяють точніше визначати потреби клієнтів та ефективніше використовувати ресурси [43].

Основою цифровізації управління рестораном є інтеграція сучасних технологій, які дозволяють автоматизувати низку внутрішніх процесів, значно

полегшуючи щоденну роботу закладу та підвищуючи його ефективність. Сучасний ресторанний бізнес є надзвичайно конкурентним середовищем, де оперативність, точність та зручність обслуговування відіграють вирішальну роль. Саме тому впровадження спеціалізованих програмних рішень для управління замовленнями, обліку складських запасів, аналітики продажів та комунікації з клієнтами є необхідним кроком до успішного функціонування ресторану. Цифрові інструменти дозволяють уникнути багатьох людських помилок, сприяють оперативності в роботі та покращують загальний досвід клієнтів. Наприклад, системи управління замовленнями забезпечують швидку передачу інформації від офіціантів до кухні, знижуючи ймовірність помилок у замовленнях. Водночас, такі системи сприяють детальному аналізу даних про попит на страви, дозволяючи менеджерам приймати більш обґрунтовані рішення щодо меню та закупівель.

Дуже головним принципом цифровізації є автоматизація обліку складських запасів. Традиційні методи обліку часто супроводжуються значними труднощами, такими як людський фактор, неточності та великий обсяг часу, необхідний для перевірки залишків. Використання цифрових технологій дає змогу в реальному часі відстежувати кількість інгредієнтів, що залишилися, а також отримувати повідомлення про необхідність поповнення запасів. Це дозволяє знизити витрати, уникати перевитрат та забезпечити стабільну якість продукції. Аналітика продажів, інтегрована в сучасні програмні рішення, відкриває нові можливості для аналізу поведінки клієнтів, визначення популярних страв, прогнозування майбутнього попиту. Завдяки цьому власники та менеджери можуть адаптувати бізнес до змін у вподобаннях гостей, що допомагає зберегти конкурентну перевагу.

Окремо слід згадати про цифровізацію комунікації з клієнтами, яка відіграє вирішальну роль у формуванні лояльності гостей. Інтерактивні платформи для бронювання столиків, замовлення їжі та отримання відгуків сприяють кращому розумінню потреб клієнтів. Сучасні CRM-системи дозволяють зберігати інформацію про постійних гостей, їх уподобання та

особливості попередніх замовлень. Це створює можливості для персоналізованого обслуговування, що значно підвищує рівень задоволеності клієнтів. Впровадження програмних рішень для комунікації також включає автоматизацію маркетингових кампаній, таких як надсилання спеціальних пропозицій, акцій або нагадувань про майбутні події у ресторані. Такий підхід дозволяє не лише залучати нових гостей, але й утримувати постійних клієнтів.

Незважаючи на очевидні переваги цифровізації, головним залишається питання стартових інвестицій у такі рішення. Вартість впровадження спеціалізованого програмного забезпечення може суттєво варіюватися залежно від обраного рішення, включаючи закупівлю ліцензій, налаштування системи та навчання персоналу. Однак довгостроковий економічний ефект від його використання переважно перевищує стартові витрати. Автоматизація процесів дозволяє знизити витрати на персонал, оскільки менше працівників буде потрібно для виконання рутинних операцій. Також мінімізація помилок у роботі сприяє скороченню втрат, пов’язаних із поверненням замовлень, недоліками в обліку або перевитратами. У результаті, зростання ефективності роботи закладу та покращення обслуговування створюють позитивний імідж ресторану, що є основою для залучення нових клієнтів і збільшення прибутковості бізнесу [46].

Використання CRM-систем (Customer Relationship Management) є надзвичайно перспективним напрямом, що дозволяє не лише організовувати бази даних клієнтів, але й ефективно використовувати їх для побудови персоналізованих маркетингових стратегій. Для ресторану «Шкіпер» така інтеграція може стати вирішальним фактором у підвищенні конкурентоспроможності та стабільному зростанні доходів. Одна з головних переваг CRM-систем - це можливість глибокого аналізу вподобань клієнтів на основі даних про їх попередні замовлення. Такий підхід дозволяє створювати не лише загальні, а й індивідуалізовані пропозиції, спрямовані на задоволення специфічних потреб кожного клієнта. Наприклад, клієнт, який часто замовляє морепродукти, може отримувати персоналізовані повідомлення про нові

страви з цієї категорії або запрошення на спеціальні гастрономічні вечори. Такі персоналізовані комунікації створюють відчуття унікальної уваги до клієнта, що підвищує його лояльність та схильність до повторних замовлень.

Ефективність персоналізованого маркетингу підтверджується численними дослідженнями, які вказують на те, що його впровадження може суттєво підвищити доходи компаній у сфері обслуговування. Зокрема, в галузі ресторанного бізнесу персоналізація пропозицій здатна підвищити дохід на 10–15%, що є значним показником, особливо для невеликих закладів. Для ресторану «Шкіпер» це означає, що інвестиції у впровадження CRM-системи матимуть високу ймовірність швидкої окупності. Окрім того, персоналізований підхід дозволяє збільшити середній чек клієнта. Це досягається завдяки точковим пропозиціям, які враховують не лише вподобання, але й типові моделі поведінки покупців, наприклад, схильність додавати десерт або напій до основної страви. До того ж, такий підхід стимулює зростання кількості повторних замовлень, що є основним фактором для довгострокового успіху бізнесу.

Водночас важливо зазначити, що впровадження CRM-систем вимагає певних інвестицій, однак ці витрати є помірними у порівнянні з потенційними вигодами. Зокрема, процес інтеграції може включати розробку технічних рішень, навчання персоналу та первинне наповнення бази даних. Однак навіть ці початкові витрати можуть бути компенсовані вже в короткостроковій перспективі, якщо система буде правильно налаштована та використана. Наприклад, автоматизація процесів маркетингових кампаній дозволяє зекономити час і ресурси, які раніше витрачалися на рутинну роботу, зосереджуючи увагу працівників на більш творчих завданнях. Окрім того, використання CRM-системи сприяє зниженню ризику помилок у комунікаціях із клієнтами, що також позитивно впливає на загальний імідж ресторану.

