ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ІНТЕРАКТИВНІ СИСТЕМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО/РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Студентки 5 курсу, 2з групи
спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа» _____ Харченко Аліна Юріївна

Науковий керівник
к.е.н., доц. _____ Компанець Катерина Андріївна

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

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Харченко А. **«Інтерактивні системи обслуговування суб'єкта готельного/ресторанного бізнесу»**

У кваліфікаційній роботі досліджено впровадження інтерактивних систем обслуговування в ресторанному бізнесі на прикладі ресторану «Мама Манана» (м. Львів). Проаналізовано сучасні технології обслуговування, їх переваги, недоліки та вплив на конкурентоспроможність закладу. Надано рекомендації з впровадження й оптимізації інтерактивних систем, спрямованих на підвищення ефективності роботи ресторану, якості обслуговування клієнтів і задоволеності відвідувачів. Оцінено ефективність запропонованих заходів для розвитку ресторанного бізнесу.

Ключові слова: інтерактивні системи, ресторанний бізнес, технології, оптимізація, конкурентоспроможність.

SUMMARY

Kharchenko A. **"Interactive service systems for hotel/restaurant business entities".**

The qualification work explores the implementation of interactive service systems in the restaurant business, focusing on the "Mama Manana" restaurant in Lviv. Modern service technologies, their advantages, limitations, and impact on competitiveness are analyzed. Recommendations for implementing and optimizing interactive systems to improve operational efficiency, service quality, and customer satisfaction are provided. The effectiveness of proposed measures is evaluated in the context of restaurant business development.

Keywords: interactive systems, restaurant business, technologies, optimization, competitiveness.

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

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

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу студентові
ХАРЧЕНКО АЛІНІ ЮРІЇВНІ
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Інтерактивні системи обслуговування ресторану "Мама Манана" (Львів) »

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

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

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи є розробка рекомендацій щодо оптимізації обслуговування в ресторані «Мама Манана» за допомогою інтерактивних систем, що сприятимуть покращенню якості послуг, підвищенню ефективності роботи персоналу та забезпеченню комфортного досвіду для клієнтів.

Об'єкт дослідження – є діяльність ресторану «Мама Манана».

Предмет дослідження – процеси впровадження та використання інтерактивних систем обслуговування в даному закладі.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Огляд інтерактивного обслуговування ресторану "Мама Манана" (Львів) та його бізнес-моделі

1.2. Зовнішні фактори, що впливають на діяльність ресторану та конкурентне середовище ресторану «Мама Манана»

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ІНТЕРАКТИВНИХ СИСТЕМ У РЕСТОРАНІ "МАМА МАНАНА"

2.1. Рекомендації щодо впровадження інтерактивних систем обслуговування в ресторані

2.2. Підвищення ефективності ресторанного обслуговування через новітні технології

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

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.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	До 30.10.2024 р.	30.10.2024 р.
3	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	01.11.2024 р.- 23.12.2024 р.	01.11.2024 р.
4	Попередній захист 1 розділу кваліфікаційної роботи	23.12.2024 р.- 24.12.2024 р.	23.12.2024 р.
5	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	06.01.2025 р. - 24.01.2025 р.	06.01.2025 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 «21» жовтня 2024 р.

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

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

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

10. Відгук керівника кваліфікаційної роботи

Здобувач Харченко А.Ю. виконала випускну кваліфікаційну роботу у повному обсязі, згідно виданого завдання та затвердженого графіку. В роботі розкрито основні проблеми та перспективи розвитку інтерактивних системи обслуговування ресторану, а також запропонувала конкретні рекомендації щодо їх удосконалення.

Випускна кваліфікаційна робота оформлена згідно вимог. Робота виконана на високому рівні, відзначається логічністю викладу, чіткістю та послідовністю. Оформлення роботи відповідає встановленим вимогам до випускних кваліфікаційних робіт.

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

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

Керівник
кваліфікаційної роботи _____**Катерина КОМПАНЕЦЬ**
(підпис, дата)

11. Висновок про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота студента Харченко А.Ю.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

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

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

«___» _____ 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП 8
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ 10
1.1. Огляд інтерактивного обслуговування ресторану "Мама Манана" (Львів) 10
1.2. Зовнішні фактори, що впливають на діяльність ресторану та конкурентне середовище ресторану «Мама Манана» 23
РОЗДІЛ 2 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ІНТЕРАКТИВНИХ СИСТЕМ У РЕСТОРАНІ «МАМА МАНАНА» 32
2.1. Рекомендації щодо впровадження інтерактивних систем обслуговування в ресторані 32
2.2. Підвищення ефективності ресторанного обслуговування через новітні технології 50
ВИСНОВКИ 59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 61
ДОДАТКИ 66

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Інтерактивні системи обслуговування у ресторанному бізнесі є однією з найбільш інноваційних і перспективних тенденцій сучасного ресторанного сервісу. В умовах високої конкуренції та стрімкого розвитку інформаційних технологій, сучасні заклади харчування шукають нові способи для підвищення ефективності обслуговування клієнтів, полегшення процесів управління та надання високоякісних послуг. Одним із таких рішень є інтерактивні системи обслуговування, які дозволяють автоматизувати та вдосконалити різні аспекти роботи ресторану, забезпечуючи більш комфортні умови як для гостей, так і для персоналу.

У даній роботі розглядається впровадження інтерактивної системи обслуговування в ресторані «Мама Манана» (м. Львів), що є одним з популярних закладів на ринку ресторанного бізнесу. Актуальність даного дослідження зумовлена необхідністю оптимізації бізнес-процесів в умовах сучасних технологій, а також бажанням ресторану підтримувати високу конкурентоспроможність на ринку. Впровадження новітніх технологій в обслуговуванні клієнтів дозволяє не лише скоротити час очікування замовлення, але й підвищити рівень задоволеності відвідувачів, що в свою чергу позитивно впливає на фінансові результати підприємства.

Об'єктом дослідження є діяльність ресторану «Мама Манана».

Предметом дослідження є процеси впровадження та використання інтерактивних систем обслуговування в даному закладі.

Метою дослідження є розробка рекомендацій щодо оптимізації обслуговування в ресторані «Мама Манана» за допомогою інтерактивних систем, що сприятимуть покращенню якості послуг, підвищенню ефективності роботи персоналу та забезпеченню комфортного досвіду для клієнтів.

Для досягнення цієї мети поставлені наступні *завдання:*

- вивчити основні типи інтерактивних систем обслуговування в готельному та ресторанному бізнесі;

- проаналізувати існуючі технології та їх ефективність на прикладі конкретного підприємства;
- розробити рекомендації щодо впровадження інтерактивних систем для підвищення ефективності обслуговування в конкретному закладі.

Методами дослідження є аналіз літературних джерел, вивчення досвіду провідних ресторанних мереж, а також безпосереднє спостереження та опитування клієнтів і персоналу ресторану «Мама Манана». У ході роботи буде розглянуто як переваги, так і можливі труднощі впровадження інтерактивних систем у ресторанному бізнесі, а також розроблено практичні рекомендації для поліпшення існуючих процесів.

Інформаційна база. При дослідженні теми використовувались різноманітні джерела інформації, а саме: наукові статті та монографії; збірники нормативно-правових актів; офіційні звіти та статистика, що відображають стан ресторанного бізнесу під час війни, зокрема дані про закриття закладів, зміни в обсягах продажів і витрат на матеріали; аналітичні звіти, які містять інформацію про тенденції в ресторанному бізнесі, конкурентів, а також споживчі вподобання; внутрішня документація підприємств - звіти про фінансові результати, плани матеріально-технічного забезпечення та інші документи, що стосуються управління ресурсами.

Практичне значення. Орієнтуючись на отримані результати, будуть сформульовані висновки та запропоновані конкретні заходи щодо реалізації інтерактивних технологій в ресторані «Мама Манана». У результаті дослідження буде визначено, як саме інтерактивні системи можуть стати важливим інструментом для підвищення ефективності роботи ресторану та створення додаткової вартості для клієнтів.

Структура кваліфікаційної роботи побудована відповідно до завдання і складається із вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних літературних джерел, додатків

РОЗДІЛ 1
АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Огляд інтерактивного обслуговування ресторану "Мама Манана" (Львів)

Ресторан «Мама Манана», розташований на площі Ринок у Львові, представляє собою справжню знахідку для шанувальників грузинської кухні. Заклад з'явився на гастрономічній карті міста, пропонуючи відвідувачам унікальне поєднання традиційного грузинського гостинності та сучасних гастрономічних трендів. Вже з перших кроків на порозі ресторану відчувається атмосфера тепла і дружелюбності, що зустрічає гостей у затишному інтер'єрі з елементами національного стилю. Тут можна насолодитися не лише смачними стравами, але й зануритися в неповторний світ грузинської культури [7].

Меню ресторану «Мама Манана» вражає різноманіттям, адже воно включає як класичні грузинські страви, так і нові варіації. Досить лише глянути на розділи, які пропонують усе – від сніданків до десертів. Гості можуть скуштувати популярні страви, такі як хінкалі, хачапурі, та мініатюрні кебаби, які вражають своєю оригінальністю і смаковими поєднаннями. Меню також містить спеціальні коктейлі, які органічно доповнюють кураторську кухню закладу. Напої пропонуються в розширеному асортименті, включаючи традиційні грузинські напої, такі як мацоні та айран, та авторські коктейлі, здатні задовольнити найвибагливіших гостей.

В ресторані «Мама Манана» важливе місце займає і обслуговування, яке відрізняється високим рівнем професіоналізму та дружнім підходом. Офіціанти пригодосталися швидкими реакціями на запити гостей, пропонуючи поради і рекомендації щодо вибору страв і напоїв. Це створює атмосферу затишку і того, що кожен гість почуває себе важливим і бажаним.

Для зручності відвідувачів ресторан пропонує можливість замовлення їжі на винос чи доставки. Це особливо актуально для тих, хто не має можливості відвідати заклад, але хоче насолодитися смачними стравами вдома чи в офісі. Використання сучасних технологій, таких як додатки для замовлення та бронювання столиків, свідчить про прагнення «Мама Манана» відповідати сучасним стандартам обслуговування.

Ресторан також приділяє значну увагу своєму іміджу у соціальних мережах, що дозволяє поширювати інформацію про новинки меню та спеціальні пропозиції. Слідкувати за акціями та новинами закладу можна на сторінках ресторану у Facebook та Instagram, що є додатковим каналом спілкування з постійними і новими відвідувачами.

Таблиця 1.1

Огляд меню ресторану «Мама Манана»

Розділ меню	Опис	Приклади страв
Сніданки	Смачні пропозиції для ранкової енергії	Сирний омлет, Скрембл зі слабосоленим лососем
Закуски	Легкі і смачні закуски до основних страв	Асорті аджик, Світлі овочі
Перші страви	Традиційні супи, що зігрівають	Домашній суп, Харчо з тклапі
Гарячі страви	Вишукані страви з м'яса та риби	Чахохбілі, Оджахурі з грибами
Хінкалі	Популярні грузинські пельмені з різними начинками	Тбіліські з кінзою, Хінкалі з жульєном
Спеціальні коктейлі	Авторські напої, які доповнять страви	Гамонді Шприц, Чача Сауер
Солодкий стіл	Смачні десерти для завершення вечері	Чизкейк емігрантів, Асорті грузинських солодощів

Джерело: сформовано автором [7]

Ресторан «Мама Манана» також виступає важливим гравцем у культурному житті Львова. Регулярно організовуються гастрономічні події, тематичні вечори, а також майстер-класи з приготування грузинських страв. Популярність ресторану росте не лише завдяки унікальному меню, а й завдяки можливості для гостей зануритися в грузинську кулінарну традицію, навчаючись від професіоналів.

Будучи розташованим у культурному центрі Львова, «Мама Манана» користується великою увагою туристів, які прагнуть відчути справжній дух грузинського гостинності у поєднанні з українською казковістю. Площа Ринок, де знаходиться ресторан, щодня наповнена людьми, що прагнуть насолодитися атмосферою Старого Львова. Це робить «Мама Манана» ідеальним місцем як для локальних мешканців, так і для туристів, які шукають не лише смачну їжу, а й автентичний досвід.

Щоб підтримувати високий рівень обслуговування та уникати стандартних підходів до приготування страв, ресторан активно впроваджує нові технології та тренди в гастрономії. Зокрема, у співпраці з відомими постачальниками, зокрема українськими, ресторан підбирає свіжі інгредієнти, що підсилює концепцію вживання локальної продукції. Це дозволяє не лише контролювати якість страв, але й підтримувати місцевих виробників. [21]

Цілодобова робота ресторану, відкритого в період з 10:00 до 22:00, зручна для всіх, хто хоче пообідати, повечеряти або провести час з друзями пізно ввечері. Крім того, ресторан відкритий щодня, що підкреслює його готовність задовольнити запити відвідувачів незалежно від дня тижня.

Розвиток ресторану також підтримується соціальними мережами, де «Мама Манана» активно ділиться відео з приготування страв, інформацією про новації в меню та відгуками щасливих клієнтів. Це не лише допомагає залучати нових гостей, але й підсилює комунікацію з постійними відвідувачами, що є важливою складовою побудови лояльності.

