

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра готельно-ресторанного бізнесу**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Цифровізація сервісних процесів суб'єкта ресторанного бізнесу»**

Студентки 3 курсу, 8с групи  
спеціальності  
241 «Готельно-ресторанна справа»  
освітньої програми  
«Готельно-ресторанна справа»

Рудої  
Юлії Олексіївни

*підпис  
студента*

Науковий керівник  
д.е.н., проф.

*підпис  
керівника*

Босовська  
Мирослава Великсівна

Гарант освітньої програми  
к.е.н., доц.

*підпис  
гаранта*

Расулова  
Алла Миколаївна

Київ 2023



**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ****Факультет** ресторанно-готельного та туристичного бізнесу**Кафедра** готельно-ресторанного бізнесу**Спеціальність** 241 «Готельно-ресторанна справа»**Спеціалізація** «Готельно-ресторанна справа»**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу

проф. \_\_\_\_\_ М.Г. Бойко

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

***Рудої Юлії Олексіївни****(прізвище, ім'я, по батькові)*

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Цифровізація сервісних процесів суб'єкта ресторанного бізнесу»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2417.

**2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** 27 січня 2023 р.

**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи**

*Мета роботи* розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження сервісних технологій у підприємстві ресторанного господарства.

*Об'єкт дослідження* – сервісні процеси підприємства ресторанного господарства.

*Предмет дослідження* – методичні та практичні підходи до удосконалення сервісних технологій у ресторані «Wol.121», м. Одеса



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

##### **ВСТУП**

##### **РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ЦИФРОВІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОГО КОМПЛЕКСУ «Wol.121», М. ОДЕСИ**

1.1 Оцінка «цифровізації» сервісних процесів в Україні

1.2 Моніторинг факторів впливу на цифровізацію сервісних процесів готельно-рестораного комплексу «Wol.121»

##### **РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ У КОМПЛЕКСІ «Wol.121», М. ОДЕСИ**

2.1 Організаційні форми цифровізації сервісних процесів ресторану

2.2 Впровадження інноваційних цифрових сервісних технологій у комплексі «Wol.121»

##### **ВИСНОВКИ**

##### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

##### **ДОДАТКИ**

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA



### 5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 р.- 29.09.2022 р.	07.09.2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	06.10.2022 р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	25.10.22 р.- 19.11.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	20.11.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09.01.2023 р.	28.12.22 р.- 09.01.2023 р.
8	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.01.2022 р. - 24.01.2023 р.	21.01.2023р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	23.01.2023 р.- 27.01.2023 р.	25.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	28.01.2023 р	28.01.2023 р
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	29.01.2023 р.- 11.02.2023 р	29.01.2023 р.- 11.02.2023 р
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «1» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, к.е.н, проф.

(підпис)

**М.В. Босовська**

(ініціали, прізвище)

8. Гарант освітньої програми, к.е.н, доц.

(підпис)

**А.М. Расулова**

(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

(підпис)

**Ю.О. Руда**

(ініціали, прізвище)



## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студентка Руда Юлія Олексіївна виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно затвердженого календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає усім вимогам. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У роботі проаналізовано та узагальнено практичні засади цифровізації сервісних процесів. Проведено оцінку ефективності діючої системи цифровізації діяльності ресторану. Студенткою було розроблено комплекс заходів щодо удосконалення вже існуючих елементів системи цифровізації сервісу та обґрунтовано програму удосконалення цифровізації діяльності ресторану.

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

Керівник випускної  
кваліфікаційної роботи

**М.В. Босовська**

(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Рудої Ю.О. може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії. (прізвище, ініціали)

Гарант освітньої  
програми

**А.М. Расулова**

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Завідувач кафедри

**М.Г. Бойко**

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«   »            2022 р.



## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ЦИФРОВІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОГО КОМПЛЕКСУ «Wol.121», М. ОДЕСИ .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1 Оцінка «цифровізації» сервісних процесів в Україні .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2 Моніторинг факторів впливу на цифровізацію сервісних процесів         готельно-рестораного комплексу «Wol.121» .....</b>	<b>16</b>
<b>РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ У КОМПЛЕКСІ «Wol.121», М. ОДЕСИ .....</b>	<b>27</b>
<b>2.1 Організаційні форми цифровізації сервісних процесів ресторану....</b>	<b>27</b>
<b>2.2 Впровадження інноваційних цифрових сервісних технологій у         комплексі «Wol.121» .....</b>	<b>30</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>35</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>37</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>39</b>



## ВСТУП

7

**Актуальність випускної кваліфікаційної роботи.** Цифрові технології прикладного застосування є інноваційними та ефективними інструментами для досягнення цілей в ресторанному бізнесі. Цифровізація створює нові можливості для якісної діяльності закладів ресторанного бізнесу. Вона забезпечує свободу взаємодії закладів та гостей, надає інтерактивні інструменти, якими зможе користуватись кожен.

Інтегровані цифрові системи даних, що надають ресторанним закладам переваги завдяки розумнішому управлінню, плануванню діяльності, на сьогодні залишаються ключовими пріоритетами для ресторанної галузі.

Для ведення ефективного бізнесу ресторатори починають інвестувати чи використовувати нові технології, щоб випереджати галузеві тенденції.

Нові цифрові рішення у ресторанній сфері набувають особливої актуальності. Входження України в європейський і світовий ринок електронної комерції та послуг, банківської має на меті широку інтеграцію у цифровий світ з дотриманням національних пріоритетів.

**Метою** випускної кваліфікаційної роботи: дослідження цифрових технологій в ресторанному бізнесі, аналіз європейського тенденцій, азійських моделей та українські практики.

Основними завданнями випускної кваліфікаційної роботи є:

- визначити основні принципи «цифровізації» України; - ознайомитися з поняттями та підходами до законодавчого врегулювання на ринку цифрових технологій;
- проаналізувати тренди та інструменти ресторанних цифрових технологій;
- розглянути європейський досвід цифрового ресторанного бізнесу;
- проаналізувати моделі азійського ринку ресторанних цифрових технологій;
- оцінити українські практики.

**Предметом** випускної кваліфікаційної роботи є використання нових цифрових технологій у практичній діяльності закладу готельно-ресторанного господарства. **Об'єктом** дослідження – є сучасні цифрові технології, інструменти, програми, що оптимізують роботу готельно-ресторанного комплексу «Wol.121».



**Методи дослідження.** Основу випускної кваліфікаційної роботи становить такі методи та прийоми: системний підхід – застосований для оцінки стану аналітичного огляду законодавства України щодо понять та підходів до законодавчого врегулювання на ринку цифрових технологій; методи аналізу трендів та інструментів ресторанних цифрових технологій, досвіду ведення цифрового ресторанного бізнесу; графічний метод для відображення моделей та окремих показників ринку ресторанних цифрових технологій.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у наступному: обґрунтованості та спрямованості певних положень та рекомендацій, що викладені у випускній кваліфікаційній роботі, застосування яких значно поліпшить загальну діяльність готельно-ресторанного підприємства, підвищить рівень та позицію серед конкурентів за різними показниками, в першу чергу за показником якості надання сервісу та послуги загалом, а також покращить ефективність діяльності та підвищення різних економічних показників.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження були апробовані на IV Міжнародній науковій конференції «Prospects and achievements in applied and basic sciences», (Будапешт, Угорщина 9 – 12 лютого 2021 р).

**Структура** даної випускної кваліфікаційної роботи являє собою вступ, викладений основний матеріал, який складається з трьох розділів, які включають теоретичні засади, аналітичні дані та пропозиції щодо поліпшення ефективності діяльності готельно-ресторанного комплексу, висновки, а також список використаних джерел.



## РОЗДІЛ 1

### ДІАГНОСТИКА ЦИФРОВІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОГО КОМПЛЕКСУ «Wol.121», М. ОДЕСИ

#### 1.1. Оцінка «цифровізації» сервісних процесів в Україні

Цифрові технології — це одночасно величезний ринок та індустрія, а також платформа ефективності й конкурентоспроможності всіх ринків та індустрій, наведено на рис. 1.1 (Світові цифрові тренди) [1].



Рис. 1.1. Світові цифрові тренди

На основі актуальних наукових досліджень сформульовано 8 принципів цифровізації України зображено на рис. 1.2 (Принципи цифровізації) [2].