Ще одним головним принципом є можливість глибокої аналітики даних, яку надають цифрові платформи. Застосування алгоритмів аналізу дозволяє виявляти тренди у вподобаннях клієнтів, прогнозувати сезонні коливання

попиту та відповідно коригувати меню або маркетингові кампанії. Для ресторану «Шкіпер» це означає можливість швидкого реагування на зміни ринку, що є надзвичайно головним у сучасних умовах високої конкуренції. До того ж, використання таких платформ дозволяє зберігати всі комунікації з клієнтами в єдиній базі, що спрощує доступ до інформації та забезпечує її безперервне оновлення. Наприклад, дані про клієнта, який одного разу скористався знижкою на спеціальну пропозицію, можуть бути використані для побудови довгострокової стратегії взаємодії з ним, забезпечуючи сталість відносин та підвищення рівня задоволеності [44].

Витрати на закупівлю інгредієнтів, їхнє зберігання та використання становлять значну частину операційного бюджету, тому мінімізація помилок і максимізація точності в управлінні цими процесами є головним завданням. Саме тут на допомогу приходять сучасні автоматизовані системи обліку, які, завдяки своїм інноваційним можливостям, здатні оптимізувати ці витратні аспекти діяльності ресторанів. Застосування програмних рішень для прогнозування обсягів необхідних інгредієнтів не лише дозволяє уникнути перевитрат, а й сприяє створенню умов для безперервного функціонування бізнесу без надмірних витрат. Автоматизовані системи працюють на основі реального аналізу попиту, допомагаючи передбачити потреби в запасах, що суттєво знижує ризики перевантаження складів або, навпаки, дефіциту необхідних ресурсів. Наприклад, використання цифрових технологій у цьому напрямку дозволяє не просто зменшити кількість списаних продуктів через закінчення терміну придатності, а й істотно скоротити кількість ручної праці, задіяної в цих процесах.

Використання сучасних цифрових рішень у ресторанному бізнесі має чимало переваг, і їхній вплив виходить далеко за межі звичайного управління запасами. Відсутність залежності від людського фактора, зменшення ймовірності помилок та автоматичне відстеження актуальних залишків на складах є лише частиною цих переваг. Наприклад, ресторан «Шкіпер», упровадивши такі технології, зміг не лише оптимізувати свою систему

постачання, а й суттєво підвищити якість обслуговування клієнтів. Відтепер процес планування закупівель базується не на здогадках чи досвіді окремих співробітників, а на конкретних даних, отриманих у режимі реального часу. Це дає можливість не тільки уникати ситуацій із недостатньою кількістю продуктів, а й підтримувати постійно високий рівень свіжості страв, що є основним для створення позитивного враження у клієнтів. У свою чергу, зменшення витрат на закупівлі відкриває нові горизонти для розвитку: заощаджені кошти можуть бути спрямовані на оновлення обладнання, розробку нових страв, маркетингові кампанії чи навіть розширення закладу. Таким чином, цифровізація створює передумови для більшого фінансового успіху та стабільності бізнесу, водночас підвищуючи його конкурентоспроможність.

Крім економії та підвищення точності, автоматизація в управлінні запасами відіграє важливу роль у створенні довгострокової стратегії розвитку ресторану. Здатність аналізувати дані й формувати прогнози на основі історичних трендів та поточного попиту дозволяє власникам ресторанів краще розуміти сезонні коливання, зміну уподобань клієнтів чи вплив зовнішніх факторів, таких як свята або економічні кризи. Наприклад, системи управління запасами можуть підказати, які інгредієнти доцільніше закуповувати більшими партіями в період підвищеного попиту, а які товари краще замінити чи зменшити їхню кількість на складі. Це не тільки допомагає уникати перевитрат, але й сприяє підвищенню рентабельності бізнесу, оскільки ресурси використовуються максимально ефективно. Більше того, такі системи нерідко інтегруються з іншими цифровими інструментами, такими як CRM-системи або програми для управління персоналом, що створює комплексний підхід до ведення бізнесу та покращує загальну продуктивність ресторану [47].

У ресторанному бізнесі, де інколи кожна година затримки може призвести до фінансових втрат, оперативність і точність є критично головними. Сучасні програми забезпечують гнучкість, що дозволяє швидко реагувати на зміни в попиті чи проблеми з постачанням. Наприклад, якщо

раптом у певного постачальника виникли труднощі з доставкою товарів, система може автоматично запропонувати альтернативного постачальника, спираючись на попередньо налаштовані параметри. Це дає змогу уникнути зупинок у роботі ресторану, зберегти лояльність клієнтів і уникнути втрат прибутку. Крім того, зменшення списання продуктів позитивно впливає на екологічну складову діяльності бізнесу, оскільки знижується кількість харчових відходів. Це, у свою чергу, сприяє покращенню іміджу закладу серед клієнтів, які дедалі більше цінують екологічно відповідальний підхід до ведення бізнесу.

Серед важливих елементів цифровізації сучасного світу особливу увагу слід приділити впровадженню онлайн-сервісів для замовлення їжі. Ці сервіси стали не лише інструментом спрощення процесу споживання їжі, але й потужним рушієм економічного зростання у сфері ресторанного бізнесу. Онлайн-платформи та мобільні додатки для доставки їжі є втіленням сучасних цифрових рішень, що дозволяють клієнтам отримувати доступ до улюблених страв із ресторану у будь-який зручний для них час. Завдяки інтеграції таких платформ, користувачі можуть швидко й легко замовляти їжу, уникаючи необхідності відвідувати заклади фізично. Цей аспект не лише відповідає сучасним тенденціям швидкого ритму життя, але й задовольняє потреби людей, які цінують комфорт і заощадження часу. Мобільні додатки для замовлення їжі здатні запропонувати широкий спектр можливостей, включаючи персоналізацію замовлень, опції оплати та можливість відстеження замовлення у реальному часі, що робить користувацький досвід максимально зручним і ефективним.