Організаційна структура ресторану «Мама Манана» побудована таким чином, щоб забезпечити ефективну взаємодію між різними підрозділами та оптимізувати робочі процеси. Керівник ресторану здійснює загальне управління, займається розробкою стратегії та контролює фінансові показники, що дозволяє підтримувати стабільність бізнесу. Організаційна структура управління представлена в табл. 1.2

Таблиця 1.2

Організаційна структура ресторану «Мама Манана»

Посада	Опис обов'язків	Кількість осіб
Керівник ресторану	Загальне управління рестораном, розробка стратегії розвитку, контроль фінансових показників, управління персоналом.	1
Менеджер з обслуговування	Організація та координація роботи залу, контроль якості обслуговування, розв'язання конфліктних ситуацій.	2
Шеф-кухар	Розробка та вдосконалення меню, організація роботи кухні, контроль якості та безпеки страв, керівництво кухарями.	1
Кухарі	Приготування страв згідно з меню, підтримка високої якості продукції, дотримання технологічних процесів.	3
Бармен	Приготування напоїв, контроль запасів алкоголю та інших продуктів бару, приготування коктейлів.	1
Офіціанти	Прийом замовлень, подача страв, рекомендації страв та напоїв клієнтам, створення комфортної атмосфери для гостей.	5
Адміністратор	Прийом дзвінків, бронювання столиків, організація роботи залу, обробка запитів клієнтів.	1
Технічний персонал	Підтримка чистоти та порядку в ресторані, технічне обслуговування обладнання, миття посуду.	3
Маркетолог / SMM-менеджер	Розробка рекламних кампаній, ведення соціальних мереж (Instagram, Facebook), залучення нових клієнтів.	1
Касир	Прийом платежів, ведення обліку продажів, обробка фінансових операцій.	1

Джерело: сформовано автором

Менеджери з обслуговування відповідають за координацію роботи залу та забезпечення високого рівня сервісу, що сприяє позитивному враженню відвідувачів і підвищенню лояльності клієнтів. Шеф-кухар, разом із командою кухарів, займається розробкою меню та контролем за якістю страв, що є основою гастрономічного успіху ресторану. Бармени та офіціанти забезпечують комфорт клієнтів, надаючи їм відповідні напої та страви, а також підтримують атмосферу затишку. Адміністратор здійснює організацію роботи залу та обробляє запити гостей, гарантуючи, що всі питання вирішуються оперативно. Технічний персонал забезпечує чистоту та справність обладнання, що є невід'ємною частиною безперебійної роботи ресторану. Водночас, маркетолог/SMM-менеджер займається просуванням ресторану в соціальних

мережах, що сприяє залученню нових клієнтів і підвищенню видимості бренду. Касир виконує важливу роль у фінансовому обліку та прийомі платежів, що дозволяє контролювати фінансові потоки ресторану. Така організаційна структура дозволяє ресторану функціонувати ефективно, підвищувати якість обслуговування та адаптуватися до змінних умов ринку.

Бізнес-модель ресторану «Мама Манана» ґрунтується на поєднанні традиційної грузинської кухні та сучасних елементів, що відображає запити та вподобання сучасного споживача. Основною метою закладу є створення унікального гастрономічного досвіду, який би зацікавив як місцевих жителів, так і туристів. Для досягнення цієї мети, ресторан реалізує кілька ключових елементів у своїй бізнес-моделі.

Таблиця 1.3

Переваги Mama Manana

Компоненти	Опис
Ексклюзивне меню	Пропозиції, засновані на традиційній грузинській кухні та сучасних гастрономічних тенденціях.
Високий рівень обслуговування	Професійний та дружній персонал, готовий приділити увагу кожному гостю.
Культурні події	Організація майстер-класів, тематичних вечорів та гастрономічних заходів.
Сучасні технології	Використання новітніх технологій для оптимізації сервісу.
Розташування	Зручне місце розташування на площі Ринок, в серці культурного Львова.

Джерело: сформовано автором **[7]**

По-перше, «Мама Манана» зосереджується на якісному меню, яке в свою чергу обирає страви, відомі завдяки своїм аутентичним смаковим якостям. Як традиційні, так і новітні рецепти грузинської кухні розробляються з врахуванням використання свіжих, локальних інгредієнтів, які постачаються безпосередньо місцевими фермерами та постачальниками. Це не тільки підвищує якість основних страв ресторана, але й підтримує місцеву економіку і зменшує витрати на логістику продуктів.

Значну увагу у бізнес-моделі ресторану приділено також обслуговуванню. «Мама Манана» створює атмосферу тепла та гостинності, яка

притаманна грузинській культурі. Обслужуючий персонал проходить регулярне навчання, щоб покращити свої навички та забезпечити високий рівень сервісу. Це дозволяє формувати позитивний імідж закладу, що в свою чергу супроводжується повторними візитами гостей та рекомендаціями.

Досягнення високої видимості на ринку також забезпечується активною присутністю ресторану в соціальних мережах і онлайн-просторі. Команда відповідає на відгуки клієнтів, ділиться новинами, а також інформує про акції, тематики вечорів та спеціальні події. Це сприяє ефективній комунікації з клієнтами та формує лояльність, завдяки чому ресторан стає важливим пунктом на гастрономічній карті Львова. Додатково, ресторан пропонує можливість замовлення на винос і доставки, що відповідає сучасним трендам у харчовій індустрії. Крім того, «Мама Манана» активно розвиває свої можливості в цій галузі, організовуючи різноманітні тематичні заходи, майстер-класи та кулінарні курси. Це створює додаткові джерела доходу, залучаючи нових клієнтів і підвищуючи їхню зацікавленість у фонді культури ресторану. Подібні ініціативи зміцнюють позиції «Мама Манана» як культурного центру, де гастрономія поєднується з навчанням і розвагами.

Таблиця 1.4

Ключові аспекти бізнес-моделі ресторану «Мама Манана»

Аспект	Опис	Вплив на бізнес
Гастрономічне меню	Традиційні грузинські страви, використання локальних продуктів	Підвищення якості страв і залучення клієнтів
Обслуговування	Дружній та професійний персонал, регулярне навчання	Поліпшення іміджу закладу, підвищення лояльності
Тематичні заходи	Майстер-класи, гастрономічні вечори	Залучення нових клієнтів, додаткові джерела доходу
Соціальні мережі	Активна присутність в Instagram, Facebook	Залучення цільової аудиторії, формування спільноти
Системи управління	Онлайн-бронювання, інтерактивні меню	Підвищення ефективності обслуговування
Соціальна відповідальність	Підтримка благодійних ініціатив	Покращення репутації, формування позитивного іміджу
Сезонні спеціалітети	Зміна меню в залежності від пори року	Підтримка інтересу клієнтів, використання свіжих продуктів

Джерело: сформовано автором **[7]**

Крім гастрономічної складової, ресторан пропонує асортимент солодощів та напоїв, включаючи авторські коктейлі та традиційні напої. Це розширяє вибір для відвідувачів та підвищує середній чек. Ресторан також приділяє увагу сталому розвитку, активно впроваджуючи принципи екологічності у процес приготування їжі та обслуговування.

У своїй діяльності ресторан «Мама Манана» прагне створити цілісний та інтерактивний досвід для відвідувачів, поєднуючи смачну їжу, культурні елементи та якісне обслуговування. Завдяки всебічному підходу до бізнес-моделі заклад здобув популярність серед аудиторії та став важливою частиною львівської гастрономічної сцени. Показники діяльності підприємства представлено в табл. 1.5. Дані і розрахунки проводились на підставі таблиці 1 Додатку А

Таблиця 1.5

Фінансові показники ресторану «Мама Манана» за 2021-2023 роки

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Відхилення 2022-2021	Відхилення 2023-2022
Коефіцієнт поточної ліквідності	49.53%	25.16%	24.48%	-24.37%	-0.68%
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0.67%	0.14%	0.32%	-0.53%	+0.18%
Коефіцієнт швидкої ліквідності	46.55%	23.11%	23.03%	-23.44%	-0.08%
Коефіцієнт автономії	-59.35%	-68.13%	-83.68%	-8.78%	-15.55%
Рентабельність активів (ROA)	-35.32%	-19.22%	-12.76%	+16.10%	+6.46%
Рентабельність власного капіталу (ROE)	84.72%	32.84%	16.51%	-51.88%	-16.33%
Чиста маржа	-59.70%	-64.68%	-26.07%	-4.98%	+38.61%
Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	-281.57%	-118.07%	-152.08%	+163.50%	-34.01%
Коефіцієнт заборгованості	159.35%	168.13%	183.68%	+8.78%	+15.55%

Джерело: сформовано автором

Ліквідність підприємства погіршилась у 2022-2023 роках, що вказує на труднощі з покриттям короткострокових зобов'язань. Фінансова автономія знизилась, що свідчить про зростаючу залежність від зовнішніх джерел

фінансування. Рентабельність активів та власного капіталу залишалась від'ємною, але показала покращення. Чиста маржа покращилась у 2023 році, що свідчить про ефективніше управління витратами. Заборгованість зросла, що вказує на збільшення фінансових зобов'язань. Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом залишався низьким, що свідчить про труднощі з покриттям необоротних активів власними коштами.

Підприємство стикається з проблемами ліквідності, високою заборгованістю та залежністю від зовнішніх джерел фінансування, хоча є певне покращення в деяких аспектах рентабельності.

В умовах швидкого розвитку технологій та змін у вимогах споживачів інтерактивні системи обслуговування стали важливим елементом ресторанного бізнесу, що дозволяє підвищити рівень ефективності обслуговування та забезпечити комфорт для гостей. Ресторан «Мама Манана», відомий своєю унікальною атмосферою та фокусом на традиційній грузинській кухні, активно впроваджує інноваційні технології для покращення взаємодії з клієнтами, автоматизації процесів та забезпечення високого рівня обслуговування. Використання інтерактивних технологій дає можливість не лише підвищити якість обслуговування, а й значно спростити роботу персоналу, покращити комунікацію з гостями та створити незабутній досвід для кожного відвідувача [29].

Однією з основних технологій, що активно використовується в ресторані «Мама Манана», є інтерактивні меню. Ця технологія дає можливість клієнтам переглядати меню на планшетах або смартфонах, що дозволяє не тільки швидко вибирати страви, але й замовляти їх безпосередньо з екрана. Клієнти також можуть оплачувати рахунки через спеціальні додатки, що значно скорочує час, необхідний для завершення обслуговування.

Таке впровадження технології має кілька важливих переваг для ресторану. По-перше, цей підхід спрощує процес замовлення для гостей. Вони можуть самостійно обирати страви без потреби чекати офіціанта, що робить процес більш комфортним і зручним. По-друге, завдяки інтерактивним меню

зменшується ймовірність помилок при замовленні, оскільки всі замовлення вводяться безпосередньо через систему, що зменшує людський фактор у процесі обслуговування. Це також сприяє більш швидкому обслуговуванню, оскільки відвідувачам не потрібно чекати, поки офіціант принесе їм меню або запише замовлення вручну.

Крім того, інтерактивні меню надають ресторану можливість детально презентувати страви. Вони можуть включати інформацію про інгредієнти, способи приготування, а також про харчові алергени. Це особливо важливо для клієнтів, які піклуються про своє здоров'я або мають дієтичні обмеження. Наприклад, клієнти можуть перевірити, чи містить страва глютен, лактозу або інші потенційно небезпечні для них інгредієнти. Також це дозволяє ресторанам бути більш прозорими у своєму підході до харчування, що може позитивно вплинути на довіру та лояльність клієнтів [37].

Таблиця 1.6

Використання інтерактивних технологій в ресторанії ресторану «Мама Манана»

Назва системи	Тип	Опис	Застосування в ресторані «Мама Манана»
Інтерактивне меню	Інтерфейс на планшеті	Страви представлені на екрані, що дозволяє легко змінювати замовлення.	Клієнти переглядають меню на планшетах і вибирають страви, замовляють їх безпосередньо з екрана.
Оплата через додаток	Мобільний додаток	Клієнти можуть оплачувати рахунки через спеціальні додатки на смартфонах.	Оплата через додатки (наприклад, Apple Pay, Google Pay) без необхідності чекати на офіціанта.
Оновлення меню в реальному часі	Інтерфейс на планшеті	Меню можна змінювати в реальному часі, що дозволяє швидко додавати або прибирати страви.	Якщо змінюється наявність страв або додаються нові, клієнти одразу бачать оновлення на планшетах.
Інформація про страви	Інтерактивний опис на екрані	Показує склад страв, інгредієнти, алергени, методи приготування.	Клієнти можуть дізнатися подробиці про страви, що важливо для людей з дієтичними обмеженнями.

Джерело: сформовано автором [7]

Інтерактивні меню є лише однією з технологій, що активно впроваджуються у сучасних ресторанах. З кожним роком все більше закладів використовують інноваційні рішення для покращення обслуговування, збільшення ефективності роботи та створення комфортних умов для своїх гостей.

Додатково до інтерактивних меню, ресторан «Мама Манана» активно впроваджує технології онлайн-бронювання та інтеграцію з мобільними додатками для замовлення їжі і бронювання столиків, що значно покращує обслуговування клієнтів і підвищує ефективність роботи закладу. Завдяки цим інноваціям гості можуть не тільки забронювати столик заздалегідь, але й вибрати зручне місце в залі, враховуючи свої вподобання, чи це буде столик біля вікна, чи у більш затишному кутку ресторану.

Інтеграція з мобільними додатками дозволяє клієнтам не лише зарезервувати стіл, а й попередньо вибрати страви з меню. Це забезпечує додаткову зручність для гостей, оскільки вони можуть зробити замовлення ще до того, як прийдуть до ресторану. Завдяки такій функції, кухня має змогу підготувати замовлення до моменту прибуття клієнта, що значно зменшує час очікування і дозволяє уникнути зайвих затримок.

Крім того, такі технології дають можливість більш точно прогнозувати потік відвідувачів, що дозволяє ресторану краще управляти завантаженням залу та оптимізувати роботу персоналу. Для клієнтів це означає не лише економію часу, але й більшу впевненість у тому, що їхній візит буде комфортним і без стресу. Вони можуть планувати свій візит заздалегідь, уникати довгих черг та з максимальним комфортом насолоджуватися процесом прийому їжі [6].

У результаті, використання онлайн-бронювання та інтеграція з мобільними додатками в ресторані «Мама Манана» дозволяє не тільки забезпечити високу ефективність і швидкість обслуговування, але й створити для клієнтів зручний і безтурботний досвід, що значно підвищує рівень задоволення та лояльності відвідувачів.

Ще однією важливою технологією, яку активно впроваджує ресторан «Мама Манана», є система зворотного зв'язку, що дозволяє гостям залишати відгуки про якість обслуговування та страви в реальному часі. Завдяки цій системі, клієнти мають змогу висловити свої враження безпосередньо під час візиту, що є особливо важливим для швидкого реагування на будь-які питання чи проблеми.