Рис. 1.2. Принципи цифровізації

Дотримання цих принципів є визначальним для створення, реалізації та користування перевагами, що надають «цифрові технології».



**Принцип №1.** Рівні можливості доступу до послуг, інформації та знань, що надаються на основі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). У 2011 році вільний доступ до мережі Інтернет визнано ООН як фундаментальне право людини.

**Принцип №2.** Створення переваг (вигід) у різноманітних аспектах життя. Практичний аспект цифрових технологій є інструментом, який пов'язаний з різними сферами життєдіяльності людини та країни: створенням нових робочих місць у ресторанному бізнесі, розвитком ресторанного підприємництва, підвищенням культури обслуговування.

**Принцип №3.** Механізм (платформа) економічного зростання завдяки приросту ефективності та збільшенню продуктивності від використання цифрових технологій. Ключова мета цього принципу — досягти «цифрової» трансформації економіки, сфер діяльності, їх нової якості та властивостей. Розподіл працівників, які почали використовувати цифрові платформи наведено на рис. 1.3 (відсоткове співвідношення) [3]. Один тільки «клаптевий» підхід до використання цифрових технологій як, скоріше, важливих компонентів системи, аніж її нової суті взагалі – не дозволить отримати суттєві переваги від цифрової економіки. Замість вибіркової «клаптевої» інформатизації, що лише покращує якості систем та сфер, Україна має рухатися до всеохоплюючої «цифровізації», що трансформує існуючі системи та сфери у нову цінність.

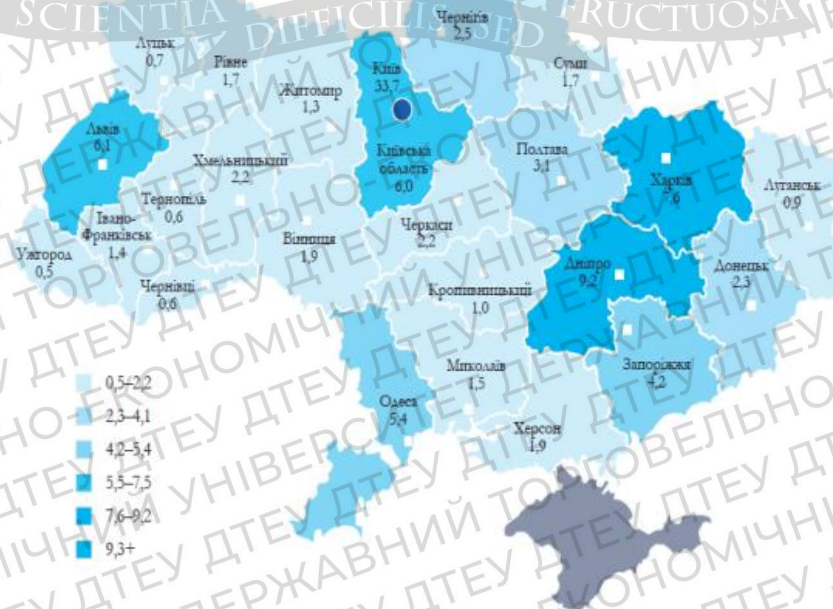


Рис. 1.3 Розподіл працівників цифрових платформ у відсотковому співвідношенні



**Принцип №4.** «Цифровізація» України має сприяти розвитку інформаційного суспільства, «креативного» середовища та «креативного» ринку тощо. Створення українського контенту відповідно до національних або регіональних потреб, має сприяти соціальному, культурному та економічному розвитку, зміцненню інформаційного суспільства.

**Принцип №5.** «Цифровізація» України має орієнтуватися на міжнародне, європейське та регіональне співробітництво з метою інтеграції України до ЄС, входження України в європейський і світовий ринок електронної комерції та послуг, банківської і біржової діяльності і т. д., співробітництво та взаємодію на регіональних ринках. Зазначений принцип є одним із найбільш пріоритетних завдань, що дозволяє забезпечити економічне зростання України. Саме «Цифровізація» повинна допомогти Україні інтегруватися з європейськими та глобальними системами, бо саме глобалізація і є результатом розповсюдження інформаційно-комунікаційних технологій.

**Принцип №6.** Стандартизація — основа «цифровізації» України, один з ключових факторів її успішної реалізації. Стандарти посилюють конкуренцію, дозволяють знизити витрати і вартість продукції, гарантують сумісність, підтримку якості. Розробка і використання відкритих, функціонально сумісних недискримінаційних стандартів є базовим елементом розвитку та поширення цифрових технологій. Системи електронної комерції, фінансових ринків тощо мають дотримуватися міжнародних та європейських стандартів [4].

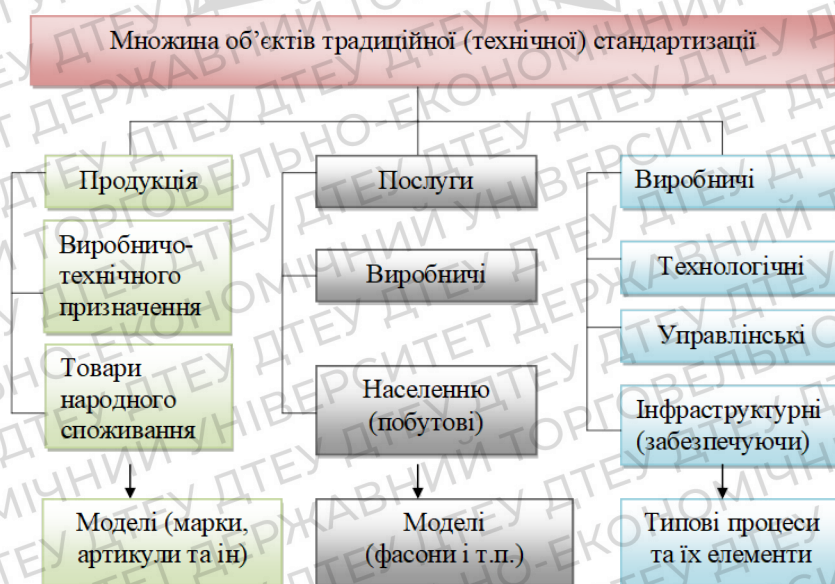


Рис. 1.4 Множина об'єктів технічної стандартизації



**Принцип №7.** «Цифровізація» України має супроводжуватися підвищенням довіри і безпеки при використанні ІКТ. Зміцнення довіри, включаючи інформаційну безпеку, захист конфіденційності персональної інформації, недоторканності особистого життя та прав користувачів ІКТ, є передумовою одночасного розвитку та безпеки «цифровізації».

**Принцип №8.** «Цифровізація» має стати об'єктом державного управління. Державне управління має відігравати провідну роль у розробці, просуванні, впровадженні всеосяжних національних «цифрових» стратегій. Державне управління має зосередитися на знятті бар'єрів на шляху до «цифровізації» країни, корегуванні вад ринкових механізмів, підтримці добросовісної конкуренції, розвитку «цифрової» інфраструктури та «цифрової» економіки з метою досягнення національних пріоритетів.

Підприємства ресторанного господарства, активні щодо «цифровізації» — це заклади, які починають «цифровізацію» з себе.

Інтеграція цифрових технологій охоплює широкий спектр: від фермерських господарств та харчових виробництв до пакування, зберігання, приготування та утилізації їжі. Більшу частину об'єму ринку платежів у світі й основну частку в Україні займають електронні платежі та розрахунки [5].



Рис. 1.5 Інтеграція до цифрової галузі

Відповідно до вище сказаного, варто розглянути ситуацію у сфері електронних розрахунків. Основними законодавчими актами, що регулюють діяльність банківських, та небанківських установ у сфері електронних платежів та розрахунків, є [6]:

- Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні»;
- Закон України «Про банки і банківську діяльність»;
- Закон України «Про Національний банк України»;



- Закон України «Про електронну комерцію».

Зазначені закони потребують гармонізації із нормами європейського законодавства у сфері електронних платежів та розрахунків.

Чітке законодавче врегулювання порядку діяльності фінансових установ у цій сфері дає поштовх для розвитку не лише вітчизняних систем електронних розрахунків, але й міжнародних платіжних систем, що, в свою чергу, впливає на появу нових фінансових та платіжних послуг [7].