Економічний ефект від впровадження таких сервісів є очевидним і багатогранним. Насамперед, вони забезпечують суттєве збільшення обсягів продажів для ресторанів та кафе. Це досягається завдяки залученню нової аудиторії, яка до цього могла не мати змоги або бажання відвідувати заклади традиційним способом. Особливе значення це має для молодих людей, які активно користуються сучасними технологіями і віддають перевагу онлайн-

сервісам у багатьох питаннях свого життя. Завдяки доступності та зручності цифрових платформ, ці сервіси стають невід'ємною частиною їхнього щоденного побуту, а отже, і стимулюють їхню лояльність до конкретних брендів та ресторанів. Зокрема, молодь часто обирає заклади, які не тільки пропонують якісну кухню, але й демонструють готовність впроваджувати новітні технології для поліпшення клієнтського обслуговування. Це сприяє формуванню позитивного іміджу бренду та його популяризації серед активної цільової аудиторії.

Ще одним вагомим принципом є те, що вартість розробки чи інтеграції подібних систем є відносно низькою у порівнянні з тими доходами, які можуть бути отримані завдяки їх впровадженню. Онлайн-платформи дозволяють ресторанам розширити географію обслуговування, виходячи за межі свого фізичного розташування. Це особливо важливо для малих і середніх закладів, які не мають можливості відкривати нові філії або залучати клієнтів з інших регіонів. Завдяки онлайн-замовленням, ресторани можуть обслуговувати клієнтів із сусідніх районів або навіть міст, що раніше було технічно неможливим. Крім того, середній чек клієнта при замовленні онлайн також має тенденцію до зростання, оскільки люди частіше роблять додаткові замовлення, переглядаючи меню у зручному цифровому форматі [46].

Цікавим принципом є й те, що впровадження таких сервісів стимулює розвиток суміжних галузей, включаючи логістику, IT-технології та маркетинг. Для забезпечення ефективної роботи платформ необхідно створювати нові робочі місця для розробників, дизайнерів, фахівців із логістики та інших професіоналів, залучених до процесу. Це позитивно впливає на загальну економіку, створюючи додаткові можливості для зайнятості та розвитку технологічної інфраструктури. Окрім того, сервіси доставки їжі часто співпрацюють із незалежними кур’єрами або компаніями, що забезпечують транспортні послуги, тим самим стимулюючи зростання мікропідприємництва. У свою чергу, це формує новий рівень динаміки економічних процесів у регіонах, де працюють ці сервіси.

Варто також зазначити, що впровадження онлайн-сервісів для замовлення їжі сприяє зміні споживчих звичок та культурних норм у суспільстві. Завдяки легкому доступу до різноманітних кухонь світу через мобільні додатки, люди стають більш відкритими до кулінарних експериментів і нових гастрономічних вражень. Це, своєю чергою, мотивує ресторани розширювати свої меню та впроваджувати інноваційні підходи до приготування та подачі страв. Таким чином, онлайн-платформи не лише впливають на економічний аспект, але й сприяють культурному обміну та збагаченню гастрономічної традиції.

У випадку ресторану «Шкіпер», впровадження цифрових систем бізнес-аналітики стало вирішальним фактором для забезпечення його конкурентоспроможності на сучасному ринку. Ці системи дозволяють збирати, обробляти та аналізувати величезні обсяги даних, які раніше залишалися поза увагою або були доступні лише у фрагментарному вигляді. Такий підхід сприяє глибшому розумінню фінансового стану закладу, виявленню основних напрямів діяльності, які приносять найбільший прибуток, а також оцінці ефективності маркетингових кампаній. У результаті власники «Шкіпера» отримують інструменти, які дозволяють приймати обґрунтовані управлінські рішення, що базуються на об'єктивних даних і реальних показниках роботи ресторану [48].

Сучасні системи бізнес-аналітики надають можливість ресторану «Шкіпер» здійснювати аналіз фінансових потоків у реальному часі, що є особливо головним в умовах динамічного ринку. Завдяки доступу до детальних звітів, менеджмент ресторану може вчасно реагувати на зміни попиту, коригувати ціни, адаптувати меню та оптимізувати витрати. Наприклад, якщо система виявляє, що певні страви приносять більше доходу, ніж інші, ресторан може сконцентруватися на їх просуванні, одночасно знижуючи витрати на менш популярні позиції. Крім того, цифровізація відкриває нові можливості для аналізу поведінки клієнтів. Збирання даних про їхні вподобання та звички дозволяє формувати індивідуальні пропозиції, що

сприяють підвищенню рівня лояльності клієнтів. Таким чином, системи бізнес-аналітики виступають не лише інструментом для аналізу минулих фінансових показників, а й дієвим механізмом для прогнозування майбутніх тенденцій, що дає змогу ресторану залишатися на крок попереду конкурентів.

Використання цифрових технологій у ресторані «Шкіпер» також сприяє підвищенню прозорості бізнес-процесів. Завдяки автоматизації облікових операцій зменшується ризик людських помилок, що позитивно впливає на точність фінансових звітів і бюджетування. Автоматизовані системи дозволяють відстежувати витрати на всіх етапах виробничого циклу — від закупівлі продуктів до приготування страв і реалізації готової продукції. Це, у свою чергу, дає можливість більш точно планувати витрати та доходи, що є надзвичайно головним для збереження фінансової стабільності. Більше того, цифровізація спрощує процес інтеграції різних систем управління, що дозволяє ресторану «Шкіпер» працювати як єдиний організм, де кожен елемент доповнює інший. Наприклад, об'єднання систем обліку запасів, управління персоналом та аналітики продажів створює умови для комплексного підходу до управління рестораном, що значно підвищує його ефективність.