Процес залишення відгуків в ресторані є дуже зручним для гостей. Вони можуть оцінювати обслуговування та якість їжі за допомогою спеціальних планшетів, встановлених на столах, або через мобільні додатки. Це дає їм можливість поділитися своїми враженнями в будь-який момент їхнього візиту, не чекаючи завершення трапези чи спеціальної зустрічі з менеджером. Відгуки можуть бути як позитивними, так і конструктивними, що дає ресторану важливі дані для подальшого вдосконалення сервісу (1.7).

Таблиця 1.7

Вплив інтерактивних технологій на ефективність обслуговування в ресторані «Мама Манана»

Технологія	Вплив на процес обслуговування	Переваги для ресторану
Інтерактивні меню	Швидке замовлення, відсутність помилок, додаткова інформація для клієнтів	Зменшення часу на прийом замовлення, зниження кількості помилок, підвищення задоволеності клієнтів
Онлайн-бронювання	Попереднє резервування столиків, можливість вибору місця	Підвищення рівня планування, скорочення черг, зручність для клієнтів
Мобільні додатки	Замовлення через додатки на смартфонах, інтеграція з меню та оплатою	Зручність для клієнтів, можливість контролювати процес обслуговування віддалено
Система зворотного зв'язку	Оперативна реакція на відгуки клієнтів, покращення якості обслуговування	Підвищення лояльності клієнтів, можливість коригування стратегії обслуговування

Джерело: сформовано автором [7]

Ця система дає ресторану можливість оперативно реагувати на будь-які питання або скарги клієнтів. Якщо гості висловлюють незадоволення, наприклад, через якість страви або затримку в обслуговуванні, персонал може негайно вжити заходів, щоб виправити ситуацію, навіть під час візиту. Така

оперативність значно підвищує рівень задоволення гостей, адже вони бачать, що їхню думку дійсно враховують і цінують.

Зворотний зв’язок також дозволяє персоналу коригувати процес обслуговування на ходу, виявляючи потенційні проблеми та вирішуючи їх до того, як вони переростуть у серйозні невдоволення. Це підвищує якість обслуговування в ресторані і сприяє формуванню більш тісних та довірливих відносин з клієнтами. В результаті, така технологія не лише зміцнює лояльність гостей, але й позитивно впливає на репутацію закладу. Клієнти, які бачать, що їхня думка важлива і що ресторан готовий швидко реагувати на їхні зауваження, набагато більше довіряють цьому закладу і повертаються до нього знову [14].

Впровадження інтерактивних технологій у ресторанному бізнесі значно змінює традиційний процес обслуговування, підвищуючи ефективність роботи закладів та створюючи нові можливості для покращення досвіду клієнтів. У ресторані «Мама Манана» ці технології не лише спрощують взаємодію з гостями, але й активно сприяють оптимізації всіх етапів обслуговування. Вплив таких інновацій на процес обслуговування та переваги, які вони дають ресторану, є очевидними і значущими.

Однією з ключових технологій є інтерактивні меню, які дозволяють клієнтам самостійно обирати страви, переглядати детальну інформацію про них і безпосередньо робити замовлення через екран планшета або мобільного додатка. Ця технологія не тільки сприяє швидкому прийому замовлень, але й мінімізує ймовірність помилок, що виникають при передачі інформації між офіціантом і кухнею. Крім того, клієнти мають можливість ознайомитися з детальним описом страв, що може включати інгредієнти, способи приготування, а також інформацію про харчові алергени. Це важливо для людей, які обирають страви, керуючись дієтичними чи здоров'я-збережувальними критеріями. Завдяки такій системі ресторан отримує зниження часу на прийом замовлення, зменшення кількості помилок і значне

підвищення задоволення клієнтів, оскільки кожен етап процесу стає зрозумілим і зручним [22].

Іншою важливою технологією є онлайн-бронювання, яке дозволяє клієнтам забронювати столик ще до візиту. Така система надає можливість вибору місця в залі, що підвищує рівень персоналізованого сервісу. Гості можуть планувати свій візит, обираючи найбільш зручний для них час і місце. Це знижує ризик утворення черг, особливо у години пік, і дозволяє ресторану ефективніше управляти потоком клієнтів. Онлайн-бронювання не тільки підвищує рівень планування та організації роботи, а й створює додаткову зручність для гостей, які можуть уникнути непотрібного часу очікування.

Не менш важливими є мобільні додатки, що дозволяють клієнтам замовляти їжу через свої смартфони. Інтеграція таких додатків з меню та оплатою забезпечує безперебійну та зручну взаємодію з рестораном, де клієнти можуть контролювати весь процес обслуговування, починаючи від вибору страв до здійснення платежу. Це не лише значно полегшує процес замовлення, але й дозволяє клієнтам робити це без необхідності взаємодії з офіціантом, що особливо зручно для людей, які цінують свою конфіденційність чи час. Така технологія також дає змогу ресторану знизити навантаження на персонал і ефективніше обслуговувати більшу кількість гостей одночасно [30]. Останньою важливою технологією є система зворотного зв’язку, яка дозволяє гостям надавати відгуки в реальному часі через планшети на столах або через мобільні додатки. Така система дає можливість ресторану оперативно реагувати на будь-які зауваження чи пропозиції клієнтів, покращуючи якість обслуговування ще до того, як гості залишать заклад. Водночас ресторан отримує цінну інформацію, яку можна використовувати для коригування стратегії обслуговування, що дозволяє не тільки швидко виправляти можливі недоліки, але й постійно вдосконалювати сервіс. Це є важливим чинником у зміцненні лояльності клієнтів, оскільки гості відчувають, що їхня думка враховується і що ресторан прагне покращити свої послуги.

Отже, у ресторані «Мама Манана» інтерактивні технології використовуються не тільки для підвищення ефективності обслуговування, але й для покращення взаємодії з клієнтами через соціальні мережі, що дозволяє підтримувати постійний контакт з аудиторією та залучати нових гостей. Технології також сприяють створенню унікального досвіду для клієнтів, що дозволяє ресторану відрізнятися на фоні конкурентів і займати лідируючі позиції на ринку ресторанних послуг.

1.2. Зовнішні фактори, що впливають на діяльність ресторану та конкурентне середовище ресторану «Мама Манана»

Діяльність ресторану «Мама Манана», як і будь-якого іншого підприємства в індустрії гостинності, не може бути відокремлена від впливу різноманітних зовнішніх факторів, що формують загальний контекст, у якому він функціонує. Ресторанний бізнес залежить від змін, які відбуваються в економічній, соціальній, технологічній, екологічній та правовій сферах. Оскільки «Мама Манана» працює в специфічному гастрономічному середовищі Львова, зовнішні фактори визначають не тільки оперативну діяльність закладу, але й стратегії розвитку, адаптації до змінюваного попиту та задоволення потреб клієнтів.

В умовах війни економічна ситуація в країні та на місцевому рівні має значний вплив на діяльність ресторанного бізнесу, зокрема на фінансові результати ресторану. Високий рівень інфляції, зміни в рівні доходів населення та зростання безробіття позначаються на здатності людей витрачати гроші на розваги та обіди поза домом. В умовах війни ці чинники ще більше ускладнюються, оскільки багатьом людям доводиться економити, аби забезпечити необхідні потреби, що безпосередньо впливає на зниження попиту на ресторанні послуги (табл1.8)

Таблиця 1.8

Зовнішні фактори, що впливають на діяльність ресторану «Мама Манана»

Категорія	Опис впливу	Важливість для бізнесу
Економічні фактори	Зміни в економіці можуть впливати на купівельну спроможність споживачів, ціни на продукти харчування та витрати на обслуговування.	Висока
Соціокультурні фактори	Зростання популярності здорового харчування, нові тренди в гастрономії, зміна соціальних пріоритетів.	Висока
Технологічні фактори	Впровадження нових технологій у обслуговування та приготування їжі, використання цифрових інструментів для взаємодії з клієнтами.	Середня
Екологічні фактори	Популярність екологічних та органічних продуктів, зменшення відходів, підвищення вимог до сталого розвитку ресторанного бізнесу.	Висока
Правові фактори	Зміни в законодавстві, правила щодо безпеки харчових продуктів та інших нормативів у ресторанному бізнесі.	Середня

Джерело: сформовано автором

Крім того, війна призводить до нестабільності на ринку постачання продуктів і товарів. Переривання ланцюгів постачань, збільшення вартості сировини та інші зовнішні економічні чинники можуть змусити ресторан переглядати свою стратегію ціноутворення. Підвищення цін на продукти харчування та інші послуги, такі як енергетичні ресурси або транспортування, може вимагати від ресторану коригування ціни на меню або пошуку альтернативних постачальників, щоб зберегти конкурентоспроможність та підтримати якість обслуговування.

З іншого боку, економічні труднощі можуть призвести до змін у споживацьких звичках. У періоди фінансової нестабільності споживачі часто знижують витрати на розважальні заходи та харчування в закладах, віддаючи перевагу домашнім обідам або більш дешевим варіантам. Це змушує ресторани бути гнучкими в маркетингових стратегіях, знаходити нові способи залучення клієнтів, можливо, через спеціальні акції, знижки або зміни в асортименті. Водночас важливо не тільки реагувати на зміну попиту, але й зберігати високий

рівень обслуговування, що є важливим фактором для утримання лояльних клієнтів в умовах кризової економічної ситуації.

Зміни в суспільних тенденціях і культурних уподобаннях також мають значний вплив на ресторанну галузь. Зокрема, зростаючий інтерес до здорового харчування, вегетаріанства, веганства та органічних продуктів вже відчутно змінює асортимент, який ресторан пропонує своїм клієнтам. Ресторан «Мама Манана», орієнтуючись на традиційну грузинську кухню, також повинний враховувати ці тенденції, адаптуючи своє меню під сучасні смаки та вимоги клієнтів. Культурні заходи, гастрономічні фестивалі, розвиток гастрономічного туризму можуть створювати можливості для ресторану позиціонувати себе як важливу частину культурної і гастрономічної сцени Львова.

Технологічний розвиток також має велике значення для ресторанної діяльності. Інновації в обслуговуванні, автоматизація процесів (наприклад, інтерактивні меню, онлайн-бронювання столиків), розвиток мобільних додатків для доставки їжі та замовлення столиків суттєво полегшують взаємодію ресторану з клієнтами, покращують якість обслуговування і збільшують кількість замовлень. Впровадження нових технологій не тільки підвищує ефективність бізнесу, але й дозволяє ресторану зберігати свою конкурентоспроможність, швидше реагувати на зміни потреб клієнтів. З іншого боку, технології також створюють нові виклики для ресторану, наприклад, необхідність постійного оновлення систем, забезпечення кібербезпеки та інтеграції нових технологій в роботу персоналу.

Екологічні питання набирають дедалі більшої важливості в ресторанному бізнесі. Для сучасного споживача важливим є не лише смак страв, а й те, як вони були приготовлені, з яких інгредієнтів, та як ресторани взаємодіють з природним середовищем. Використання місцевих та органічних продуктів, зменшення відходів, відповідальне ставлення до упаковки та сталий розвиток у загальному процесі приготування їжі — все це важливі елементи для «Мама Манана», який хоче продовжувати будувати свою репутацію та забезпечити

сталий розвиток бізнесу. Врахування екологічних вимог та залучення до екологічних ініціатив може стати конкурентною перевагою для ресторану.

Зміни в законодавстві також можуть суттєво вплинути на діяльність ресторану. Важливими для ресторану є нормативи щодо безпеки харчових продуктів, санітарні норми, правила сертифікації та ліцензування діяльності, податкові зміни та інші правові вимоги. У зв'язку з цим ресторан «Мама Манана» повинен постійно відслідковувати зміни в правовій сфері, адаптуючи свої операційні процеси для відповідності новим вимогам.

Конкурентне середовище ресторану «Мама Манана» на площі Ринок у Львові є досить динамічним і насиченим. Львів, як культурна та туристична столиця України, є домом для великої кількості ресторанів, кафе та гастрономічних закладів, що пропонують різноманітну кухню та стиль обслуговування. У таких умовах ресторану необхідно постійно підтримувати високу якість обслуговування, відрізнятися унікальними стравами та пропозиціями, а також адаптуватися до швидко змінюваного попиту на гастрономічні послуги.

Однією з головних конкурентних переваг ресторану «Мама Манана» є його унікальне меню, яке поєднує традиційні грузинські страви з сучасними гастрономічними трендами. Це дозволяє ресторану виділятися серед конкурентів, які пропонують стандартні страви традиційної української або європейської кухні. Крім того, важливою складовою конкурентоспроможності є високий рівень обслуговування, що забезпечує дружній і професіональний персонал ресторану, який допомагає створювати комфортну атмосферу для кожного гостя.

З точки зору конкурентного середовища, ресторан «Мама Манана» стикається з конкуренцією з боку інших закладів, які пропонують подібну кухню або загалом високий рівень обслуговування. У Львові багато ресторанів з відомими брендами та усталеними традиціями, що має великий вплив на залучення клієнтів. У той же час, зростання інтересу до гастрономічного

туризму та культурних заходів створює можливості для «Мама Манана» розширювати свою аудиторію як серед місцевих жителів, так і серед туристів.

Конкурентне середовище ресторану «Мама Манана» характеризується наявністю декількох важливих конкурентів, які впливають на його діяльність. Ресторан «Бабуїн» пропонує подібну за стилем кухню, користується популярністю серед туристів і має високий рівень сервісу, що робить його непрямим, але суттєвим конкурентом для «Мама Манана». Високий рівень сервісу та привабливість даного закладу можуть суттєво зменшити частку клієнтів, які відвідують ресторан «Мама Манана». Ресторан «Пікасо», що пропонує італійську кухню та має високу відвідуваність серед молоді, створює загальну конкуренцію, адже молоді відвідувачі можуть обрати його замість «Мама Манана» через модність та популярність. Кафе «Пан Коцький», яке славиться домашньою їжею та доступними цінами, забезпечує середній рівень цінової конкуренції. Місцеві жителі, переважно, обирають його у пошуках недорогого, смачного харчування, що також може впливати на відвідуваність ресторану «Мама Манана». Окрім того, гастрономічні заклади, розташовані на площі Ринок, створюють високу конкуренцію за увагу клієнтів, оскільки в центрі Львова є багато ресторанів і кафе, що пропонують різноманітні страви й атмосферу.