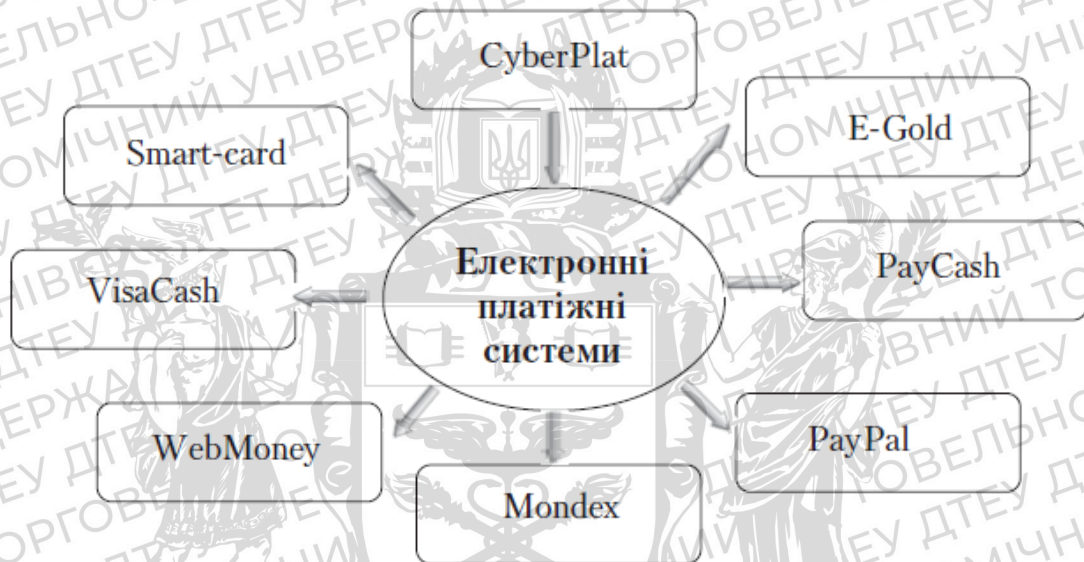


Рис. 1.6 Міжнародні платіжні системи

Електронні платежі та розрахунки полегшують взаємодію суб'єктів економіки та є надзвичайно сильним інструментом боротьби із «тіньовим» обігом коштів, тобто сприяють оздоровленню економіки.

Швидкість, якість, захищеність систем та технологій розрахунків в електронній формі визначають загальний рівень розвитку фінансового сектора держави та ступінь його інтегрованості і конкурентоспроможності на ринках ресторанних послуг.

Розвиток в Україні ринкових відносин і глобалізаційні процеси у світовій економіці спричинили формування умов, коли українські підприємства ресторанного господарства націлюють свою діяльність на іноземні ринки, де вони можуть розгортати її на засадах комерційної концесії, створювати власні філії, спільні підприємства тощо. Аналогічна активність спостерігається і з боку підприємств ресторанного господарства іноземних держав на території України. Таким чином поступово формується мережа ресторанного господарства українських юридичних осіб на територіях інших держав і мережа ресторанного господарства міжнародних організацій та юридичних осіб інших держав на території України.



Мережа закладів ресторанного господарства – сукупність закладів (підприємств) ресторанного господарства усіх форм власності, розташованих у певній адміністративно-територіальній одиниці (державі, області, місті, районі).

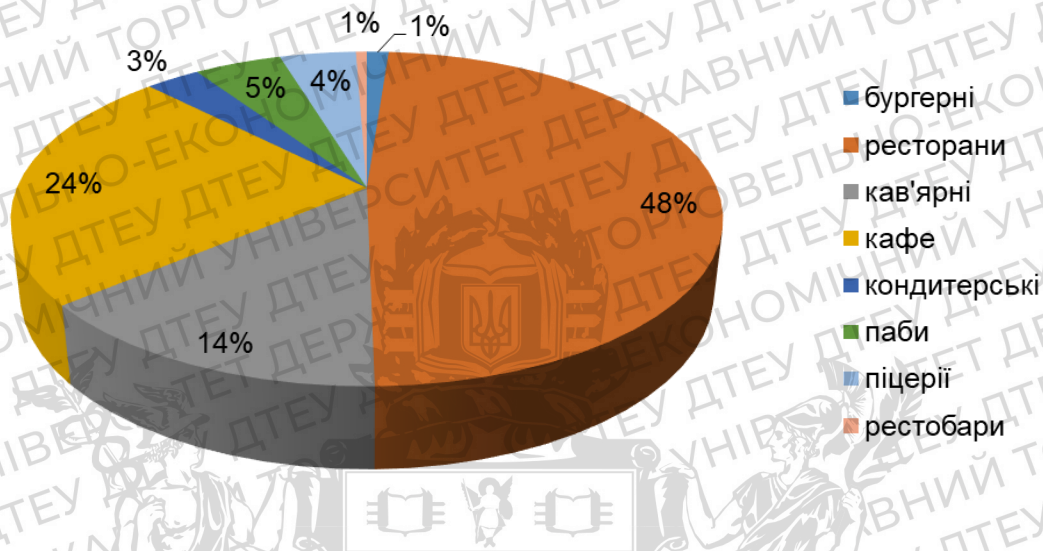


Рис. 1.7 Відсоткова сукупність закладів ресторанного господарства в Україні

У 2019 році Україна увійшла до топ-10 країн світу за кількістю безконтактних платежів з використанням мобільних телефонів, браслетів, смарт-годинників. Про це свідчить статистика від Mastercard. Також у компанії підраховали, що за нинішній рік кількість NFC-оплат зростає в шість разів. Розподіл обсягу безготівкових операцій в 2017-2018 рр. наведено на рис.1.7 (за даними національного банку України) [8].

2018-й для України в цьому контексті був ще більш рекордним: безконтактні платежі смартфоном зросли в 68 разів, включаючи платежі через мобільні гаманці українських банків і глобальні сервіси Google Pay, Apple Pay і Garmin Pay. НБУ називає появу мобільних NFC-гаманців Apple Pay & Google Pay «точкою неповернення» у еволюції банківських операцій.



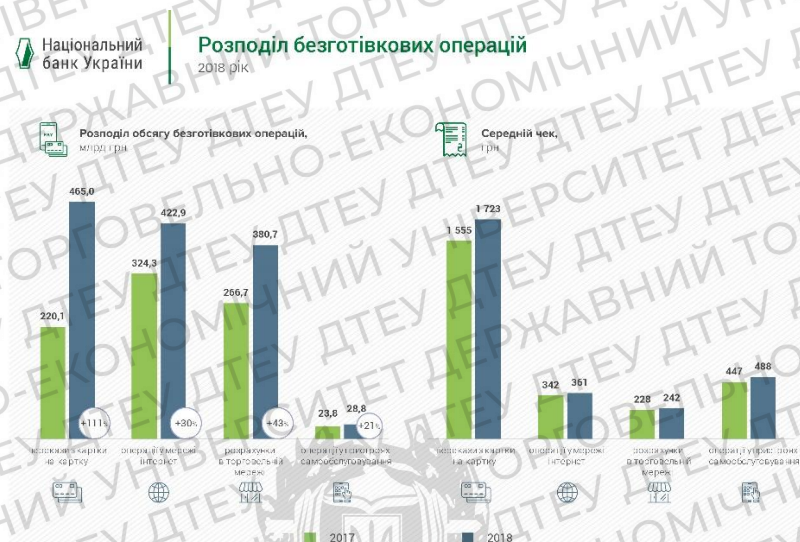


Рис. 1.8 Розподіл обсягу безготівкових операцій в 2017-2018 рр.

Поточна ситуація у сфері електронних розрахунків України характеризується наступними факторами [9]:

#### **Стимулюючі фактори:**

1. Зростаюча популярність і різноманіття технологій онлайн-розрахунків у світі створює сприятливу кон'юнктуру для їх розповсюдження.
2. Існує стабільна позитивна динаміка попиту на електронні системи розрахунків в Україні, як міжнародні, так і на внутрішньодержавні.
3. Розвиток електронної комерції та онлайн-технологій обумовили появу нових видів фінансових послуг і сервісів.