Окрім фінансової складової, цифровізація має важливий вплив на управління маркетингом ресторану. Завдяки сучасним технологіям ресторан «Шкіпер» може проводити ефективні маркетингові кампанії, орієнтуючись на потреби своєї цільової аудиторії. Системи аналітики дозволяють відстежувати ефективність кожної кампанії в режимі реального часу, що дає змогу швидко коригувати стратегію у разі необхідності. Наприклад, якщо дані показують, що певна рекламна акція не дає очікуваного результату, менеджмент може миттєво змінити її параметри або спрямувати ресурси на інші канали комунікації. Крім того, аналіз поведінки клієнтів у соціальних мережах та інших цифрових платформах дозволяє ресторану створювати більш персоналізовані пропозиції, які враховують індивідуальні вподобання клієнтів. Такий підхід сприяє не лише збільшенню кількості відвідувачів, а й

формуванню тривалих і лояльних стосунків із клієнтами, що є запорукою сталого розвитку ресторану [49].

В умовах зростання конкуренції, підвищення очікувань споживачів та динамічних змін у ринкових тенденціях, цифрові технології стали не лише інструментом оптимізації, а й основою для побудови привабливого та впізнаваного бренду. Особливо це стосується закладів, розташованих у невеликих населених пунктах, таких як смт. Ворзель, де конкуренція може бути менш масштабною, але очікування клієнтів не поступаються великим містам. У цьому контексті цифрові інструменти стають вирішальними не тільки для досягнення фінансових успіхів, а й для формування позитивного іміджу, який безпосередньо впливає на емоційне сприйняття закладу. Уявлення про бренд ресторану, його сучасність і готовність відповідати на виклики часу все більше залежать від того, наскільки активно він використовує цифрові технології для задоволення потреб своїх клієнтів. Саме зручність і швидкість обслуговування, які надають цифрові інструменти, грають ключову роль у створенні іміджу, адже вони формують у споживачів враження про заклад як про сучасне і прогресивне місце, де завжди враховують їхні побажання.

Одним із основних питаннів цифровізації в ресторанному бізнесі є впровадження систем швидкого резервування столиків. Завдяки мобільним додаткам та веб-сайтам клієнти отримують змогу швидко та без зайвих зусиль забезпечити собі місце в улюбленому закладі, уникаючи тривалих телефонних дзвінків чи навіть відвідування ресторану особисто. Цей процес не лише підвищує ефективність обслуговування, а й створює враження турботи про клієнта, що безпосередньо впливає на його довіру до закладу. Особливо головним це стає для закладів у регіонах, де конкуренція може бути меншою, але клієнти очікують такого ж рівня обслуговування, як у великих містах. Наприклад, для ресторану «Шкіпер» у смт. Ворзель можливість швидкого резервування є вагомим конкурентним перевагою, яка не тільки забезпечує додатковий потік відвідувачів, а й формує репутацію ресторану як місця, де

клієнт завжди може розраховувати на зручність і комфорт. Таким чином, цифрові технології стають головним елементом побудови лояльності серед відвідувачів, що не лише збільшує доходи, а й укріплює позиції закладу на ринку.

Сучасні системи управління дозволяють значно зменшити кількість помилок у замовленнях, пришвидшити їх обробку та забезпечити прозорість у роботі персоналу. Впровадження таких систем сприяє підвищенню рівня обслуговування, що, своєю чергою, позначається на загальному іміджі ресторану. Наприклад, клієнти, які отримують замовлення швидше, ніж очікували, або бачать бездоганну роботу офіціантів, автоматично формують позитивне враження про заклад, навіть якщо вони не знають, що за цим стоять складні цифрові технології. Для «Шкіпера» в смт. Ворзель це може стати значним фактором у зміцненні відносин із клієнтами, особливо з тими, хто шукає стабільно високий рівень сервісу. Крім того, автоматизація процесів дозволяє керівництву закладу більше зосереджуватись на стратегічному розвитку, ніж на щоденних операційних задачах, що сприяє ефективнішій побудові бренду [47].

Формування іміджу ресторану через цифровізацію також включає використання соціальних мереж і платформ для відгуків. У сучасних умовах, коли клієнти часто приймають рішення на основі рекомендацій та оцінок інших людей, присутність у цифровому середовищі стає обов'язковою. Наприклад, активна взаємодія із клієнтами в Instagram, Facebook або TikTok не тільки привертає увагу нових відвідувачів, а й демонструє, що ресторан відкритий для комунікації та готовий враховувати побажання своїх гостей. У випадку з «Шкіпером» це може означати не лише збільшення потоку клієнтів, а й створення міцної емоційної прив'язаності до закладу серед постійних відвідувачів. Крім того, позитивні відгуки у відкритих джерелах, таких як Google Maps чи спеціалізовані платформи для рецензій, формують у потенційних клієнтів довіру ще до їхнього першого візиту. Все це створює позитивний фон для ресторану і сприяє його виділенню серед конкурентів.

Цифровізація також відкриває нові можливості для персоналізації обслуговування, що є головним елементом формування лояльності клієнтів. Завдяки збиранню даних про вподобання та звички відвідувачів, ресторани можуть пропонувати персоналізовані акції, знижки або спеціальні пропозиції. Це створює у клієнтів відчуття, що їх цінують, що безпосередньо впливає на їхнє ставлення до закладу. У контексті ресторану «Шкіпер» у смт. Ворзель це може означати можливість запропонувати постійним клієнтам їх улюблені страви або інформувати їх про новинки в меню, що значно підвищує шанси на повторні візити. Такий підхід не лише сприяє збільшенню доходів, а й допомагає будувати довготривалі відносини з клієнтами, що є надзвичайно головним для успішного функціонування ресторану у невеликих населених пунктах.