Таблиця 1.9

Конкурентне середовище ресторану «Мама Манана»

Конкурент	Особливості та сильні сторони	Вплив на ресторан «Мама Манана»
Ресторан «Бабуїн»	Пропонує подібну за стилем кухню, популярність серед туристів, високий рівень сервісу.	Високий (непрямий конкурент)
Ресторан «Пікасо»	Модний ресторан з італійською кухнею, висока відвідуваність серед молоді.	Високий (загальна конкуренція)
Кафе «Пан Коцький»	Смачна домашня їжа, відома серед місцевих жителів, доступні ціни.	Середній (цінова конкуренція)
Гастрономічні заклади на площі Ринок	Множинність ресторанів і кафе в самому центрі Львова, високий рівень конкуренції за увагу туристів та місцевих мешканців.	Високий (загальна конкуренція)

Джерело: сформовано автором

Усі ці фактори формують конкурентне середовище, яке потребує від ресторану «Мама Манана» стратегічного підходу для залучення та утримання своїх відвідувачів.

Конкурентне середовище ресторану «Мама Манана» визначається наявністю ряду конкурентів, кожен з яких має свої сильні сторони та здатний впливати на вибір клієнтів. Ресторан «Бабуїн», що пропонує схожу за стилем кухню, має велику популярність серед туристів завдяки високому рівню сервісу. Його вплив на ресторан «Мама Манана» є значним, оскільки це непрямий конкурент, який, однак, може відволікати частину потенційних відвідувачів, особливо в туристичний сезон. Особливість «Бабуїна» — це його здатність приваблювати клієнтів завдяки репутації та рівню обслуговування, що ставить перед «Мама Манана» завдання підтримувати високі стандарти та пропонувати власним гостям незабутні враження.

Що стосується ресторану «Пікасо», який спеціалізується на італійській кухні, то його основна сильна сторона — це популярність серед молоді та мода на італійські страви, що забезпечує високий рівень відвідуваності. Вплив цього конкурента на ресторан «Мама Манана» теж є значним, адже він створює загальну конкуренцію в секторі ресторанного бізнесу, залучаючи увагу споживачів, які надають перевагу новизні, трендам та молодіжним концепціям. Для «Мама Манана» це означає необхідність інвестувати в інноваційність та актуальність пропонованого асортименту, щоб привернути більше клієнтів серед молодіжної аудиторії.

Кафе «Пан Коцкий» із своєю домашньою їжею і доступними цінами є серйозним конкурентом для «Мама Манана» на рівні цінової політики. «Пан Коцкий» відомий серед місцевих жителів за свою доступність і простоту, що робить його привабливим для тих, хто шукає недорогі варіанти для щоденного харчування. Вплив цього кафе на «Мама Манана» є середнім, оскільки «Мама Манана» орієнтується на більш широкий спектр клієнтів, включаючи туристів і гостей, що шукають більш вишуканий досвід, однак ця конкуренція змушує ресторан враховувати ціни та співвідношення ціни та якості.

Не можна обійти увагою також гастрономічні заклади, розташовані на площі Ринок, що є однією з найбільш відвідуваних туристичних локацій Львова. Високий рівень конкуренції між ресторанами і кафе на площі створює складну ситуацію для «Мама Манана», оскільки на цю територію з'їжджаються не лише туристи, але й місцеві жителі, що ставить ресторан перед необхідністю вигідно вирізнятися серед великої кількості закладів. Вплив цих гастрономічних точок є високим, адже кожен ресторан на площі має свій неповторний стиль, але для «Мама Манана» це також шанс продемонструвати свою унікальність через атмосферу, якість їжі та обслуговування.

Таким чином, конкурентне середовище для ресторану «Мама Манана» є досить насиченим, що створює як певні виклики, так і можливості для розвитку. Для підтримки своєї конкурентоспроможності ресторан має постійно моніторити зміни в уподобаннях клієнтів, адаптувати своє меню, послуги та цінову політику до змін у ринкових умовах, а також активно працювати над створенням унікальної атмосфери та бренду, що дозволить залучити як місцевих жителів, так і туристів.

Ресторан «Мама Манана» має значні переваги, зокрема унікальне меню, яке вдало поєднує традиційну грузинську кухню з сучасними гастрономічними трендами. Тепла та дружня атмосфера, а також високий рівень обслуговування сприяють створенню комфортного середовища для відвідувачів.

Проте заклад також стикається з певними викликами. Конкуренція з іншими ресторанами, які пропонують подібні страви, може негативно впливати на відвідуваність. Залежність від сезонного туристичного потоку є ще одним фактором, який може обмежити стабільність бізнесу. В таблиці 1.10 проведено SWOT-аналіз ресторану «Мама Манана»

Ресторан має можливості для зростання, зокрема через розширення меню та активне використання соціальних медіа для залучення нових клієнтів. Розвиток послуг доставки та замовлення їжі на винос може також допомогти збільшити обсяги продажів.

Таблиця 1.10

SWOT-аналіз ресторану «Мама Манана»

SWOT-аналіз	Опис
Сильні сторони	1. Унікальне меню, що поєднує традиційні грузинські страви та сучасні гастрономічні тренди. 2. Тепла і дружня атмосфера, що створює комфорт для відвідувачів. 3. Високий рівень обслуговування, що підкреслює професіоналізм персоналу.
Слабкі сторони	1. Конкуренція з боку інших ресторанів з подібною кухнею може впливати на відвідуваність. 2. Обмежене різноманіття унікальних страв в умовах насиченого ринку. 3. Залежність від сезонного туристичного потоку.
Можливості	1. Розширення асортименту меню може привернути нових клієнтів. 2. Використання соціальних мереж для залучення відвідувачів через акції та спеціальні пропозиції. 3. Розвиток доставки та замовлення їжі на винос для збільшення обсягів продажів.
Загрози	1. Висока конкуренція з боку інших закладів в регіоні. 2. Зміна вподобань споживачів, які можуть переходити на нові гастрономічні тенденції. 3. Економічні коливання, що можуть знизити споживчі витрати.

Джерело: сформовано автором

Водночас важливо враховувати загрози, зокрема швидку зміну вподобань споживачів і можливі економічні коливання, які можуть вплинути на витрати клієнтів. Усі ці фактори взаємодіють, формуючи динаміку розвитку ресторану та його здатність адаптуватися до умов ринку.

Проведений PEST-аналіз ресторану «Мама Манана» демонструє, що зовнішні фактори значно впливають на його діяльність та стратегічний розвиток. Політичні аспекти, зокрема державна підтримка малого бізнесу і регуляторні вимоги до харчової безпеки, створюють як можливості, так і виклики для ресторану, акцентуючи важливість дотримання стандартів і ефективного управління (табл. 1.11).

Економічні фактори, такі як інфляція та зміни в податковій політиці, можуть безпосередньо впливати на фінансові показники та поведінку споживачів, що вимагає гнучкості в ціновій політиці та адаптації до економічних умов. Соціальні зміни, зокрема зростаючий інтерес до здорового харчування, відкривають нові перспективи для меню ресторану, тоді як демографічні фактори можуть змінити цільову аудиторію. Технологічні

інновації, такі як онлайн-доставка та активне використання соціальних мереж, стають критично важливими для залучення нових клієнтів і оптимізації бізнес-процесів.

Таблиця 1.11

PEST-аналіз ресторану «Мама Манана»

PEST-аналіз	Опис
Політичні фактори	1. Державна політика щодо підтримки малого бізнесу може вплинути на можливості розвитку ресторану. 2. Регуляторні вимоги щодо харчової безпеки та гігієни можуть впливати на операційні витрати. 3. Підтримка туризму на рівні держави może впливати на кількість потенційних клієнтів.
Економічні фактори	1. Економічні коливання та рівень інфляції можуть вплинути на споживчі витрати та відвідуваність. 2. Зміни у податковому законодавстві можуть впливати на прибутковість ресторану. 3. Рівень конкуренції на ринку ресторанів впливає на ціноутворення та маркетингову стратегію.
Соціальні фактори	1. Зміна вподобань та гастрономічних трендів серед населення може впливати на попиту на певні страви. 2. Росте інтерес до здорового харчування та екологічної продукції, що може створити нові можливості для ресторану. 3. Демографічні зміни, такі як віковий склад населення, можуть впливати на вибір ресторанів клієнтами.
Технологічні фактори	1. Розширення можливостей доставки їжі онлайн та послугами їжі на винос потребує інвестицій в технології. 2. Використання соціальних мереж та онлайн-платформ для маркетингу та залучення клієнтів. 3. Внеднення нових технологій для управління бізнесом та оптимізації операційних процесів.

Джерело: сформовано автором

Загалом, «Мама Манана» має всі можливості для зростання, якщо ефективно використовуватиме результати PEST-аналізу для формування стратегії на основі актуальних трендів і вимог ринку.

РОЗДІЛ 2
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ІНТЕРАКТИВНИХ СИСТЕМ У РЕСТОРАНІ «МАМА МАНАНА»

2.1. Рекомендації щодо впровадження інтерактивних систем обслуговування в ресторані

Для подальшого вдосконалення обслуговування в ресторані «Мама Манана» можна розглянути впровадження ряду інтерактивних систем, які вже стали стандартом у багатьох сучасних закладах харчування, але ще не реалізовані у вашому ресторані. Ці нововведення можуть суттєво покращити клієнтський досвід, підвищити ефективність роботи персоналу та зміцнити конкурентні позиції закладу на ринку [38].

Розвиток ресторанного бізнесу вимагає від закладів не лише підтримання високого рівня якості послуг, а й впровадження інноваційних рішень, що відповідають потребам сучасних споживачів. Одним із найбільш ефективних інструментів у цій сфері є система лояльності, призначена для підвищення залученості клієнтів. Інтеграція такої системи в ресторан «Мама Манана» може стати ключовим елементом у сприянні стабільного зростання числа відвідувачів та покращення їхнього досвіду.

Система лояльності дозволяє клієнтам накопичувати бали за кожну покупку, обмінювати їх на різні нагороди, знижки або безкоштовні страви. Це може мати значний позитивний вплив на відчуття клієнтів. Коли вони бачать, що їхні витрати приносять реальну вигоду, це підвищує їхню лояльність до закладу. Більш того, система може також включати різноманітні рівні участі, що надає більшу гнучкість в управлінні лояльністю. Наприклад, клієнти можуть отримувати статус «золотого» або «платинового» учасника, залежно від кількості витрат, що, у свою чергу, надає їм додаткові привілеї.

Аби підтримувати зацікавленість клієнтів, ресторан може регулярно оновлювати акції, пропонуючи спеціальні бонуси в святкові дні, дні

народження клієнтів або в рамках сезонних акцій. Цей підхід заохочує відвідування ресторану не лише з метою отримання знижок, але й створює емоційний зв’язок між клієнтами та закладом [15].

Важливо, щоб система лояльності була легкою у використанні та доступною через мобільний додаток. Це дозволить клієнтам в будь-який час перевіряти свої бали, отримувати інформацію про поточні акції та пропозиції, а також мати можливість реалізувати свої накопичені бали через мобільний пристрій. Таким чином, технології стають не лише простими здобутками, а і інструментами активного залучення.

Таблиця 2.1

Основні характеристики інтеграції системи лояльності для ресторану «Мама Манана»

Аспект	Опис	Переваги
Накопичення балів	Клієнти отримують бали за кожну покупку	Стимулює регулярні відвідування
Бонуси і знижки	Обмін балів на знижки, безкоштовні страви	Підвищує задоволеність клієнтів
Мобільний додаток	Доступ до системи зручний і з будь-якої точки	Зручність використання, оперативність
Рівні участі	Клієнти можуть отримувати статуси в залежності від витрат	Клієнти відчувають цінність програми, лояльність
Спеціальні акції	Періодичні бонуси, акції на свята	Залучення нових клієнтів та стимулювання повторних відвідувань
Зворотний зв'язок	Можливість залишати коментарі та відгуки про систему	Контроль задоволеності та адаптація системи

Джерело: сформовано автором [7]

Запровадження системи лояльності в ресторані «Мама Манана» може стати вартісним вкладенням в майбутнє бізнесу. Вона допоможе підвищити задоволеність клієнтів, стати конкурентоспроможнішими на ринку й забезпечити стабільний приріст виторгу. Обравши правильний підхід, ресторан зможе не лише зберегти постійних клієнтів, але й активно залучати нових, використовуючи переваги технологічних нововведень.

В сучасному світі швидкість та доступність інформації грають важливу роль у формуванні позитивного досвіду клієнтів. Впровадження технології

онлайн-чату або чат-бота в ресторанному бізнесі, зокрема у ресторані «Мама Манана», може суттєво підвищити рівень клієнтського обслуговування, а також надавати значну конкурентну перевагу. Чат-боти, доступні на веб-сайті або в мобільному додатку, формують новий спосіб зручної комунікації, що відкриває нові горизонти взаємодії з гостями.

По-перше, чат-бот може забезпечити швидкі та оперативні відповіді на типові запитання клієнтів. Це покращує обслуговування, оскільки відвідувачі отримують необхідну інформацію негайно, не чекаючи на відповіді від персоналу. Для ресторану це означає, що працівники можуть зосередитися на більш складних запитах та безпосередньому обслуговуванні клієнтів, що підвищує загальний рівень сервісу [23].

Чат-бот може надавати інформацію про меню, спеціальні пропозиції, години роботи закладу, позитивні відгуки та навіть деталі про майбутні події. Крім того, клієнти можуть запитувати про наявність певних страв або алергенів, що не лише забезпечує комфорт, але й демонструє турботу про здоров'я та безпеку гостей. Таким чином, суттєво зменшується кількість запитань, на які відповідають менеджери або офіціанти, що дозволяє зекономити час та ресурси.

Однією з ключових переваг чат-ботів є їхня доступність 24/7. Це означає, що клієнти можуть отримувати відповіді на свої питання та робити замовлення у будь-який зручний для них час, навіть поза робочими годинами ресторану. Це створює додаткову зручність для зайнятих людей, які можуть захотіти замовити їжу або отримати інформацію пізно ввечері чи в ранні години. Завдяки такій технології обслуговування стає набагато більш гнучким і адаптивним до потреб клієнтів.