#### **Стримуючі фактори:**

1. Невідповідність регуляторної політики держави в сфері електронних розрахунків.
2. Недосконалість і невідповідність законодавчої бази світовим та європейським нормам. Зокрема, директивам Європейського парламенту і Ради ЄС: 2007/64/ЄС «Про платіжні послуги на внутрішньому ринку» та 2009/110/ЄС «Про організацію, діяльність і необхідний нагляд за діяльністю установ — емітентів електронних грошей», що гальмує розвиток внутрішнього ринку небанківських платіжних систем.
3. Емісією електронних грошей в Україні може займатися лише банківська установа, тобто можливості розвиватися інтернет-розрахункам та електронній комерції поза межами банківської системи немає.



4. Високий рівень шахрайства у сфері електронних розрахунків і у банківських платіжних системах.

Отже поза сумнівом, законодавче врегулювання порядку діяльності трьох гравців у сфері електронних розрахунків: фінансових установ, ресторанних закладів та платників дає поштовх для розвитку не лише вітчизняних систем електронних розрахунків, але й міжнародних платіжних систем.

## 1.2. Моніторинг факторів впливу на цифровізацію сервісних процесів готельно-ресторанного комплексу «Wol.121»



Рис. 1.9 Систематизовано автором

**Wol.121** - це вишуканий і сучасний готельно-ресторанний комплекс. Готель підходить, як для сімейного відпочинку, так і для ділових поїздок. В готелі дуже комфортно і затишно, інтер'єр виконаний в сучасному стилі. В обробці використовувалися тільки натуральні матеріали — камінь, мармур і дерево. Абсолютно всі меблі виконані за індивідуальним замовленням і проектувались з максимальною зручністю для гостей. Не виходячи з комплексу, є можливість відвідати ресторан зі смачною європейською кухнею, тренажерний зал та зону коворкінгу [10].

Готельно-ресторанне підприємство «Wol.121» входить у мережу закладів та інвестиційної компанії - Ribas Hotels Group, яка була заснована у 2017 році. На даний момент під управлінням компанії функціонують 25 об'єктів [11].



## RIBAS HOTELS Group



Рис. 1.10 Заклади, які входять до компанії Ribas Hotels Group

Головний потенціал підприємства «Wol.121», який знаходиться в мальовничому місті Одеса, полягає в кадрах. Які б прекрасні ідеї, новітні технології, сприятливі зовнішні умови не існували, без добре підготовленого персоналу високої активності домогтися неможливо. Саме люди надають послуги гостям, генерують ідеї і дозволяють готелю існувати.

Управління персоналом цього готельно-ресторанного комплексу пов'язане з людьми і їх відносинами в колективі. Слід також зазначити, що сьогодні основними факторами конкурентоспроможності закладів стали забезпеченість робочою силою, ступінь її мотивації, організаційні структури і форми роботи, що визначають ефективність використання персоналу.

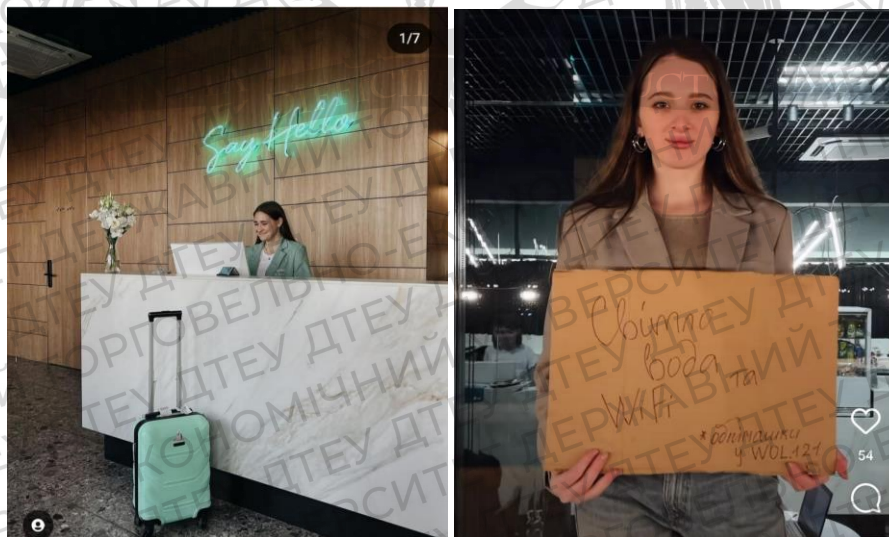


Рис. 1.11 Персонал готельно-ресторанного комплексу «Wol.121»

Готельно-ресторанна індустрія дуже трудомістка, характерними рисами зайнятості у цій сфері є: мобільність, сезонна нерівномірність, велика доля некваліфікованого персоналу, використання тимчасових робітників, які не мають постійного місця роботи, велика кількість жіночого персоналу, що зайнятий неповний робочий день, велика кількість жінок на керівних посадах, висока плинність кадрів, відносно низька заробітна платня. Також до



особливостей організації трудового процесу у готельно-ресторанному підприємстві необхідно віднести низький рівень автоматизації та механізації праці у готельних та ресторанных технологічних процесах.

Успіхи ведучих світових готелів у забезпеченні високої якості послуг, їхнього швидкого відновлення, зниженні витрат на надання послуг та інтеграції зусиль персоналу пов'язані з тим, що в них створені високоефективні системи управління персоналом. Велике значення для ефективної кадрової політики має аналіз характеристик ринку робочої сили. Внутрішні особливості закладу, такі, як поставлені цілі розвитку, тенденції його управлінського стилю, конкретний характер розв'язуваних ним завдань, специфіка робочих колективів та інше також повинні прийматися в розрахунок для забезпечення ефективності кадрової політики.

Праця готельного та ресторанныго персоналу «Wol.121» характеризується різноманітністю функцій, які виконує кожен працівник готелю, тому вона важко піддається точному нормуванню, як у промисловому виробництві.

Для оцінки сильних і слабких сторін готельно-ресторанного комплексу та знайти нові можливості й визначити можливі загрози необхідно скористатися методикою SWOT-аналіз. Така методика щонайбільш точно виділяє фактори впливу на компанію і дає змогу оцінити роботу з різних боків.

Таблиця 1.1

### SWOT-аналіз готельно-ресторанного комплексу «Wol.121»

Елементи середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Локація	1.Зручна транспортна розв'язка 2.Вдале місце для літнього відпочинку та прогулянок	1.Віддаленість до аеропорту 2.Невдале розташування відносно історичного центра міста
2. Маркетинг	1.Сучасний імідж готелю 2.Цінова політика відносно свого сегменту 3.Власний бренд	1.відсутність достатнього досвіду у маркетингових дослідженнях
3. Інвестиційна діяльність	1.Стабільність підприємницької діяльності 2. Зацікавленість іноземних інвесторів	1.Відсутність інвестиційної діяльності



4. Новітні технології	1.Застосування новітніх систем бронювання, реєстрації та поселення гостей 2.Можливості бронювання через сайт готелю, та різні канали збуту	1.Недостатність програмного забезпечення для контролю та оновлення бізнес-процесів
5. Персонал	1.Достатньо висока кваліфікація персоналу 2.Високий рівень організації роботи 3.Якісне навчання персоналу	1.Недостатня мотивація персоналу

Відповідно до наведеного SWOT-аналізу (таблиця 1.1) внутрішньої діяльності закладу «Wol.121», можна стверджувати, що перелічені переваги є визначеннями та він конкурентоспроможний на готельному ринку такого ж рівня. Стосовно основних слабких сторін, серед яких недостатній досвід та кваліфікованість персоналу у маркетинговій діяльності, а також недостатність цифрових девайсів, необхідних платформ та програмного забезпечення для зручного та швидкого обслуговування гостей і безпосереднього їх залучення.

SNV- аналіз - це також аналіз сильних, нейтральних та слабких сторін внутрішньої діяльності підприємства, але тим не менш існує думка, що така модель є розширеною чи удосконаленою формою SWOT-аналізу. Цей інструментарій дає змогу проведення ситуаційної оцінки кожного окремого елемента внутрішньої середовища.