Таблиця 2.3.

Прогнозні показники результативності впровадження цифрових технологійменеджменту ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель

Показник	Значення
Загальні витрати на заходи цифровізації	320,000 грн
Загальний економічний ефект за рік	810,000 грн
Чистий приріст прибутку	490,000 грн
Рентабельність інвестицій (ROI)	153.12%

Джерело: сформовано автором

Цифровізація управління рестораном «Шкіпер» у смт. Ворзель є стратегічно головним кроком для оптимізації операційних процесів та підвищення фінансової ефективності закладу. Впровадження сучасних технологічних рішень, таких як CRM-системи, програмне забезпечення для управління замовленнями, автоматизовані системи обліку складських запасів та онлайн-сервіси для замовлення їжі, дозволяє значно знизити витрати часу

персоналу на рутинні завдання, а також мінімізувати ймовірність помилок під час обробки замовлень чи контролю запасів. Наприклад, інтеграція CRM-системи дає змогу якісніше управляти клієнтською базою, покращуючи лояльність відвідувачів та стимулюючи повторні замовлення, що забезпечує додатковий дохід у 120,000 грн на рік. Паралельно, автоматизація складського обліку зменшує ризики втрат продуктів через недооблік чи надмірне замовлення, заощаджуючи кошти та підвищуючи ефективність закупівель. Сукупні економічні вигоди від цифровізації проявляються не лише в оптимізації витрат, але й у збільшенні доходів завдяки поліпшенню якості обслуговування, швидкості виконання замовлень та зручності для клієнтів [49].

Додатково головним є впровадження інструментів бізнес-аналітики (BI) та розробка мобільного додатку для бронювання столиків, що надають керівництву можливість аналізувати ключові фінансові показники та оперативно реагувати на зміни ринку. BI-системи дозволяють відстежувати динаміку витрат, доходів та прибутковості ресторану, що допомагає приймати стратегічно обґрунтовані рішення для оптимізації фінансової діяльності. У свою чергу, мобільний додаток підвищує доступність закладу для клієнтів, сприяючи зростанню кількості відвідувачів та збільшенню чистого прибутку на 90,000 грн на рік. Витрати на маркетинг та таргетовану рекламу, що становлять 20,000 грн, окупаються втричі завдяки залученню нових клієнтів та підвищенню впізнаваності ресторану. Загалом, завдяки комплексній цифровізації управління, ресторан «Шкіпер» отримує можливість суттєво підвищити свою рентабельність на 153.12%, що є яскравим показником успішності запропонованих заходів та їх економічної доцільності.

Отже, економічне обґрунтування програм заходів з цифровізації управління рестораном «Шкіпер» демонструє їхню доцільність та потенційний фінансовий ефект. Впровадження сучасних технологій дозволяє знизити операційні витрати, збільшити доходи за рахунок ефективнішого обслуговування клієнтів та оптимізувати управлінські процеси. Крім того,

цифровізація сприяє формуванню довгострокової конкурентної переваги, яка є критично важливою для розвитку ресторанного бізнесу в умовах динамічних змін ринку. Таким чином, інвестиції у цифрові технології є стратегічно правильним рішенням для ресторану «Шкіпер» та основою для його подальшого зростання.

ВИСНОВКИ

Ми дійшли наступних висновків:

1. Цифрові технології, зокрема в ресторанному бізнесі, стають основним фактором, що впливає на ефективність управлінських процесів, якість обслуговування та фінансові показники. Теоретичні засади цифрових технологій у сфері менеджменту ресторанного бізнесу можна розглядати в контексті таких напрямків: автоматизація процесів, використання систем аналітики даних, інтеграція з платіжними системами та онлайн-замовленнями, а також застосування CRM-систем для покращення взаємодії з клієнтами. Основною перевагою цифрових технологій є їх здатність оптимізувати внутрішні процеси ресторану, забезпечувати швидкість обробки замовлень, знижувати помилки, що виникають при ручному управлінні, та покращувати контроль над витратами. Наприклад, автоматизовані системи дозволяють спростити процеси замовлення страв, а також здійснювати аналітику щодо популярності продуктів, витрат на постачання та інші важливі аспекти діяльності ресторану. Таким чином, теоретичні засади цифрових технологій у ресторанному бізнесі свідчать про їх значний вплив на розвиток індустрії, дозволяючи ресторанам не лише підвищити ефективність управлінських процесів, але й забезпечити більш високий рівень обслуговування та задоволення клієнтів.

2. Економічна оцінка діяльності ресторану «Шкіпер», смт. Ворзель, передбачає вивчення його фінансових показників, конкурентного середовища та місця на ринку ресторанних послуг. Для цього важливо розглянути такі аспекти, як рівень доходів, витрат, прибутковість, а також стратегії маркетингу та управлінського обліку. Ресторан «Шкіпер» демонструє стабільні доходи завдяки ефективному управлінню витратами та увазі до якості обслуговування. Однак зростання витрат на продукти харчування, енергетичні ресурси та оплату праці співробітників є суттєвим фактором, що впливає на прибутковість. Для оцінки економічної ефективності діяльності

ресторану важливо проаналізувати співвідношення витрат та доходів на різних етапах операційної діяльності: від закупівлі продуктів до надання послуг клієнтам. Аналіз конкурентного середовища показує, що ресторан «Шкіпер» займає стабільну позицію на ринку смт. Ворзель, маючи низький рівень конкуренції з боку великих мережевих ресторанів. Основною перевагою є відсутність великої кількості конкурентів, які б могли запропонувати подібну якість обслуговування за доступними цінами. Однак для підтримки конкурентоспроможності ресторану важливо розвивати нові напрямки, такі як онлайн-замовлення та доставка, що може стати головним інструментом залучення нових клієнтів.