Для покращення взаємодії з гостями, чат-бот може бути активно інтегрований у систему лояльності. Це дозволить клієнтам перевіряти свої бали, отримувати повідомлення про спеціальні пропозиції та акції, а також нагадування про наближення термінів використання бонусів або акційних пропозицій.

Таблиця 2.2

Характеристики та переваги впровадження технології онлайн-чату або чат-бота в ресторан «Мама Манана»

Аспект	Опис	Переваги
Швидкі відповіді	Забезпечення оперативної інформації про меню, акції	Підвищення задоволеності клієнтів
Цілодобова доступність	Чат-бот працює 24/7, відповідаючи на запити клієнтів	Зручність для користувачів, навіть поза робочими годинами
Автоматизація бізнес-процесів	Зменшення навантаження на персонал, автоматизація запитів	Підвищення ефективності дії закладу
Інтеграція з лояльністю	Можливість перевірки балансів бонусів та акцій в чаті	Додаткова мотивація для відвідування, заохочення повторних покупок
Крос-промоції	Інформування про нові страви, заходи, акції	Залучення клієнтів до нових пропозицій
Зворотний зв'язок	Можливість залишати відгуки та запитання	Якість обслуговування надається швидше, покращення іміджу

Джерело: сформовано автором[7]

Завдяки впровадженню онлайн-чату або чат-бота, ресторан «Мама Манана» зможе істотно підвищити рівень обслуговування, зменшити навантаження на персонал і покращити взаємодію з клієнтами. Це не тільки ще більше закріпить лояльність постійних відвідувачів, а й приверне нових клієнтів, які шукають зручні та сучасні способи комунікації з закладом. Оптимізація бізнес-процесів через впровадження інновацій допоможе безперервно залишатися на крок попереду конкурентів у ресторанному секторі [31].

Впровадження системи управління чергами в ресторані «Мама Манана» може стати важливим кроком в оптимізації обслуговування клієнтів та підвищенні загальної ефективності роботи закладу. У сучасному ресторанному бізнесі, де велике значення має швидкість та якість обслуговування, така система дозволить значно покращити досвід відвідувачів, а також зменшити стрес для всіх учасників процесу.

Система управління чергами є програмним забезпеченням, яке автоматично контролює потік відвідувачів. Це рішення дозволяє клієнтам не лише отримувати інформацію про орієнтовний час очікування, а також записуватися в чергу заздалегідь, що є надзвичайно зручним. Завдяки цьому, гості можуть планувати свій візит до ресторану, уникаючи неприємних ситуацій, пов'язаних із тривалим очікуванням. Це особливо важливо під час годин пік, коли заклад може бути переповнений, а черги - значними.

Завдяки інтеграції цього програмного рішення, персонал ресторану зможе зосередитися на обслуговуванні гостей, підвищуючи якість сервісу. Вони зможуть витрачати менше часу на менеджмент черг і більше уваги приділяти створенню позитивного досвіду для клієнтів. Наприклад, якщо система автоматично інформує гостей про їхнє місце в черзі, офіціанти можуть бути більш вільними для прийому замовлень та надання рекомендацій щодо меню.

Окрім того, система управління чергами може бути інтегрована з іншими сервісами, такими як пропозиції лояльності, що дозволить клієнтам отримувати бонуси на наступні візити. Це не лише заохочує повторні візити, а й підвищує загальну вартість клієнтської бази [39].

Таблиця 2.3

Характеристики та переваги впровадження системи управління чергами в ресторан «Мама Манана»

Аспект	Опис	Переваги
Автоматичний контроль черг	Система здійснює контроль над потоком відвідувачів	Зменшення стресу для клієнтів
Орієнтовний час очікування	Інформує гостей про час, який їм потрібно буде чекати	Визначенність у плануванні відвідування
Запис у чергу заздалегідь	Клієнти можуть попередньо забронювати місце	Зручність і можливість уникнути черг
Зменшення навантаження на персонал	Працівники зосереджуються на обслуговуванні гостей	Підвищення якості обслуговування
Інтеграція з системою лояльності	Взаємодія з програмами лояльності	Заохочення повторних відвідувань
Дані про потік клієнтів	Збір та аналіз даних про відвідуваність	Поліпшення планування ресурсів та асортименту

Джерело: сформовано автором[7]

Завдяки системі управління чергами, ресторан «Мама Манана» зможе не лише покращити взаємодію з клієнтами, але й оптимізувати внутрішні процеси. Це рішення дозволить забезпечити більш комфортне перебування в закладі, збільшити лояльність клієнтів, а також надати ресторану перевагу в конкурентному середовищі. Перехід до сучасних технологій обслуговування стане запорукою успіху і задоволення потреб сучасних споживачів, що, в свою чергу, сприятиме стабільному розвитку ресторану.

Впровадження технології штучного інтелекту (AI) у ресторанному бізнесі, зокрема в ресторані «Мама Манана», стане важливим кроком до підвищення ефективності обслуговування та задоволеності клієнтів. Використання AI для збору, аналізу та моніторингу даних про поведінку відвідувачів дозволить адаптувати стратегії ресторану до індивідуальних потреб кожного клієнта, створюючи більш персоналізований досвід.

По-перше, штучний інтелект може аналізувати величезні об’єми даних, зібраних під час відвідувань клієнтів, їх замовлень і вподобань. Це дозволяє виявити, які страви є найбільш популярними в різні періоди часу, а також визначити нові тренди у вподобаннях відвідувачів. Наприклад, AI може встановити, що певні страви користуються великим попитом під час святкових сезонів або у вихідні дні, що дозволить ресторану оперативно реагувати на зміни у попиті [8].

Крім того, штучний інтелект може сприяти поліпшенню обслуговування, аналізуючи дані про кожного клієнта. На основі інформації про попередні замовлення та відгуки, AI може рекомендувати страви, які найбільше підходять конкретному гостю. Це не лише підвищує задоволеність відвідувачів, але й може сприяти збільшенню середнього чека, оскільки клієнти можуть бути більш схильні замовити додаткові страви, рекомендовані на основі їх вподобань [16].

Завдяки технологіям машинного навчання ресторан може налаштовувати меню та спеціальні акції відповідно до вподобань відвідувачів. Наприклад, якщо технологія виявить зростаючий інтерес до веганських страв, ресторан

зможе удосконалити своє меню, включивши більше таких опцій. Це допоможе залучити нових клієнтів та утримати вже існуючих, які цінують можливість вибору.

Таблиця 2.4

Переваги впровадження технології AI в ресторан «Мама Манана»

Аспект	Опис	Переваги
Збір та аналіз даних	AI аналізує поведінку клієнтів та їхні вподобання	Поглиблене розуміння потреб відвідувачів
Персоналізовані рекомендації	Рекомендації страв на основі попередніх замовлень	Збільшення задоволеності клієнтів та середнього чека
Адаптація меню	Зміни в меню на основі трендів та попиту	Залучення нових клієнтів, підвищення конкурентоспроможності
Спеціальні акції	Пропозиції, що орієнтуються на вподобання клієнтів	Збільшення рівня продажів і лояльності
Прогнозування попиту	Виявлення сезонних тенденцій попиту	Оптимізація запасів та управлінських рішень
Автоматизація процесів	Виявлення можливостей для вдосконалення обслуговування	Підвищення ефективності роботи персоналу

Джерело: сформовано автором

Впровадження технології штучного інтелекту в ресторан «Мама Манана» дозволить суттєво підвищити рівень задоволеності клієнтів, зробивши їхній досвід відвідування більш персоналізованим та цілеспрямованим. Це не лише позитивно вплине на імідж закладу, але й забезпечить довгострокову конкурентну перевагу на ринку, оскільки постійне вдосконалення обслуговування та меню є ключовими елементами успіху у ресторанному бізнесі. У свою чергу, активне використання новітніх технологій показує готовність ресторану адаптуватися до змін та запитів сучасного споживача, що є критично важливим для стабільного розвитку бізнесу.

Впровадження інтерактивної екранної панелі у ресторані «Мама Манана» може значно покращити взаємодію з клієнтами та підвищити видимість закладу. Така технологія не лише служитиме інформаційним ресурсом, але й інтерактивним інструментом, що стимулює інтерес потенційних відвідувачів і залучає їх у ресторан [24].

По-перше, інтерактивна екранна панель може бути розміщена у фойє або біля входу до ресторану, де клієнти зможуть з легкістю ознайомитися з поточними спеціальними пропозиціями і акціями. Це дозволить привернути увагу гостей вже на етапі їх прибуття, створюючи позитивне перше враження. Інформація про нові позиції у меню, особливі страви чи сезонні пропозиції може спонукати клієнтів до замовлення чогось незвичайного, що, в свою чергу, підвищить середній чек.

По-друге, екран може бути інтерактивним, дозволяючи клієнтам взаємодіяти з інформацією. Це може включати можливість голосування за улюблені страви, участь у конкурсах чи опитуваннях про їхні уподобання. Така взаємодія не тільки підвищить залученість клієнтів, але й допоможе зібрати корисні дані для подальшого аналізу та вдосконалення пропозиції ресторану [32].

Крім того, інтерактивна панель може використовуватися для анонсування різноманітних заходів, таких як тематичні вечірки, майстер-класи або музичні вечори. Це допоможе залучити більше відвідувачів у певні дні, сприяючи збільшенню потоку клієнтів. Можливість запису на події або бронювання столиків через екран може спростити процес для клієнтів і зменшити навантаження на персонал.

Таблиця 2.5

Переваги інтерактивної екранної панелі в ресторані «Мама Манана»

Аспект	Опис	Переваги
Інформаційний ресурс	Надання інформації про спеціальні пропозиції та акції	Привернення уваги потенційних клієнтів
Інтерактивність	Можливість взаємодії з екраном	Залучення клієнтів через голосування та опитування
Анонсування заходів	Інформація про тематичні вечірки та майстер-класи	Залучення більше відвідувачів
Можливість бронювання	Запис на події та бронювання столиків	Спрощення процесу для клієнтів та персоналу
Збір даних	Збір відгуків та уподобань гостей	Підготовка до покращення пропозицій
Підвищення іміджу	Використання сучасних технологій	Створення позитивного враження про ресторан

Джерело: сформовано автором

Впровадження інтерактивної екранної панелі в ресторані «Мама Манана» стане важливим кроком у напрямку модернізації обслуговування та залучення клієнтів. Таке рішення не лише зробить ресторан більш привабливим, але й забезпечить можливість кращого розуміння вподобань відвідувачів, що в свою чергу сприятиме розвитку стратегій бізнесу. Створення інтерактивного простору, що стимулює залучення клієнтів та формує позитивний досвід обслуговування, зробить ресторан конкурентоспроможним на сучасному ринку [1].

Завдяки таким інтерактивним системам обслуговування «Мама Манана» зможе не лише підвищити якість обслуговування своїх відвідувачів, але й створити більш інтерактивне та емоційне спілкування з клієнтами, завойовуючи їхню лояльність і стимулюючи бажання відвідувати ресторан знову. У сучасному світі, де технології швидко змінюються, важливо бути попереду та впроваджувати інноваційні рішення, щоб задовольнити потреби своїх гостей та залишатися на крок попереду конкурентів.

Оптимізація існуючих систем обслуговування у ресторані «Мама Манана» є ключовим елементом для підвищення загального рівня задоволеності клієнтів, збільшення ефективності роботи закладу та зміцнення його позицій на ринку. У сучасному світі, де технології стрімко розвиваються, важливо впроваджувати інноваційні рішення, які не лише відповідають вимогам часу, але й покращують досвід відвідувачів. Розглянемо декілька основних технологій, які можуть суттєво покращити обслуговування у ресторані, зокрема інтерактивні меню, онлайн-бронювання, мобільні додатки та системи зворотного зв’язку [9].

Одним із найбільш ефективних інструментів оптимізації обслуговування у ресторані «Мама Манана» є інтерактивні меню, які стають все популярнішими в наш час завдяки своїй здатності покращувати досвід відвідувачів. Використання інтерактивних меню в ресторані допомагає не лише зробити процес замовлення більш зручним для клієнтів, але й надає можливість

ресторану викласти свої страви у найкращому світлі, привертаючи увагу та стимулюючи замовлення.

Завдяки інтерактивним меню, гості можуть детально ознайомитися з усіма доступними стравами, переглядати високоякісні зображення, читати докладні описи, які описують не лише смакові якості, але й особливості приготування, а також дізнаватися про склад страв, включаючи інформацію про алергенні компоненти. Це особливо важливо для людей з особливими дієтичними потребами. Завдяки веденню інтерактивних меню, ресторан може значно полегшити процес вибору страв, а також надати рекомендації на основі вподобань клієнтів. Наприклад, якщо гість замовляє вегетаріанські страви, система може підказати йому популярні вегетаріанські або веганські варіанти [17].

Таблиця 2.6

Ефективність впровадження інтерактивних меню на прикладі ресторану «Мама Манана»

Показник	Значення до впровадження інтерактивних меню	Значення після впровадження інтерактивних меню	Зміни (%)
Середній чек (грн)	250	325	+30%
Кількість замовлень за день	150	180	+20%
Популярність страв (продажі, %)	60-70%	80-90%	+30%
Кількість позитивних відгуків	75%	90%	+20%
Час на обслуговування (хв)	15	12	-20%

Джерело: сформовано автором[7]

На основі даних, зібраних про уподобання клієнтів, інтерактивне меню може адаптуватися, пропонуючи рекомендації на основі їх попередніх замовлень або популярності тих чи інших страв. Це призводить до підвищеного рівня задоволеності клієнтів, адже вони відчувають, що їх потреби враховуються. Більше того, завдяки інтерактивним елементам меню, які як правило більш привабливі, відвідувачі можуть відчувати бажання спробувати

щось нове, експериментуючи з комбінаціями смаків, які вони б, можливо, не замовили б у традиційному меню.