Таблиця 1.2

### SNV-аналіз готельно-ресторанного комплексу «Wol.121»

№	Найменування фактору	Якісна оцінка позиції		
		Сильна (S)	Нейтральна (N)	Слабка (W)
1	Конкурентоздатність наданням основних послуг	S		
1.1	Додаткових послуг	S		
2	Рівень використання digital-технологій		N	
2.1	Використання та впровадження digital-стратегій		N	
3	Рівень застосування маркетингу		N	



4	Забезпечення необхідною матеріально-технічною базою та новітніми девайсами		N
---	--	--	---

За даними, наведеними у SNV-аналізі (таблиця 1.2) можна зробити висновок, що надання основних і додаткових комплексом, а також репутація на ринку готельно-ресторанних послуг є сильними сторонами закладу «Wol.121». Те, що стосується рівня використання маркетингу, а також впровадження та застосування різноманітних digital-технологій, то ці позиції у готелі є нейтральними та потребують деякої уваги.

Дуже важливим показником успішності роботи цього закладу є його порівняння з діяльністю існуючих конкурентів у сегменті.

Таблиця 1.3

### Порівняльний аналіз діяльності готельно-ресторанного підприємства «Wol.121» з конкурентами

Назва підприємства	Показник				
	Пропускна спроможність	Асортимент основних послуг	Асортимент додаткових послуг	Якість обслуговування	Цінова політика, грн
Hotel Levanevsky	45 номерів	Однаковий	Однаковий	Нижче, ніж у готелі п.2	1300,00
Готель «Wol.121»	67 номерів	---	---	---	1050,00
Arcadia Gold Apartments	120 номерів	Однаковий	Однаковий	Приблизно однаковий	3200,00
Premier Hotel Odesa	78 номерів	Однаковий	Однаковий	Приблизно однаковий	1500,00
Sky Apartments	57 номерів	Однаковий	Однаковий	Нижче, ніж у готелі п.2	1199,00

Серед конкурентів у сегменті готельно-ресторанне підприємство за своєю ціною політикою та пропускнуою спроможністю комплекс «Wol.121» значно поступається їм, незважаючи на те, що асортимент основних і додаткових послуг у всіх готелях є приблизно однаковим.

В існуючих сучасних умовах практично кожне готельно-ресторанне підприємство використовуючи сучасні технології, інноваційне програмне



забезпечення та всілякі гаджети, готель «Wol.121» не стояв на місці, а деякі використовував їх.

Таблиця 1.4

### Використання digital платформ готелем «Wol.121» та конкурентами

Digital платформи	Готель «Wol.121»	Hotel Levanevsky	Arcadia Gold Apartments	Sky Apartments	Premier Hotel Odesa
1. Власний сайт	✓	✓	✓	✓	✓
2. Мобільний додаток	✓	×	✓	×	✓
3. Платформа Instagram	✓	✓	×	✓	✓
4. Платформа Tik-Tok	✓	×	×	×	✓
5. Платформа Facebook	✓	✓	✓	✓	×
6. E-mail маркетинг	✓	✓	×	✓	✓
7. Канали збуту	✓	✓	✓	×	✓
8. YouTube	×	×	✓	×	×

Виходячи з даних, наведених у таблиці 1.4 можна сказати, що готельно-ресторанний комплекс «Wol.121» використовує майже всі сучасні платформи, окрім YouTube. Так само, незважаючи на те, що соціальні мережі та платформа Tik-Tok використовуються комплексом «Wol.121», їх вплив на залучення та просування готельного продукту є зовсім малим та мають незначну динаміку для доходу. Основними digital платформами, що використовуються є e-mail - маркетинг, власний веб-сайт, соціальні мережі та месенджери і колл-центр.



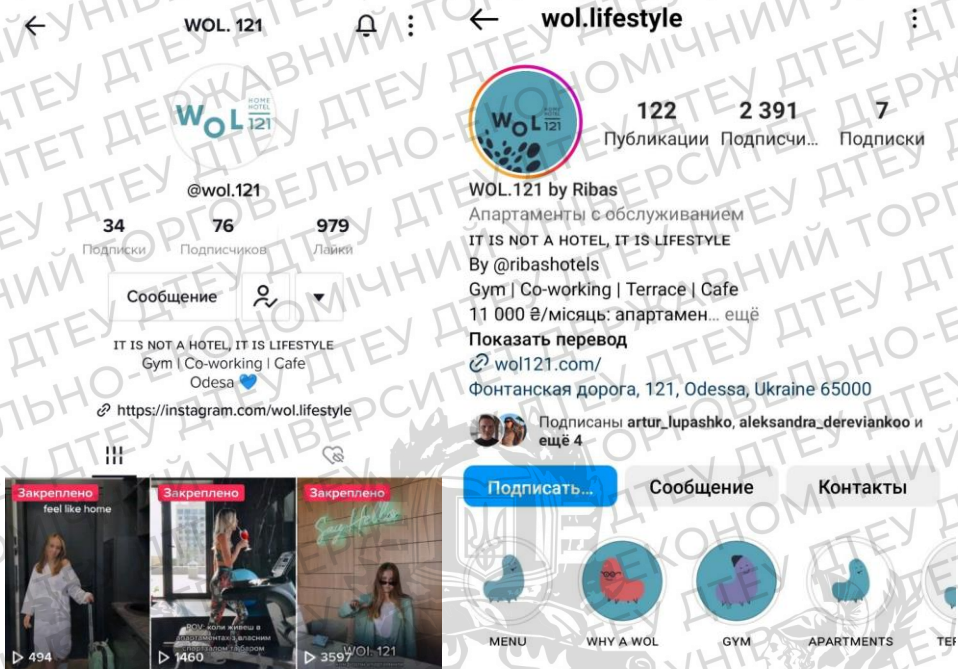


Рис. 1.12 Instagram та Tik Tok «Wol.121»

Ресторан готелю «Wol.121» - це ресторан, який знаходиться на другому поверсі готелю та пропонує своїм гостям одеську та європейську кухню.

Вишукані страви, приготовані «з ножа», зі свіжих і корисних інгредієнтів готуються на «відкритій кухні» - гості можуть спостерігати роботу майстрів за улюбленою справою. Традиційно смачні європейські та колоритні одеські страви, морепродукти, широка палітра сирів не залишить вас та ваших гостей байдужими, а сезонне меню завжди здивує новинками вибагливих гурманів.

Тут ви можете провести бізнес-ланч з діловими партнерами, організувати сімейне свято або насолодитися романтичним вечором із коханою людиною. У теплу пору року у гостей є можливість відпочивати на літній терасі.



Рис. 1.13 Літній майданчик «Wol.121»



Моніторинг - це спеціальна система збору інформації про стан господарюючих процесів, прогнозування на підставі об'єктивних даних динаміки і основних тенденцій її розвитку та розробка науково-обґрунтованих рекомендацій для прийняття управлінських рішень стосовно підвищення ефективності функціонування даної програми(проекту) [12]. Monitoring (англ.) - «старанне спостереження, контроль за роботою».

На сьогоднішній день ресторанний бізнес в усьому світі вважається одним з найбільш швидко окупних напрямків інвестування. Порівняно невеликі капітальні витрати в створення ресторану можуть окупитися, за словами фахівців, за 2-3 роки.

У той же час, ресторанний бізнес є одним з найбільш ризикованих, оскільки помилка, допущена лише в одному з багатьох ключових факторів успіху, може зумовити збитковість бізнесу в цілому.

Формування успішної стратегії розвитку ресторанного господарства «Wol.121» неможливе без постійного моніторингу структурних змін мережі закладів ресторанного господарства і виявлення, на основі такого аналізу, основних тенденцій її розвитку.

Час, коли похід в ресторан не був ніяк пов'язаний з технологіями, минув. Те, що раніше здавалося новаторством, наприклад онлайн-замовлення піци з доставкою або безкоштовний Wi-Fi в закладі, тепер стало сервісом за замовчуванням.

Щороку кількість працездатного населення в Україні зменшується, через трудову міграцію в найближчі європейські країни. Ринок потенційних співробітників стає все менше, а збільшувати витрати на зарплатний фонд ніхто не хоче. Пошуки і утримання персоналу стали однією з основних проблем на ринку громадського харчування.

Але якщо на Заході автоматизація – це перш за все підвищення швидкості і якості обслуговування гостей, то у наших рестораторів ці цілі поки не основні. Власники закладів впроваджують технології насамперед, щоб працювати за законом, наприклад, відправляти фіскальні чеки в податкову, і боротися з крадіжками. Детальний облік складу, інвентаризація, докладні технологічні карти дають можливість краще контролювати робочі процеси в закладі [13].