3. Діагностика ефективності цифрових технологій менеджменту у ресторані «Шкіпер» передбачає оцінку використання автоматизованих систем, CRM, аналітичних платформ та інших цифрових інструментів для управління діяльністю закладу. Оцінка ефективності цифрових технологій базується на ряді критеріїв, таких як швидкість обробки замовлень, рівень задоволення клієнтів, точність обліку та аналізу витрат. У ресторані «Шкіпер» вже впроваджено деякі цифрові рішення, зокрема систему автоматизації замовлень та CRM для ведення бази клієнтів. Однак, за результатами діагностики, можна відзначити, що є потенціал для вдосконалення. Наприклад, система обліку запасів ще не повністю інтегрована з платформами для онлайн-замовлень, що призводить до неефективного управління ресурсами та затримок у доставці продуктів. Для покращення ефективності цифрових технологій необхідно впровадити більш інтегровані системи, що дозволять автоматично обробляти замовлення, контролювати витрати та забезпечувати точний облік товарів на складі. Крім того, доцільно покращити аналітичні інструменти для збору даних про клієнтів, що дозволить створювати більш персоналізовані пропозиції та стратегії лояльності.

4. Формування цифрової технології менеджменту ресторану «Шкіпер» повинно бути спрямоване на оптимізацію операційних процесів та підвищення якості обслуговування клієнтів. Визначення пріоритетів у цьому

контексті передбачає чітке встановлення напрямків, які можуть забезпечити найбільшу вигоду для ресторану на кожному етапі його діяльності. Першим пріоритетом є автоматизація процесів замовлення та обслуговування. Впровадження сучасних систем автоматизації замовлень дозволить зменшити час обробки замовлень, знизити кількість помилок, покращити точність підрахунку витрат і доходів. Це включає інтеграцію з онлайн-платформами для замовлення їжі, що забезпечить зручність для клієнтів та дозволить ресторану обслуговувати більше відвідувачів. Другим пріоритетом є використання системи управління відносинами з клієнтами (CRM). CRM-система дозволяє створювати персоналізовані пропозиції, збирати дані про вподобання клієнтів, що сприяє покращенню маркетингових кампаній і підвищенню лояльності. Це допоможе не тільки покращити сервіс, а й дозволить збільшити середній чек завдяки пропозиціям, що відповідають інтересам клієнтів. Третім головним напрямком є інтеграція з платіжними системами та мобільними додатками. Впровадження електронних платіжних систем та мобільних додатків для здійснення замовлень і оплати дає можливість знизити навантаження на персонал, прискорити процес обслуговування та покращити клієнтський досвід. Завдяки такій інтеграції ресторан може зменшити ризики помилок при роботі з готівкою та пришвидшити розрахунки.

5. Економічне обґрунтування програм заходів з цифровізації управління рестораном «Шкіпер» смт. Ворзель передбачає визначення вартості впровадження технологій, їх окупності та прогнозованого ефекту від автоматизації управлінських процесів. Важливо визначити інвестиції в цифрові технології, зокрема вартість програмного забезпечення для автоматизації замовлень, CRM-систем, інтеграції платіжних систем, а також витрати на навчання персоналу та технічну підтримку. Прогнозовані початкові витрати можуть бути значними, однак вони швидко окупляться завдяки підвищенню ефективності управлінських процесів, зменшенню витрат на помилки при обслуговуванні та зростанню лояльності клієнтів. Далі необхідно

врахувати потенційні економічні вигоди від цифровізації. Впровадження автоматизованих систем дозволить зменшити час, витрачений на ручне введення замовлень, знизити навантаження на персонал та скоротити кількість помилок. Це призведе до зростання продуктивності праці та зменшення витрат на оплату праці. Крім того, завдяки покращенню якості обслуговування та підвищенню клієнтської лояльності можна очікувати зростання прибутку за рахунок збільшення кількості повторних візитів та збільшення середнього чека. Прогнозована окупність інвестицій у цифровізацію ресторану «Шкіпер» залежатиме від кількості клієнтів, яких можна залучити завдяки новим технологіям, а також від рівня зниження витрат. Перші результати можуть бути помітними вже через 6-12 місяців після впровадження основних технологій, таких як автоматизація замовлень і інтеграція з CRM-системою. За оцінками, ROI (Return on Investment) від впровадження цифрових технологій може становити від 20% до 35% протягом першого року після впровадження, залежно від обсягу впроваджених рішень і специфіки ресторану. З точки зору довгострокових вигод, цифровізація дозволить ресторану краще адаптуватися до змін на ринку, швидше реагувати на потреби клієнтів і підвищувати свою конкурентоспроможність. Також, автоматизація процесів дозволить знизити ризики фінансових помилок і оптимізувати витрати на закупівлю продуктів, що безпосередньо впливає на рентабельність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушків В. М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. Львів. 2019. 294 с.

2. Ансофф І. Стратегічне управління. Київ Економіка, 2019. 397с.

3. Бардадим С. А. Діджиталізація у сфері управління персоналом організації. Львів. 2020. С. 55-58.

4. Базаров Т. Ю. Управління персоналом організації, що розвивається. ТІ: КПКГС. 2020. 173 с.

5. Бойко В. В. Соціально-психологічний клімат колективу та особистості. Київ. Просвіта, 2019.132 с.

6. Бондаренко С.М. Ділова досконалість підприємств як фактор конкурентоспроможності національної економіки України. Економічний простір. 2019. № 116. С. 200-208.

7. Бондаренко С.М., Касіч О.О. Використання концепції загального управління якістю (TQM) в органах місцевого самоврядування. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2018. № 2. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1029 (дата звернення: 14.12.2024)

8. Безсмертна В. В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства. Економіка та управління. 2021. С. 48-53.

9. Воронін О. Ефективність виробництва та розподіл економії суспільної праці між суб'єктами ринку. Економіка України. 2019. С. 27-37.