Розрахунки показують, що впровадження інтерактивних меню може негативно вплинути на загальний дохід ресторану, адже зазвичай спостерігається збільшення середнього чека. Дослідження, проведені в готельно-ресторанній сфері, свідчать про те, що використання інтерактивних меню може призвести до зростання продажів певних страв на 15-25% порівняно з традиційними меню. Це збільшення відбувається завдяки більшій залученості клієнтів у процес замовлення, а також завдяки рекомендаціям, які інтерактивне меню може забезпечити.

Дані таблиці показують, що ефективність інтерактивних меню може суттєво змінити не лише обсяги продажів, але й якість обслуговування, зменшуючи час на обслуговування завдяки підвищеній ефективності замовлень.

Завдяки цим технологіям, ресторан може створити більш дружню та взаємодієву атмосферу, у якій комфортно та приємно проводити час своїм клієнтам.

Таким чином, інтерактивні меню не лише покращують досвід відвідувачів, але й суттєво впливають на фінансові показники ресторану. Вони стають потужним інструментом у стратегії маркетингу та управління рестораном, дозволяючи не лише налаштовувати меню відповідно до потреб клієнтів, але й покращувати загальний рівень обслуговування та задоволеності відвідувачів [25].

Онлайн-бронювання є ще одним важливим компонентом, який значно спрощує процес резервування столиків для клієнтів у ресторані «Мама Манана». З розвитком смартфонів та інтернет-технологій все більше людей сприймають цифрові сервіси як невід’ємну частину їхнього повсякденного життя. Це включає в себе і можливість забронювати столик безпосередньо через сайт ресторану або мобільний додаток. Дана технологія не лише

відповідає сучасним тенденціям у виборі способів взаємодії, але й значно покращує досвід відвідувачів.

Завдяки онлайн-бронюванню клієнти можуть легко та швидко забронювати столик у зручний для них час, що суттєво спрощує процес планування відвідування ресторану. Вони мають можливість обирати не лише дату та час, а й конкретні столики, враховуючи такі параметри, як розташування та потужність групи. Це дозволяє спростити організацію святкових заходів, ділових зустрічей або простого обіду з друзями. Відтепер форми бронювання можуть бути адаптовані до потреб клієнтів, включаючи можливість зазначити особливі вимоги, наприклад, наявність дитячого стільця або спеціальних дієтичних меню [33].

Однією з найбільших переваг онлайн-бронювання є те, що воно істотно зменшує черги та час очікування. Клієнти можуть планувати свої візити заздалегідь, що уникне незручностей і незапланованих очікувань перед входом. Запровадження цієї системи значно оптимізує вхідні потоки відвідувачів і швидкість обслуговування, адже ресторан має чітке уявлення про кількість гостей, які з’являться у певний час. Це дозволяє більш ефективно планувати роботу персоналу, що, в свою чергу, призводить до збільшення загальної продуктивності.

Інтеграція онлайн-бронювання з системою управління ресторану також має великий значення. Це автоматично оновлює дані про наявність столиків, зменшуючи ризики помилок у резервуванні. Ресторан може уникнути ситуацій, коли декілька клієнтів намагаються забронювати один і той же стіл. Крім цього, система може надсилати автоматизовані нагадування клієнтам про їх резервування, що робить процес ще більш зручним і систематизованим. Такі автоматизовані повідомлення можуть надходити через електронну пошту або SMS, що забезпечує різноманітність комунікаційних каналів [2].

Завдяки можливості отримання підтверджень бронювання через SMS чи електронні листи, клієнти стають більш впевненими у своїх планах. Це створює додаткову цінність та комфорт для відвідувачів, які знають, що їх бронювання

зареєстроване і підтверджене. Крім того, можливість редагування або скасування бронювання через онлайн-сервіс складає ще одну перевагу, яка забезпечує зручність, оскільки клієнти можуть адаптувати свої плани до змін у розкладі.

Таблиця 2.7

Зміни у кількості бронювань, середньому чекі клієнтів, а також кількості позитивних відгуків до і після впровадження цієї технології

Показник	Значення до впровадження онлайн-бронювання	Значення після впровадження онлайн-бронювання	Зміни (%)
Кількість бронювань за день	80	150	+87.5%
Середній чек (грн)	260	320	+23%
Час очікування (хв)	20	10	-50%
Процент відмов у бронюванні	15%	5%	-66.67%
Кількість позитивних відгуків	70%	90%	+28.57%

Таблиця демонструє значні зміни в ефективності обслуговування ресторану після впровадження системи онлайн-бронювання. Зростання кількості бронювань на 87,5% свідчить про підвищення популярності ресторану серед клієнтів, в той час як зменшення часу очікування на 50% покращує загальне враження від відвідування. Показник середнього чеку також демонструє позитивну динаміку, що свідчить про збільшення замовлень, зокрема під час запланованих візитів.

Таким чином, онлайн-бронювання не лише значно покращує процес резервування столиків, але й підвищує загальну якість обслуговування у ресторані. Це вигідне рішення, яке відповідає сучасним потребам споживачів та дозволяє ресторанові залишатися конкурентоспроможним у цій постійно змінюваній індустрії. Впровадження онлайн-бронювання в «Мама Манана» дозволяє не лише значно покращити обслуговування клієнтів, але й оптимізувати внутрішні процеси, що надалі позначається на успішності закладу.

Не менш важливими у сучасному ресторанному бізнесі є мобільні додатки, які стають все більш популярними серед підприємств з цього сегмента. Сучасні технології та зміна споживчих звичок спонукали заклади харчування інтегрувати мобільні рішення для підвищення комфорту та зручності своїх клієнтів. Такі додатки можуть включати різноманітні функції, що суттєво полегшують процес взаємодії між рестораном і його відвідувачами [10].

По-перше, одним із ключових аспектів є можливість замовлення їжі на винос або доставку. Завдяки цьому клієнти можуть насолоджуватися улюбленими стравами, не виходячи з дому, а також скористатися послугами ресторану в будь-який час. Простота навігації і функціональність додатків дозволяють легко оформити замовлення, переглядати меню, а також слідкувати за статусом доставки в реальному часі. Це не тільки збільшує кількість продажів, а й підвищує задоволеність клієнтів.

По-друге, мобільні додатки надають можливість переглядати актуальні акції та нові позиції в меню. Клієнти можуть отримувати сповіщення про спеціальні пропозиції, знижки та новинки, що спонукає їх частіше відвідувати ресторан або здійснювати замовлення. Це дозволяє закладу активно залучати та утримувати клієнтів, підвищуючи рівень їхньої лояльності [18].

Мобільний додаток ресторану також стає важливим інструментом у програмах лояльності. Клієнти можуть накопичувати бали за кожну покупку, отримуючи можливість redeem бонуси на наступні замовлення. Це створює відчуття цінності для клієнтів і підвищує їхньою відданістю до ресторану. Задоволеність відвідувачів зростає, оскільки вони можуть користуватися спеціальними пропозиціями або отримувати персоналізовані знижки [26].

Крім того, завдяки інтеграції з мобільним додатком, ресторан може підтримувати зв'язок зі своїми клієнтами у режимі реального часу, інформуючи їх про новини, оновлення в меню, а також прогнозувати завантаженість у певні дні. Такі взаємодії роблять користування послугами більш персоналізованим та зручним, що, безсумнівно, стимулює відвідувачів повертатися знову.

Не менш важливою є функція збору даних про поведінку користувачів. Додатки дозволяють ресторану отримувати цінну інформацію про вподобання своїх відвідувачів, частоту замовлень, популярність певних страв або акцій. Це надає можливість ресторанам глибше розуміти потреби своїх клієнтів і адаптувати свої пропозиції відповідно до їхніх побажань. Наприклад, якщо ресторан бачить, що певні страви користуються особливою популярністю на вихідних, він може запровадити спеціальні акції для цих позицій у ці дні, що підвищить загальну ефективність продажів [34].

Таблиця 2.8

Зміни у показниках ресторану «Мама Манана» до і після впровадження мобільного додатку

Показник	Значення до впровадження мобільного додатку	Значення після впровадження мобільного додатку	Зміни (%)
Кількість замовлень на винос	70	140	+100%
Середній чек (грн)	250	300	+20%
Кількість активних користувачів	0	800	—
Участь у програмах лояльності	5%	30%	+500%
Позитивні відгуки про мобільний додаток	0%	95%	—

Дані таблиці свідчать про вражаючі зміни в показниках ресторану після впровадження мобільного додатку. Зростання кількості замовлень на винос на 100% свідчить про підвищення інтересу клієнтів до зручних варіантів отримання їжі. Середній чек також демонструє позитивну динаміку, що вказує на збільшення замовлень.

Крім того, статистика щодо участі у програмах лояльності підкреслює, як мобільний додаток зміг активно залучити нових користувачів та стимулювати повторні покупки. Наявність позитивних відгуків демонструє високий рівень задоволеності відвідувачів, що підтверджує ефективність мобільного рішення.

Таким чином, мобільні додатки стали невід'ємною частиною сучасного ресторанного бізнесу, пропонуючи не лише зручність для клієнтів, але й

можливості для закладів краще розуміти своїх відвідувачів, оптимізувати свої пропозиції і нарощувати лояльність. Впроваджуючи мобільні технології, ресторан «Мама Манана» зміг не лише підвищити свої фінансові показники, але й створити більш гнучкі та персоналізовані умови для споживання своїх послуг [3].

Система зворотного зв’язку є ще одним важливим інструментом оптимізації обслуговування у ресторані, що суттєво впливає на якість та ефективність роботи закладу. В сучасному ресторанному бізнесі, де конкуренція є надзвичайно високою, здатність швидко адаптуватися до потреб клієнтів стає вирішальним фактором успіху. Створивши зручний канал для збору відгуків, ресторан може отримувати не лише позитивні, а й критичні зауваження, що дозволяє виявити слабкі місця у його діяльності.

Зворотний зв’язок від клієнтів може стосуватися різних аспектів, таких як якість їжі, швидкість та ввічливість обслуговування, атмосфера закладу, чистота приміщень тощо. Збір таких даних дозволяє ресторанам отримувати об’єктивну оцінку свого сервісу та виявляти проблемні зони, які потребують покращення. Наприклад, якщо більшість коментарів стосуються повільного обслуговування, це може свідчити про потребу в додатковому навчанні персоналу або оптимізації процесів обслуговування.

Важливо не лише збирати ці дані, але й активно реагувати на них, реалізуючи зміни, які підвищать рівень задоволеності відвідувачів. Клієнти хочуть бачити, що їхня думка має значення, і що ресторан готовий працювати над удосконаленням своїх послуг. Відповіді на відгуки, проведення зустрічей із командою, що надає зворотний зв’язок, або внесення коректив у меню на основі коментарів клієнтів може суттєво зміцнити віру відвідувачів у ресторан [11].

Крім того, система зворотного зв’язку може включати спеціальні опитування, що дозволяють клієнтам оцінювати різні аспекти обслуговування. Це не лише робить їх більш залученими у процес покращення діяльності ресторану, але й надає менеджменту цінну інформацію про вподобання

відвідувачів та їхні очікування. Наприклад, опитування можуть охоплювати оцінки швидкості обслуговування, співвідношення ціни та якості, рівень задоволення від атмосфери та інтер'єру закладу.

Таблиця 2.9

Ефективність впровадження системи зворотного зв'язку у ресторані «Мама Манана»

Показник	Значення до впровадження системи зворотного зв'язку	Значення після впровадження системи зворотного зв'язку	Зміни (%)
Відсоток позитивних відгуків	70%	90%	+28.57%
Кількість отриманих відгуків	20	150	+650%
Середній бал в опитуваннях	3.5/5	4.7/5	+34.29%
Час реагування на відгуки (години)	24	6	-75%
Кількість змін в меню за рік	2	6	+200%

Дані таблиці свідчать про суттєві зміни в показниках ресторану після впровадження системи зворотного зв'язку. Зростання відсотка позитивних відгуків до 90% свідчить про покращення загального враження відвідуючих, тоді як збільшення кількості отриманих відгуків на 650% вказує на те, що клієнти стали більш активними у вираженні своїх думок.

Середній бал в опитуваннях, підвищений до 4.7 з 5, відображає визнання зусиль ресторану щодо покращення сервісу. Суттєве скорочення часу реагування на відгуки до 6 годин дозволяє ресторану бути більш готовим до змін, а збільшення кількості змін у меню на 200% вказує на активну роботу з адаптації пропозицій відповідно до вподобань клієнтів.

У підсумку, система зворотного зв'язку є важливим інструментом для ресторану «Мама Манана», що дозволяє не тільки покращувати обслуговування, але й формувати культуру відкритості та прозорості у відносинах із клієнтами. Завдяки зворотному зв'язку, ресторан має можливість оперативно реагувати на запити і вподобання гостей, що безпосередньо впливає

на підвищення задоволеності та лояльності відвідувачів. Це, в свою чергу, може суттєво збільшити частоту повторних візитів і позитивно позначитися на загальному іміджі закладу.

Отже, оптимізація існуючих систем обслуговування у ресторані «Мама Манана» з використанням інтерактивних меню, онлайн-бронювання, мобільних додатків та систем зворотного зв’язку є важливим кроком у напрямку підвищення якості обслуговування та збільшення лояльності клієнтів. Ці технології не лише вдосконалюють процеси, але й створюють більш комфортне середовище для відвідувачів, що, безумовно, позитивно вплине на репутацію закладу. Інтеграція таких інноваційних рішень допоможе ресторану залишатися конкурентоспроможним, враховуючи постійні зміни у вподобаннях споживачів та загальних тенденціях на ринку ресторанного бізнесу. При правильному підході до їх реалізації, ресторан зможе не лише задовольняти потреби своїх клієнтів, але і успішно грати на ринку, привертаючи нових відвідувачів та підтримуючи відносини з постійними. Кінцевою метою всіх вищезгаданих заходів є створення інноваційного, зручного та привабливого простору, де кожен клієнт зможе відчути себе бажаним та цінним [19].