Культура доставки їжі і онлайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами, також це неоминуло ресторанний комплекс «Wol.121». Додатки Delivery.com, Raketa, Glovo – одні з найпопулярніших додатків доставки їжі в світі. Крім доставки у закладі «Wol.121», зростає число



замовлень з «віртуальних» ресторанів, які не приймають офлайн-гостей і готують виключно для доставки.



Рис. 1.14 Найпопулярніші додатки їжі у «Wol.121»

В Україні зросло число споживачів і онлайн-замовлень. Згідно з останнім дослідженням ResearchAndMarkets обсяг світового ринку доставки громадського харчування онлайн в 2019 році склав \$ 84,6 млрд. За прогнозами аналітиків, активне зростання продовжиться і в майбутньому – в середньому на 9,8% – до 2026 року. В Україні сегмент доставки також показує активне зростання: за останні 5 років ринок виріс на 35%.

У закладі «Wol.121» сервіс доставки встановив свій власний планшет – саме на ньому ресторан отримує повідомлення про замовлення. Однак, офіціанти змушені вручну «перебивати» ці замовлення в систему обліку ресторану. У деяких закладів в США може стояти до 5-6 планшетів різних служб доставки. Така подвійна робота сильно затягує процес обслуговування.

У 2019 році провідні платформи доставки, нарешті, почали вирішувати цю «біль» рестораторів – GrubHub оголосила про інтеграцію з п'ятьма популярними системами обліку закладів, а UberEats вирішила придбати систему онлайн-бронювання orderTalk, щоб використовувати їх досвід інтеграції з касами. Інтеграція ПО дозволить автоматично відправляти замовлення на доставку в систему обліку закладу і отримувати всі операційні дані з усіх каналів продажів в одному місці.

Все більше ресторанів використовують технологію QR-код на чеку, щоб гість міг оплатити замовлення за допомогою смартфона [13]. Досить попросити в офіціанта рахунок і відсканувати QR-код через мобільний додаток, після чого сума автоматично спишеться з карти. Весь процес займає всього кілька кліків – не потрібно просити принести термінал і чекати. А сканер QR-коду є в кожному смартфоні з камерою.



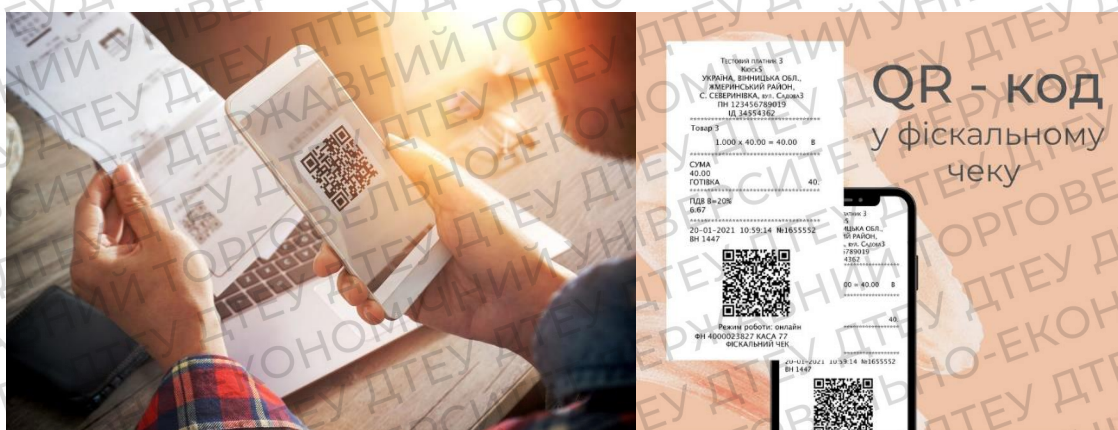


Рис. 1.15 QR-код на чеку клієнта

Сам QR-код може містити різну інформацію: меню, умови доставки, історію ресторану або дані персональних карт лояльності. За допомогою коду також можна створити замітку в календарі з акцією або заходом, який буде в закладі, або можна просто перенаправити відвідувача на сторінку відгуків.



Рис. 1.16 QR-код меню «Wol.121»

Є ще одне практичне застосування кодів. Наприклад, остання інтеграція Poster з додатком, яке допомагає гостям викликати офіціанта або запросити рахунок після сканування QR-коду. Ставите табличку на кожен стіл або клеїте стікери на меню. Відвідувачі можуть сканувати код за допомогою камери і покликати офіціанта або попросити рахунок у відкритому вікні браузера.

Технологія, яку звеличували до небес, але яка поки не дуже зарекомендувала себе на практиці, особливо в країнах СНД - це чат-боти для попереднього замовлення. Так, це виглядає цікаво і технологічно, але при цьому нею користуються дуже рідко, не дивлячись на те що самі месенджери вже щільно зайняли свої позиції в побуті. У нас дуже мало закладів, в яких було б постійно зайняті столики, куди дійсно важко потрапити. Тому такі затребувані в США сервіси, як бронь столиків і управління чергою в закладі, коли гості отримують повідомлення на телефон, як тільки підійшла їхня черга, у нас практично не працюють.



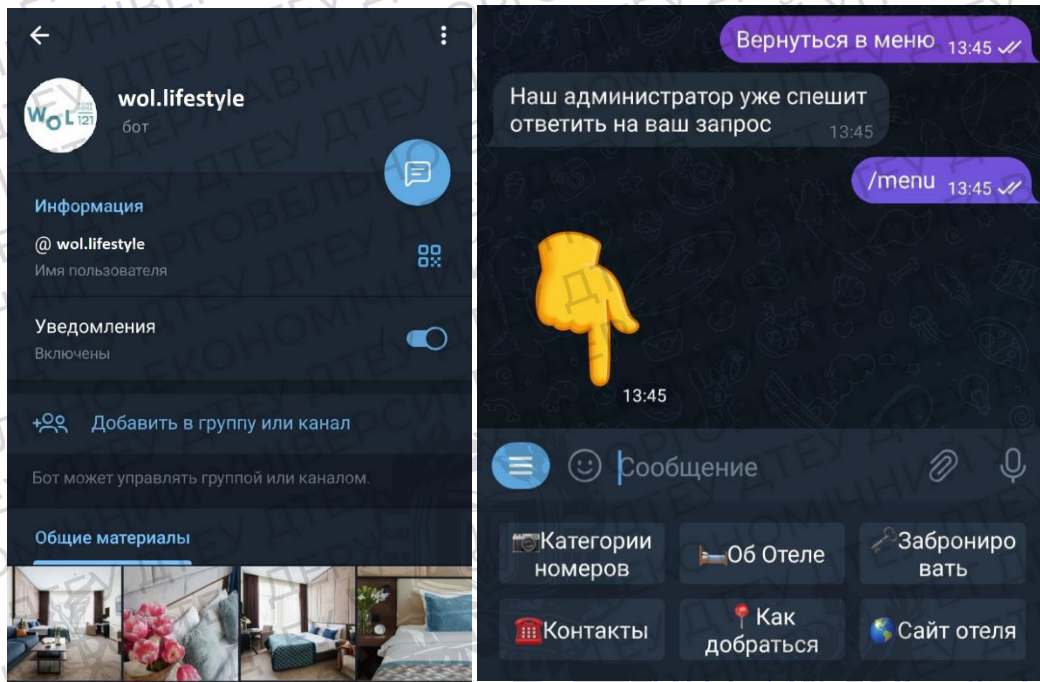


Рис. 1.17 Чат-бот готельно-ресторанного комплексу «Wol.121»



## РОЗДІЛ 2

## НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ У КОМПЛЕКСІ «Wol.121», М. ОДЕСИ

## 2.1 Організаційні форми цифровізації сервісних процесів ресторану

Сучасні мережі ресторанного господарства практично кожної країни світу характеризуються ієрархічністю своєї будови за місцем територіального розміщення, а їх підприємства (заклади) класифікуються за низкою ознак, що дозволяє отримати досить чітке уявлення про основні соціально – економічні параметри розвитку цієї сфери діяльності в системі національної економіки [14].