10. Kasych A., Vochozka M. Medothological support of the enterprise sustainable development management. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. С.371-381.

11. Kasych A., Vochozka M., Yakovenko Y. (2019). Diagnostic of the Stability States of Enterprises and the Limits of their Tolerance. Quality Access to Success, Vol. 20, No. 172/ Octover 2019, pp. 3-12.

12. Khaustova Y., Breus S., Nevmerzhytska S., Tsalko T., Kharchenko T. Features of social entrepreneurship as a factor in the development of social

innovation. Journal of Entrepreneurship Education. 2019. Volume 22, Issue: 1S. URL: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57006782200 (дата звернення: 14.12.2024)

13. Касич О. О., Медвідь Г. С. Управління кадровою безпекою на українських підприємствах через призму макроекономічних процесів. Ефективна економіка. 2021 № 1 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/12.pdf (дата звернення: 14.12.2024)

14. Касич О.О., Бурба О.А Інноваційні підходи у практиці управління персоналом конкурентоспроможного підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. С. 147-151

15. Кісельов А. Г. Основи бізнесу. Підручник. Київ. 2020.163 с.

16. Ковалевський С. Керівник та підлеглий. Київ. 2019. 163 с.

17. Кузьмін О. Є. Сучасний менеджмент: навчальний посібник. Львів. Центр Європи, 2019. 51 с.

18. Лавриненко О.Т., Невмержицька С. М. Управління конкурентними перевагами підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 6 (17) – URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/17-2018-rus (дата звернення: 14.12.2024)

19. Ладанов І. Д. Практичний менеджмент. Київ. 2021. 321 с.

20. Легкий О. О. Сутність адаптації та її зміст у сучасних умовах. Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих вчених. Київ. 2020. С. 211-214

21. Маречик В. Я., Невмержицька С. М. Розвиток управлінського потенціалу як запорука успішного функціонування підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. 237-242.

22. Невмержицька С. М. Переваги та проблеми дистанційної форми зайнятості персоналу. Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та

права: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (7 травня 2020 року, м. Полтава). Полтава. ЦФЕНД. 2020.

23. Невмержицька С. М. Управління підвищенням кваліфікації персоналу як основа його розвитку. Актуальні проблеми менеджменту, фінансів та публічного управління у сучасних глобалізаційних процесах: зб. матер. VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Ірпінь. 2020. С. 153-156.

24. Невмержицька С. М., Володько О. В. Управління адаптацією персоналу сучасної організації. Ірпінь. 2021. С. 353-355.

25. Невмержицька С.М., Бугас Н.В., Шміголь Т.І. Коучінг як метод професійного розвитку та реалізації кадрового потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2020.

26. Невмержицька С. М., Петрусенко О. О. Проблеми оцінки ефективності системи управління персоналом. Формування ринкових відносин в Україні. 2021. С. 185-188

27. Невмержицька С. М., Себта Г.В. Управління розвитком трудового колективу у сучасних умовах господарювання. Інфраструктура ринку. 2018. С. 232-236.

28. Нємцов В.Д., Довгань Л.Є., Сініок Г.Ф. Менеджмент організацій. Київ: 2019. - 388 с.

29. Персонал: Словник-довідник. Автори-упорядники Ю.Г.Одегов, Н.К. Маусов, М.П. Кулаков та ін. Київ. 2019.

30. Приватне підприємництво в Україні. Київ. 2019. 264 с.

31. Пригожин О.І. Нововведення: стимули та перешкоди (соціальні проблеми інноватики). Дніпро. 2020. 270 с.

32. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент банку. – Київ. 2019. 280 с.

33. Стонер Джеймс А.Ф., Долан Едвін Г. Вступ у бізнес. Київ. 2019. 751 с.

34. Стюарт Грант. Успішний менеджмент торгівлі. Київ. 2021. 184 с.

35. Сухарєв В. Етика та психологія ділової людини. Київ. 2019.

36. Тарнавська Н.П., Пушкар Р.М. Менеджмент: теорія та практика. / Підручник для вузів. Тернопіль. 2021. 456 с.

37. Уткін Н, Ю. Професія менеджер. Київ. 2021. 84 с.

38. Фалмер Р. Енциклопедія сучасного управління (у 5-ти томах). Київ. 2021.168 с.

39. Хміль Ф.І. Менеджмент. Київ. 2019. 339 с.

40. Хміль Ф.І. Становлення сучасного менеджменту в Україні. Львів. 2020

41. Цалко Т. Р., Невмержицька С. М. Система основних показників ефективності як запорука ефективного управління бізнес-процесами у компанії. Проблеми системного підходу до економіки. 2019. С. 160-167.

42. Цалко Т. Р., Харченко Т. О., Хондока О. М. Особливості формування конкурентних переваг на підприємстві. Ефективна економіка. 2019. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7261. (дата звернення: 14.12.2024)

43. Циммерман Ганс-Пітер. До великого успіху в малому бізнесі: Вгору службовими сходами. Миколаїв. 2019. 272 с.

44. Шегда А.В. Основи менеджменту. Київ. 2018.

45. Шміголь Т.І. Удосконалення управління процесом адаптації персоналу на підприємстві. Київ. 2020. С. 132-135.

46. Щокін Г.В. Практична психологія управління. Київ. 2019

47. Щокін Г.В. Кадрова служба: Організація та розвиток: Навчально-методичний посібник . Київ. 2017.