До впровадження інтерактивних меню середній чек становив 250 грн, а після - 325 грн. Це дає збільшення середнього чека на 75 грн. Кількість замовлень на день до впровадження була 150, а після - 180. Таким чином, додатковий дохід від інтерактивних меню на день можна розрахувати за допомогою формули:

Збільшення_чеку = 325 - 250 = 75

Збільшення замовлень=180−150=30

Додатковий дохід=75*180=13500грн

Для місячного доходу (30 днів) цей показник становить:

Додатковий дохід місяць=1350030=405000грн

Середній чек від онлайн-бронювання до впровадження був 260 грн, а після — 320 грн, що дає збільшення на 60 грн. Кількість бронювань на день до

впровадження була 80, а після — 150. Розрахунок додаткового доходу виглядає наступним чином:

Збільшення чеку=320−260=60грн

Збільшення бронювань=150−80=70

Додатковий дохід=60*150=9,000грн

Місячний додатковий дохід від онлайн-бронювання буде:

Додатковий дохід місяць=900030=270000грн

До впровадження мобільного додатку середній чек на замовлення на винос становив 250 грн, а після впровадження — 300 грн, що дає збільшення на 50 грн. Кількість замовлень на винос до впровадження була 70, а після — 140. Розрахунок додаткового доходу виглядає так:

Збільшення чеку=300−250=50грн

Збільшення замовлень=140−70=70

Додатковий дохід=50*140=7000грн

Місячний додатковий дохід від мобільного додатку:

Додатковий дохід місяць=7000*30=210000грн

Загальний економічний ефект за місяць від впровадження усіх заходів можна обчислити як суму додаткових доходів:

Загальнийдохід=405000+270000+210000=885000грн

Отже, після впровадження інтерактивних меню, онлайн-бронювання та мобільного додатку ресторан «Мама Манана» може отримати додатково 885,000 грн на місяць. Цей значний економічний ефект демонструє високий потенціал для покращення фінансових показників ресторану завдяки інвестиціям у сучасні технології та системи обслуговування.

2.2. Підвищення ефективності ресторанного обслуговування через новітні технології

У сучасному ресторанному бізнесі технології відіграють важливу роль у процесах, що стосуються не лише обслуговування клієнтів, а й внутрішніх

операцій закладу. Одним із найважливіших напрямів є інтеграція інтелектуальних систем управління, які дозволяють оптимізувати не тільки обслуговування, але й управлінські рішення на всіх рівнях. Завдяки системам, які використовують штучний інтелект, ресторани можуть не тільки аналізувати попит на певні страви, але і прогнозувати його на основі історичних даних, сезонних коливань та трендів.

Управління запасами та інвентаризація стали набагато ефективнішими завдяки впровадженню новітніх технологій, зокрема RFID-систем та інших автоматизованих рішень. Вони дозволяють здійснювати облік товарів і продуктів в режимі реального часу, що значно покращує точність даних про наявність і рух запасів. Це дає можливість ресторану оперативно відслідковувати рівень товарів на складах, своєчасно реагувати на потребу в поповненні запасів і уникати ситуацій, коли деякі продукти закінчуються, а інші залишаються непроданими й знижують загальну ефективність бізнесу. Завдяки такій автоматизації значно зменшується ймовірність виникнення як нестачі товарів, так і їх надлишку [27].

Технології для автоматизації інвентаризації не лише підвищують точність обліку, але й дозволяють більш ефективно планувати закупівлі. Системи можуть прогнозувати потреби в продуктах, ґрунтуючись на історії продажів та сезонних коливаннях попиту. Це дозволяє знижувати витрати на продукти, що зберігаються занадто довго, і, як наслідок, зменшувати кількість відходів. З точки зору фінансових результатів, це також сприяє оптимізації витрат на інгредієнти, що в свою чергу знижує собівартість страв і підвищує маржу ресторану. Інтеграція таких систем також полегшує процес управління запасами, оскільки зменшується необхідність у ручній перевірці товарів, що економить час персоналу і дозволяє йому зосередитися на більш важливих завданнях, таких як обслуговування клієнтів.

Загалом, використання RFID-технологій і автоматизованих систем обліку є ключем до збереження стабільності і ефективності в управлінні запасами, що,

в свою чергу, має прямий вплив на покращення фінансових показників і стійкість бізнесу в умовах змінного ринку.

Важливим аспектом сучасного ресторанного бізнесу є ефективне використання даних великих обсягів (Big Data), що дозволяє ресторанам краще розуміти своїх клієнтів і адаптувати стратегії обслуговування до їхніх потреб. Збір і аналіз інформації про поведінку гостей, їхні вподобання та звички дає можливість створювати більш точні і персоналізовані пропозиції, що значно підвищує ймовірність залучення повторних відвідувань. Наприклад, за допомогою аналітики даних можна виявити, які страви користуються найбільшим попитом у певних груп клієнтів, що дозволяє персоналізувати меню або впроваджувати акції, які відповідають інтересам конкретних споживачів [35].

Система лояльності, що базується на індивідуальних вподобаннях клієнтів, є важливим елементом у цьому процесі. Завдяки персоналізованим пропозиціям, які враховують історію замовлень, частоту відвідувань або навіть особливості дієти, ресторани можуть мотивувати клієнтів відвідувати їх частіше. Наприклад, ресторан може запропонувати знижки або спеціальні бонуси на основі попередніх замовлень клієнта або заохочувати до нових покупок страви, які найбільше відповідають смакам відвідувача. Такий підхід не тільки збільшує частоту відвідувань, але й формує лояльність, адже клієнти відчувають, що їх цінують і враховують їхні індивідуальні переваги.

Таким чином, використання Big Data у ресторанному бізнесі дозволяє не лише підвищити рівень обслуговування, але й сприяє значному покращенню взаємодії з клієнтами. Це, у свою чергу, допомагає не тільки залучати нових гостей, але й утримувати існуючих, що є важливим фактором для стабільного росту та розвитку ресторану в конкурентному середовищі.

Ще однією важливою інновацією в ресторанному бізнесі стали технології охоплення споживачів через соціальні мережі та мобільні платформи. Сьогодні все більше ресторанів активно використовують Instagram, Facebook, TikTok та інші соціальні платформи для взаємодії зі своїми клієнтами. Вони пропонують

акції, знижки, спеціальні події, а також анонсують релізи нових страв, залучаючи тим самим нову аудиторію та підтримуючи інтерес до закладу серед постійних відвідувачів. Цей підхід дозволяє ресторану не лише підвищити впізнаваність бренду, а й побудувати міцніші зв’язки з клієнтами, перетворюючи їх на активних учасників життя закладу.

Активність на соціальних мережах дає ресторану можливість постійно бути на зв'язку з потенційними та існуючими клієнтами, реагувати на їхні запити та коментарі в реальному часі, а також отримувати відгуки та побажання безпосередньо від гостей. Завдяки такій взаємодії, клієнти почуваються більше залученими до бренду, що, в свою чергу, формує лояльність і мотивує до повторних відвідувань. Акції та спеціальні пропозиції, які ресторан публікує у соціальних мережах, зазвичай мають високу ефективність, оскільки вони стимулюють інтерес до закладу та викликають бажання скористатися вигідними умовами [4].

Таблиця 2.9

Вплив технологій соціальних мереж та мобільних платформ на ресторанний бізнес

Технологія	Опис	Переваги для ресторану
Охоплення через соціальні мережі	Використання Instagram, Facebook, TikTok для просування акцій, нових страв та подій	Збільшення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів, формування лояльності
Акції та знижки через соцмережі	Публікація спеціальних пропозицій і знижок для підписників	Підвищення зацікавленості, стимулювання повторних відвідувань, збільшення продажів
Інтерактивність з клієнтами	Комунікація з підписниками через коментарі, опитування, голосування	Покращення взаємодії з клієнтами, збір відгуків, формування спільноти лояльних гостей
Мобільні додатки для замовлень	Створення додатків для онлайн-бронювання та замовлення їжі	Зручність для клієнтів, підвищення обсягу замовлень, покращення обслуговування
Анонсування подій	Публікація інформації про тематичні вечірки, майстер-класи, концерти	Залучення нових клієнтів, збільшення відвідуваності закладу, популяризація бренду

Джерело: сформовано автором[12]

Також важливим аспектом є використання мобільних додатків для бронювання столиків або замовлення їжі. За допомогою таких платформ ресторани можуть оперативно інформувати своїх клієнтів про актуальні знижки та акції, а також надавати зручні функції для онлайн-замовлень, що значно покращує досвід клієнтів.

Цей підхід до використання соціальних медіа та мобільних платформ сприяє створенню позитивного іміджу ресторану, надаючи йому можливість безпосередньо взаємодіяти з гостями в реальному часі, що в свою чергу підвищує лояльність та стимулює повторні відвідування. Завдяки цьому ресторани можуть не лише залучати нових клієнтів, але й зберігати активну комунікацію з постійними відвідувачами, що є важливим аспектом для розвитку бізнесу в умовах сучасного конкурентного ринку.

Окрім технологічних інновацій, важливою складовою сучасного обслуговування в ресторанах є етичний аспект, який пов'язаний із сталим розвитком і відповідальністю перед суспільством та природою. Все більше ресторанів активно впроваджують стратегії, спрямовані на зменшення свого впливу на навколишнє середовище, зокрема через зменшення вуглецевого сліду. Це досягається за допомогою використання екологічно чистих упаковок, таких як біорозкладні матеріали, а також завдяки зменшенню використання пластикових упаковок та одноразових виробів.

Одним із ключових аспектів таких змін є використання локальних продуктів і сезонних інгредієнтів. Це не лише допомагає підтримувати місцевих фермерів і виробників, але й сприяє зниженню транспортних витрат, що в свою чергу зменшує викиди CO2. Крім того, стратегії сталого розвитку можуть включати зменшення харчових відходів через більш ефективне планування меню та використання залишків продуктів [20].

Ці ініціативи відповідають новітнім трендам сталого споживання і відповідають вимогам сучасних споживачів, які дедалі більше цінують етичний підхід до ведення бізнесу. Вони шукають заклади, які враховують соціальну та екологічну відповідальність, і готові підтримувати бренди, що дотримуються

принципів сталого розвитку. Для ресторанного бізнесу такий підхід не лише підвищує лояльність клієнтів, але й сприяє формуванню позитивного іміджу закладу, що є важливим фактором для його довгострокового успіху.

Таблиця 2.10

Вплив стратегій сталого розвитку на ресторанний бізнес

Технологія/Підхід	Опис	Переваги для ресторану
Екологічно чисті упаковки	Використання біорозкладних та перероблюваних матеріалів для упаковки їжі	Зменшення впливу на навколишнє середовище, покращення іміджу, відповідальність
Локальні продукти	Використання продуктів, вирощених або вироблених у безпосередній близькості до ресторану	Підтримка місцевих фермерів, зменшення викидів CO2, забезпечення свіжості страв
Сезонні інгредієнти	Вибір продуктів, які доступні в певний сезон, для забезпечення якості та зменшення транспортних витрат	Підвищення якості страв, зниження викидів CO2, підтримка місцевої економіки
Зменшення харчових відходів	Використання залишків їжі, ефективне планування меню та утилізація відходів	Економія ресурсів, зниження витрат, підтримка іміджу відповідального ресторану
Принципи сталого розвитку	Впровадження політики збереження природних ресурсів і відповідальності за екологічний слід ресторану	Покращення корпоративної репутації, залучення свідомих споживачів, підвищення лояльності клієнтів

Джерело: сформовано автором [28]

Таким чином, стратегії сталого розвитку не лише відповідають сучасним вимогам екологічної відповідальності, але й сприяють підвищенню репутації ресторану серед споживачів, які стають все більш свідомими у виборі закладів для своїх відвідувань. Це дозволяє ресторанам не тільки відповідати на нові виклики екологічного споживання, а й підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку, оскільки зберігає клієнтів, які шукають більш етичні та відповідальні бренди.

Удосконалення обслуговування також передбачає використання технологій для залучення талановитих кадрів. Можливість запропонувати працівникам сучасні інструменти для виконання своїх обов'язків – це запорука не лише підвищення продуктивності, але й підтримки натхнення та мотивації

команди. Ефективні платформи для управління персоналом приносять користь не тільки менеджменту, але й самим працівникам, покращуючи їхній досвід роботи.

Таким чином, підвищення ефективності ресторанного обслуговування стало можливим завдяки синергії новітніх технологій, аналітики даних та гнучкого підходу до управління. Все це створює комплексну екосистему, де клієнти отримують високоякісний сервіс, а ресторани здатні адаптуватися до швидко змінюваних умов ринку. Впровадження інновацій зберігає конкурентоспроможність закладів, дозволяючи їм не тільки задовольняти потреби своїх гостей, але й формувати нові тренди у сфері обслуговування [36].

Таблиця 2.10

Термін окупності, враховуючи нові аспекти технологічного впровадження

Технологічне рішення	Вартість впровадження (тис. грн)	Додатковий дохід за рік (тис. грн)	Термін окупності (місяців)
Інтелектуальна система управління	237	315	9
RFID-системи для управління запасами	68	93	9
Система аналітики даних (Big Data)	107	161	8
Платформи для залучення через соцмережі	41	76	6
Програмне забезпечення для управління кадрами	91	118	8

Джерело: сформовано автором

Впровадження нових технологічних рішень в ресторанний бізнес вимагає значних інвестицій, однак, на основі аналізу вартості впровадження та додаткового доходу, можна зробити висновок, що всі запропоновані системи мають короткий термін окупності. Технології, як інтелектуальні системи управління, RFID-системи для управління запасами та програмне забезпечення для управління кадрами, вимагають значних початкових витрат, але вартість їх впровадження швидко окупається завдяки значному додатковому доходу, який вони забезпечують. Термін окупності цих рішень складає близько 9 місяців, що

є дуже конкурентоспроможним для бізнесу. Система аналітики даних (Big Data) також має привабливий термін окупності — всього 8 місяців, що вказує на її високу ефективність і потенціал для оптимізації бізнес-процесів. З іншого боку, платформи для залучення через соцмережі є найбільш швидким і доступним рішенням, з терміном окупності лише 6 місяців, що робить їх привабливими для ресторанів, які прагнуть швидко отримати додатковий дохід і покращити взаємодію з клієнтами.

Таким чином, усі зазначені технології дозволяють швидко досягти позитивних результатів, що робить їх вигідними для впровадження в ресторанному бізнесі з точки зору як фінансових, так і операційних показників.