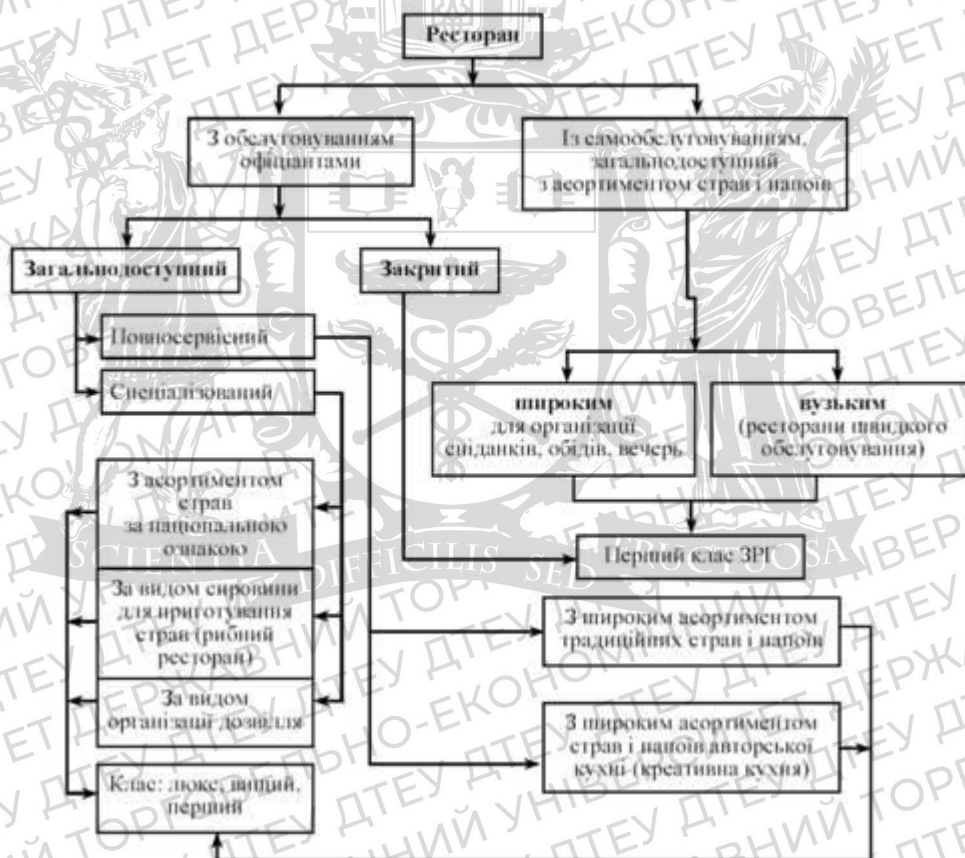


Рис. 2.1 Класифікація ресторану

Виходячи з цього, можна сказати, що спеціалісти з цифровізації сервісних процесів повинні ретельно спостерігати за якістю та показниками, що забезпечують правильність роботи цифрового маркетингу у комплексі та цієї схеми.

Для більш успішної діяльності комплексу та залучення нових споживачів, вихід готелю та ресторанних послуг на новий рівень необхідно впровадити деякі заходи.



Таблиця 2.1

**Програма заходів впровадження цифровізації сервісних процесів у готельно-ресторанному комплексі «Wol.121»**

<b>Заходи</b>	<b>Термін виконання</b>	<b>Відповідальна особа</b>	<b>Ефективність застосування (за шкалою від 1-10)</b>	<b>Витрати на реалізацію</b>
1.Впровадження мобільних технологій	1-6 місяців	Фахівець з digital-технологій	9	від 4000 \$
2.Впровадження власного мобільного додатку	1-3 місяців	Фахівець з digital-технологій, ІТ-фахівець	9	від 3000 \$
3.Просування каналу у YouTube	1-6 місяців	Фахівець із просування послуг / збуту, спеціаліст з маркетингу, SMM-менеджер	7	від 1000 \$
4. Налаштування контенту на іноземну аудиторію	1-6 місяців	Фахівець із просування послуг / збуту, спеціаліст з маркетингу, SMM-менеджер	8	від 2000 \$

Оскільки сучасні тенденції не стоять на місці та більша кількість конкурентів готельно-ресторанного комплексу «Wol.121» використовують сучасні технології, а перед усім власні мобільні додатки, ведуть активну діяльність у соціальних мережах задля більшого залучення та зацікавлення потенційних споживачів послуг, то досліджуваному готельному підприємству варто звернути увагу на програму заходів впровадження цифрового маркетингу (таблиця 2.1) безпосередньо для даного підприємства.





Рис 2.2. Частка контенту, що має містити програма заходів із впровадження цифровізації процесів

Невід’ємною частиною успішної цифровізації сервісних процесів є правильно складений контент, це стосується і діджитал маркетингу, адже запорукою успіху будь-якої діяльності є зрозуміло та якомога яскравіше та доцільніше викладена інформація. Виходячи з рис 2.2 можна зрозуміти, який саме контент є необхідним для впровадження програми заходів з реалізації цифрового маркетингу у готельно-ресторанному комплексі «Wol.121».

Також важливу частину впровадження програми заходів цифровізації сервісних процесів процесів відіграє і стратегія цифрового маркетингу, яка розроблена безпосередньо для конкретного підприємства - для досліджуваного готельно-ресторанного комплексу «Wol.121». Стратегія цифрового маркетингу необхідна для більш спрощеного продажу послуг споживачам, а насамперед, визначити чого не вистачає у вже наявному асортименті комплексу та що нового можна впровадити.

Таблиця 2.2

**Приклад автоматизованої інформаційної системи маркетингу для готельно-ресторанного комплексу «Wol.121»**

Цифровий маркетинг у соціальних мережах	1. Створення публікацій, що будуть залучати та зацікавлювати підписників
	<p><b>Приклад:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- атмосфера інтер’єру</li> <li>- заходи у готелі</li> <li>- «істівні» фото страв у ресторані готелю</li> </ul>



Мобільний додаток	2. Створення чітко зрозумілого та легкого інтерфейсу, що містить цікавості про готель, афіші, інше. <b>Приклад:</b> -резервування столику у ресторані - покупка брендovаних речей - бронювання готельного номеру
Контент маркетинг	3. Ведення блогу, який включатиме й відомості про місто, кращі заклади, місця, що необхідно відвідати, тощо.

Запровадження цієї стратегії призведе до більшої клієнтоорієнтованості, зацікавить більшу кількість споживачів, а також допоможе максимізувати продажі та дохід, відповідно.

## 2.2 Впровадження інноваційних цифрових сервісних технологій у комплексі «Wol.121»

Сфера обслуговування «Wol.121» останнім часом зазнала багатьох змін. У період зростання захворюваності на COVID-19 вона звідала жорстких обмежень, а у деяких випадках й зазнала повної заборони діяльності. Після стабілізації епідеміологічної ситуації робота не змогла нормалізуватися через підвищені санітарно-гігієнічні вимоги. Маски, антисептики, термометри для дистанційного вимірювання, обмеження кількості відвідувачів викликали зростання витрат, тоді як доходи були незначні. Ці проблеми змусили сферу гостинності шукати нові шляхи підвищення ефективності [16].

Повне переосмислення принципів роботи допомогло вижити багатьом підприємцям, а декому дозволило навіть процвітати. Сфера гостинності не стала більше ігнорувати вимоги часу та змушена була впроваджувати нові технології.

Програма заходів впровадження заходів цифровізації сервісних процесів процесів у готельно-ресторанному комплексі передбачає покращення та підвищення результатів його діяльності, зокрема, зменшення витрат, підвищення доходів, залучення інвестицій, підвищення якості обслуговування та надання послуг загалом.

Починаючи з 2023 року, готельно-ресторанний комплекс «Wol.121» має можливість запроваджувати безконтактне відкриття готельних номерів за допомогою мобільного додатку для мешканців готелю. Звичайні ключ-карти, до яких всі звикли, почали відходити на другий план, але не втрачають свою актуальність.