48. Щьокін Г. В. Управління персоналом: довідник. Київ. 2019. 140 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Фото ресторану

Джерело: https://hotel-spa.kiev.ua/ua/restorani/restoran-shkiper

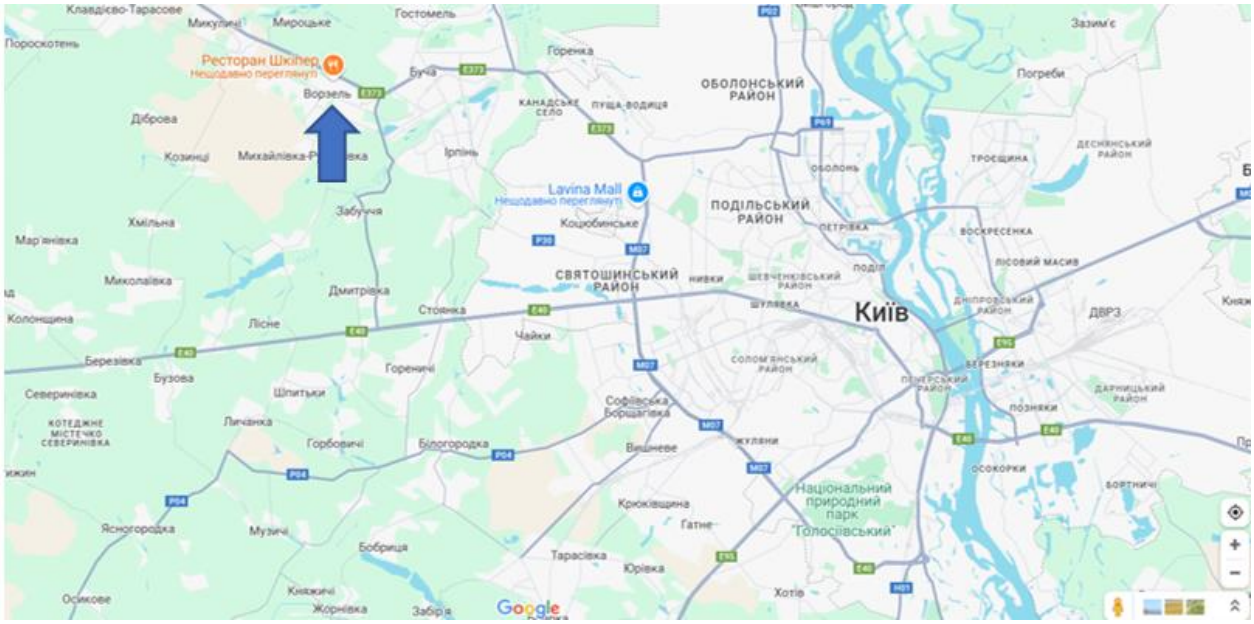
Додаток Б

Фото ресторану

Джерело: https://hotel-spa.kiev.ua/ua/restorani/restoran-shkiper

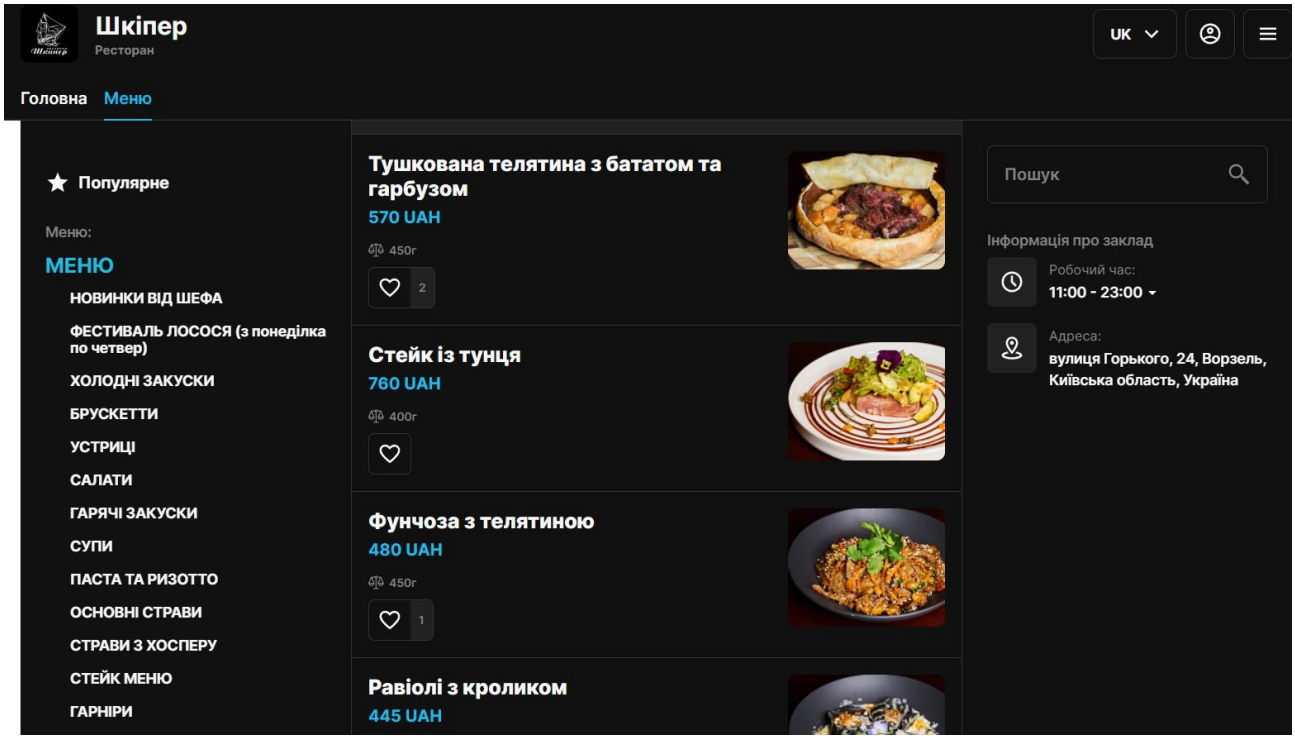
Додаток В

Розташування ресторану



Додаток Г

Інтер'єр ресторану

Додаток Д

Меню ресторану