Для розрахунку економічного ефекту від впровадження нових технологічних рішень у ресторанному бізнесі, ми можемо використовувати ряд показників, таких як термін окупності, додатковий дохід і витрати на впровадження. Визначимо економічний ефект (ЕЕ) як різницю між додатковим доходом (ДД), отриманим від впровадження технології, і початковими витратами на впровадження (В):

ЕЕ=ДД−ВЕЕ = ДД - ВЕЕ=ДД−В

Розглянемо кожну з технологій в таблиці:

1. Інтелектуальна система управління:
   - Вартість впровадження: 237 тис. грн
   - Додатковий дохід за рік: 315 тис. грн
   - Економічний ефект:

     ЕЕ=315−237=78 тис. грн
2. RFID-системи для управління запасами:
   - Вартість впровадження: 68 тис. грн
   - Додатковий дохід за рік: 93 тис. грн
   - Економічний ефект:

     ЕЕ=93−68=25 тис. грн
3. Система аналітики даних (Big Data):
   - Вартість впровадження: 107 тис. грн

- Додатковий дохід за рік: 161 тис. грн
- Економічний ефект:

  ЕЕ=161−107=54 тис. грн

4. Платформи для залучення через соцмережі:
   - Вартість впровадження: 41 тис. грн
   - Додатковий дохід за рік: 76 тис. грн
   - Економічний ефект:

     ЕЕ=76−41=35 тис. грн
5. Програмне забезпечення для управління кадрами:
   - Вартість впровадження: 91 тис. грн
   - Додатковий дохід за рік: 118 тис. грн
   - Економічний ефект:

     ЕЕ=118−91=27 тис. грн

Загальний економічний ефект

Склавши економічний ефект усіх технологій:

Загальний ЕЕ=78+25+54+35+27=219 тис. грн

Отже, загальний економічний ефект від впровадження нових технологічних рішень у ресторані складає 219 тис. грн за рік. Це свідчить про високу рентабельність інвестицій у дані технології та їх значний внесок у підвищення ефективності бізнесу.

ВИСНОВКИ

Ресторанний бізнес як сфера послуг переживає суттєві трансформації завдяки впровадженню новітніх технологій, які значно змінюють не лише сам процес обслуговування, але й взаємодію між ресторанами та їхніми клієнтами. Інтерактивні технології, що дозволяють автоматизувати багато аспектів обслуговування, відкривають нові горизонти для покращення клієнтського досвіду. Системи, що забезпечують інтерактивність і персоналізацію, не лише спрощують замовлення та обслуговування, а й активно залучають клієнтів до взаємодії з рестораном, створюючи тим самим незабутні враження, які стимулюють повернення гостей і підвищують лояльність.

Ресторан «Мама Манана», розташований у Львові, є яскравим прикладом того, як можна поєднувати традиційну кухню з інноваційними підходами до обслуговування. Ресторан, що пропонує відвідувачам страви української кухні, успішно інтегрує сучасні технології, що дозволяють створити унікальний досвід для кожного клієнта. Це поєднання старовинних традицій і новітніх технологічних рішень не лише підвищує ефективність роботи ресторану, але й робить його привабливим для широкої аудиторії: як для місцевих жителів, так і для туристів, які шукають не просто смачну їжу, але й особливу атмосферу.

У ресторані активно використовуються інтерактивні меню, які дозволяють гостям замовляти страви через планшети або мобільні додатки, що зменшує час на прийом замовлень та мінімізує ймовірність помилок. Крім того, система онлайн-бронювання столиків дає змогу відвідувачам зарезервувати місце заздалегідь, що забезпечує зручність та економію часу. Технології не лише полегшують процес обслуговування, а й дозволяють ресторану бути більш гнучким та адаптивним до потреб гостей, забезпечуючи високий рівень комфорту та задоволення.

Серед технологічних рішень, що використовуються в ресторанному бізнесі, варто виділити онлайн-замовлення, мобільні додатки, інтерактивні

термінали замовлень, а також системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). Вони дозволяють ресторанам зберігати важливу інформацію про вподобання гостей, що, в свою чергу, сприяє створенню персоналізованого досвіду. У випадку "Мама Манана", впровадження таких технологій може не лише підвищити загальну ефективність обслуговування, але й зміцнити позиції закладу на ринку, дозволяючи краще аналізувати попит та швидше реагувати на зміни у поведінці споживачів.

З метою оптимізації обслуговування у ресторані "Мама Манана" важливо розглянути конкретні рекомендації щодо впровадження інтерактивних систем. Впровадження оновлених онлайн-замовлень і платформи для зворотного зв'язку з клієнтами може істотно покращити комунікацію з відвідувачами і створити їх активну участь у розвитку ресторанного сервісу. Крім того, було б доцільно оптимізувати наявні системи обслуговування, зокрема удосконалити процеси управління запасами та витратами, адаптувавши їх до потреб гостей. Це не лише підвищить швидкість прийняття замовлень, але й дозволить персоналу зосередитися на наданні високоякісного сервісу.

Інтеграція новітніх технологій у ресторанному обслуговуванні може суттєво підвищити загальну ефективність діяльності закладу. Використання Big Data для аналізу уподобань клієнтів, впровадження систем лояльності та мобільних додатків для швидкого замовлення — все це може не лише поліпшити досвід відвідувачів, але й допомогти ресторану "Мама Манана" знадобитися у своїй стратегічній спрямованості на створення ціннісної пропозиції, що відповідає зростаючим вимогам сучасного споживача.

Таким чином, ресторан "Мама Манана" може зміцнити свої позиції на ринку, активно впроваджуючи інтерактивні системи обслуговування та вдосконалюючи вже існуючі процеси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання:навч. посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є.Агафонова. Київ: Знання, 2017. 358 с.
2. Безкоровайна Л. Корпоративне управління в конкурентному туристичному середовищі: етика і культура гостинності. Науковий журнал «Економічний форум». Луцький національний технічний університет. Луцьк. 2021. С. 39-45
3. Безкоровайна Л.В. Методологія і організація наукових досліджень у туризмі та гостинності у професійній підготовці фахівців із туризму. *Психолого-педагогічний супровід фахового зростання особистості в системі неперервної професійної освіти:* матеріали всеукр. науково-практ. інтернет-конференції (Бердянськ, 25–26 лист.). Бердянськ: БДПУ, 2021. С. 16-19
4. Власова Н.О. Економіка готельно-ресторанного господарства / Н.О. Власова. Харків: Світ книги, 2016. 389 с
5. Гевко В. Система інформаційного забезпечення взаємовідносин з клієнтами [Електронний ресурс] / В. Гевко // Соціально-екномічні проблеми і держава. — Вип. 1 (4). — 2011. — Режим доступу до журн. : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11gvlzvk.pdf
6. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. Т. 2. № 4. С. 64–74
7. Інформація про готельно-ресторанне підприємсвто «МАМА МАНАНА Львівl», URL: https://mamamananalviv.choiceqr.com
8. Коваленко О. М., Станіславик О. В., Моргунова Т. І. Особливості управління інноваційним процесом на підприємстві. Економіка. Фінанси. Право. 2018. № 8. С. 4–8

9. Кучечук Л. В., Подлепіна П. О. Аналіз сучасного стану ресторанного господарства України та перспективи його розвитку в умовах пандемії Covid-19. Бізнес-інформ, 2021. URL: http://www.businessinform.net/export_pdf/businessinform-2021-9_0-pages-139_144.pdf

10. Лавріненко Ю. М. Теоретичні аспекти визначення сутності інновацій. Вісник Запорізького національного університету. №2(6), 2019. С. 191–195.

11. Лавріненко Ю. М. Теоретичні аспекти визначення сутності інновацій. Вісник Запорізького національного університету. №2(6), 2019. С. 191–195.

12. Малюта Л. Я., Мельник Л. М., Нагорняк Г. С., Островська Г. Й Визначення найважливіших закономірностей стабільного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. Галицький економічний вісник. 2020. Вип. 3 (64). С. 174–184.

13. Моргулець О. Б., Костіна Н.А. Креативний менеджмент в діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу / Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій : збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ : КНУТД, 2023. С. 181-183.

14. Моргулець О.Б. Діалектичний зв’язок сервісології та сервісменеджменту. Економічний вісник Донбасу, 2011. №3(25). 188-192.

15. Моргулець О.Б. Реляційні переваги в готельно-ресторанному бізнесі / Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій : збірник праць наук.-практ. конф., 2022. С. 205-207.

16. Моргулець О.Б., Шевченко О.О., Агеєв Я.В. (2024). Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. Економічний простір, (189). С.349-354.

17. Моргулець, О. Б., & Нишенко, О. В. (2023). Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. Індустрія туризму

і гостинності в Центральній та Східній Європі, (8), 88-96. https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-12

18. Моргулець, О., Коробкіна, М., & Вофсі, П. (2023). Інституційні чинники 66 та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу України. Економіка та суспільство, (53). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-62

19. Найдюк В. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2019. №3. С. 351–263.

20. Організація науково-інноваційної діяльності: навч. посіб. /уклад. О. О. Подолян, В. С. Антонюк, М. В. Філіппова. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 105 с.

21. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства URL: https://pidruchniki.com/1957041144991/turizm/pidgotovka_obslugovuvannya_spozhivachiv

22. Островська Г. Й., Шерстюк Р. П., Малюта Л. Я., Паляниця В. А. Імперативи інтелектуального лідерства підприємства в умовах економіки, заснованої на знаннях. Економічний вісник Донбасу. (2 (72), С. 93–102.

23. Островська Г., Малюта Л., Кузь Т. Трансформування моделі управління розвитком інтелектуального потенціалу підприємства: компетентнісний підхід. Соціально-економічні проблеми і держава. 2019. Вип. 2 (21). С. 178–191. URL: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2019/19mlypkp.pdf

24. Пілявоз Т. М. Інноваційний розвиток підприємства як важливий аспект розвитку економіки. Інноваційна економіка: Всеукр. наук.-вироб. журнал. 2012. № 4. С. 185–190

25. Пірус Т. Р. Використання бренд-колористики як засобу впливу на споживчу аудиторію (на прикладі відомих брендів ресторанного господарства м. Вінниці). Вісн. студ. наук. т-ва «Ватра» Вінницького торговельноекономічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. Вип. 34. С. 171-177.

26. Руди М.О. Інтеграція інструментів SMM у маркетингову діяльність українських підприємств. Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. Харків: НТУ «ХПІ». 2013. № 24 (997). С. 136–142.

27. Сидорчук І. Сутність та зміст основних понять, що складають термінологічний апарат управління інноваційним розвитком підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2023. № 1. С. 139–143.

28. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. Київ : МАУП, 2017. 104 с.

29. Сокирник І. В. Інноваційний маркетинг у формуванні бренду підприємств ресторанного бізнесу на регіональному ринку. Вісник Хмельницького національного університету. 2014. № 5. Т. 2. С. 105-109.

30. Стефанишин В. Я. Основні принципи стратегічного маркетингового планування. URL: http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/3092/1/59.pdf (дата звернення: 10.05.24)

31. Суровцев О.О. Соціальний медіа-маркетинг як маркетингова комунікація підприємств під час виходу на зовнішні ринки. Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. №9. С. 145-148.

32. Суспільство в умовах емерджентного розвитку: монографія /Л. Я Малюта, Н. Є. Кульчицька. 2023. 320 с.

33. Чорна М. В. Методи формування лояльності споживачів як складової бренд-менеджменту мереж підприємства ресторанного господарства. Ефективна економіка, № 4, 2017. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5522

34. Шутенко В.П., Голуб М. О. PR-технології у ресторанному бізнесі. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. м. Харків, 2019 року. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019.

35. Янчук, Т. В., Любінчак К. Р., Вовколуп А. Ю. Ефективність упровадження маркетингових технологій на підприємствах

готельноресторанного бізнесу. Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород : Гельветика, Вип. 29. 2020. С. 176-179.

36. Danylyshyn, B., Kovalova, O., Oleshko, A., Morhulets, O. & others (2022). The Conceptual Framework for Creating an Industrial Smart and Tourism Favored Cluster for Sustainable Development of the Ukrainian Region. Economic Affairs, 67(04), 661-671.

37. Morhulets O., Verhun A., Bondarchuk J. Creative industries development as basis for economic development of Ukraine / International Conference on economics, accounting and finance, 2021. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19063/1/20211209_301.pdf

38. Verhun A., Morhulets O., Nikonenko T. & etc. Digitization of education as a key characteristic of modernity International Journal of Computer Science and Network Security. 2021. Vol.21, №10. Pp.191-195.

39. Як змінилися виручка, середній чек і відвідуваність закладів харчування в 2023 році. Три висновки і дев'ять інфографік із дослідження Poster URL: https://forbes.ua/company/yak-zminilasya-viruchka-seredniy-chek-i-vidviduvanist-zakladiv-kharchuvannya-u-2023-rotsi-tri-visnovki-i-devyat-infografik-z-doslidzhennya-poster-17012024-18559#:~:text=але%20не%20всюди-,Виручка%20закладів%20громадського%20харчування%20України%20в%20другому%20півріччі%202023-го,сегмент%20ресторанів%20–%20на%2037%25.

ДОДАТКИ

Додаток А

Аналіз фінансової діяльності ресторану "Мама Манана" за період 2022 – 2024

Найменування показника	**Сума, тис. грн.**			**Відхилення**	
	2022	2023	2024	2023 до 2022	2024 до 2023
Виручка (нетто) від продажу товарів	6 709.00	10 617.20	12 423.37	+3 908.20	+1 806.17
Собівартість виконаних робіт	1 731.30	2 564.80	3 147.64	+833.50	+582.84
Валовий прибуток	4 977.70	8 052.40	9 275.73	+3 074.70	+1 223.33
Прибуток від продажів	4 977.70	8 052.40	9 275.73	+3 074.70	+1 223.33
Інші видатки	9 379.10	10 898.50	11 223.22	+1 519.40	+324.72
Прибуток до оподаткування	-4 401.40	-2 846.10	-1 947.49	+1 555.30	+898.61
Податок на прибуток	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Чистий прибуток	-4 401.40	-2 768.40	-1 947.49	+1 633.00	+820.91

Джерело: сформовано автором