Рис 2.3 Джерело систиматизоне автором

У контролер вбудований модуль Bluetooth, який дозволяє керувати замком на відстані до 20 метрів. Ви зможете відкривати замок за допомогою телефону через bluetooth, видаляти існуючі паролі, подивитися хто, яким способом та у який час відкривав замок. Мобільний додаток дозволяє додати та одночасно використовувати будь-яку кількість замків. Їм можна давати назви і групувати групи для того щоб максимально швидко знайти необхідний замок.

Ви можете додавати співробітників та обслуговуючий персонал. Надавати/обмежувати їм доступ. Створювати розклад, яким вони зможуть відкривати замок, наприклад, понеділок та субота з 8-00 до 10-00. А також бачити в який час та дні вони відкривали замок.

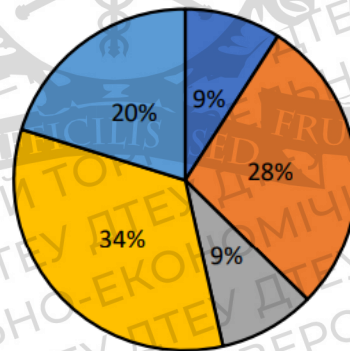
Реєстрація через мобільний додаток «Дія» стане інноваційною технологією поселення для гостей «Wol.121». Достатньо у додатку відкрити штрих-код, щоб прочитати данні про люди: ФІО, день народження, місце проживання.





Рис. 2.4 Джерело систиматизоне автором

Через вдале та компетентне використання заходів цифровізації сервісних процесів можна досягнути кращих результатів у економії бюджетних коштів, застосовувати відповідні часовому виміру технології, також підвищити ефективність у навчанні персоналу, найманні нових спеціалістів та пошуку і залученні інвесторів.



- Автоматизація цифрового маркетингу
- Розвиток продажів
- Брендінг та комунікація
- Довготривале утримання клієнтів
- Конверсія

Рис. 2.5 Частка цілей, що будуть досягнуті завдяки впровадженню digital-маркетингу у комплексі «Wol.121»

Впровадження програми заходів, щодо digital-маркетингу, як можна побачити на рис 2.4 дасть змогу готельно-ресторанному підприємству досягнути певних цілей та підвищити успішність та ефективність вже набутих.



Найбільшу частку складає довготривале утримання клієнтів, найменші з них - автоматизація сервісних процесів, оскільки ці цілі є розрахованими на найближчий час, а також брендинг та комунікація. Брендинг є сталим у готелі, а тому й не матиме значущу частку серед поставлених цілей.

Після впровадження заходів цифровізації сервісних процесів у готельно-ресторанному підприємстві можна оцінити його позицію серед конкурентів та визначити як саме вплинуло їх впровадження на конкурентне середовище готельно-ресторанного комплексу «Wol.121».

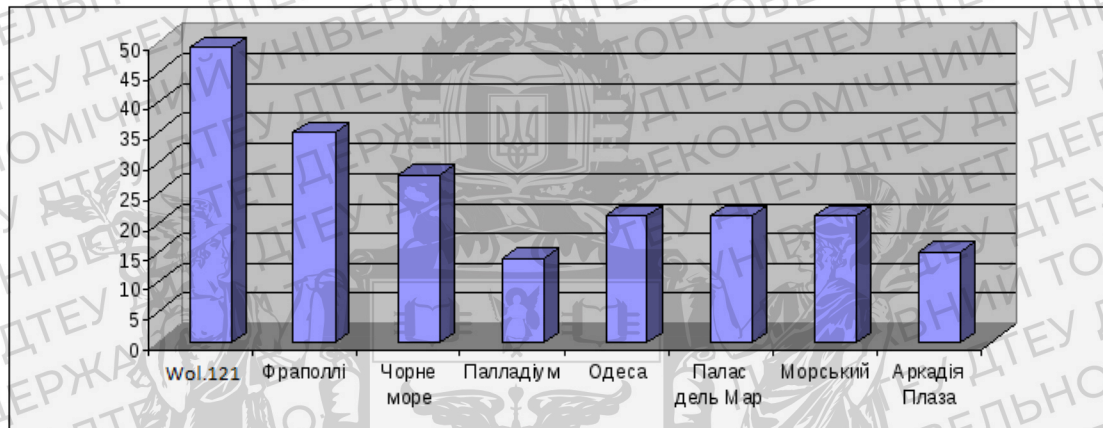


Рис 2.6 Прогнозована позиція комплексу «Wol.121» серед конкурентів після впровадження цифровізації сервісних процесів

За даними, наведеними на рисунку 2.6 можна сказати, що після впровадження цифровізації процесів позиція серед конкурентів у своєму сегменті, що надають послуги з тимчасового розміщення, а також додаткові послуги, значно поліпшені, незважаючи на свою сталу репутацію та позицію на ринку.

Важливим важелем впровадження цифровізації сервісних процесів є прогнозування діяльності підприємства на основі економічних показників.

Таблиця 2.3

### Економічний прогноз діяльності для підприємства «Wol.121» після впровадження digital-маркетингу

Показник	2021	2022	Відхилення
1. Чистий дохід	64,23	76,50	12,27
2. Валовий прибуток	5,53	6,78	1,25
3. Витрати (адмін витрати+витрати на збут+інші операційні витрати)	8,41	9,61	1,20



Відповідно даним, наведеним у таблиці 2.3, можна побачити, що дохід та валовий прибуток збільшилися та у порівнянні з іншими відхилення за цими показниками також збільшилось. За рахунок, того, що впровадження цифровізації сервісних процесів потребує значних витрат, то витрати також збільшились.

За допомогою досліджень та спостережень, що були проведені у готельно-ресторанному комплексі «Wol.121», можна відобразити загальний прогнозований результат для нього від впровадження діджитал маркетингу.

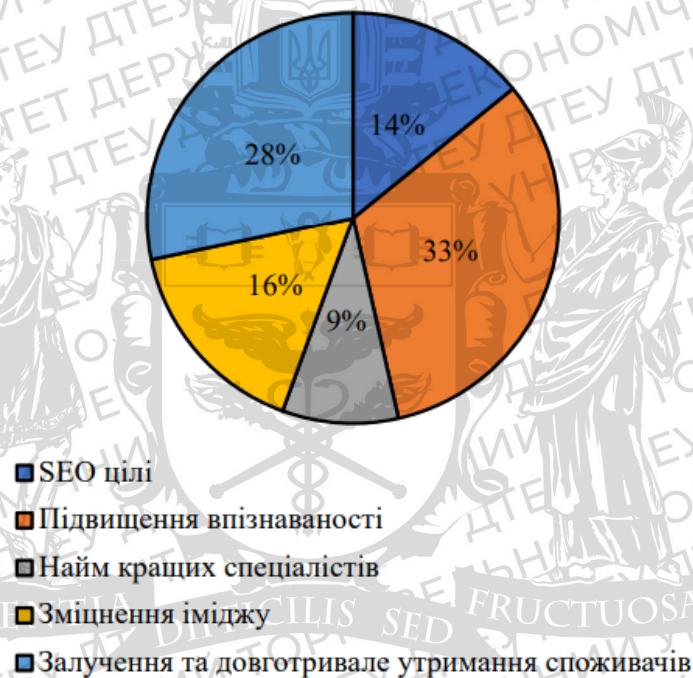


Рис 2.7 Загальний прогнозований результат для комплексу «Wol.121» після впровадження digital-маркетингу

Зображені на рис 2.7 дані відображають показники, що найбільше покращилися із впровадженням нових технологій, нових маркетингових заходів та серед них варто виділити впізнаваність готельного підприємства серед більшості потенційних споживачів. З цього показника впливає й інший показник- залучення та довготривале утримання споживачів, він другий за відсотком серед усіх інших. Обидва показники можуть свідчити про те, що цілі через які було рекомендовано впровадити деякі заходи з цифровізації сервісних процесів будуть досягнуті з найбільшими показниками.



## ВИСНОВОКИ

1. Отже, під час дослідження вивчено основні принципи «цифровізації» України. Цифрові технології — це одночасно величезний ринок та індустрія, а також платформа ефективності й конкурентоспроможності всіх ринків та індустрій. Дотримання цих принципів є визначальним для створення, реалізації та користування перевагами, що надають «цифрові технології», адже Україна має рухатися до всеохоплюючої «цифровізації», що трансформує існуючі системи та сфери у нову цінність. Швидкість, якість, захищеність систем та технологій розрахунків в електронній формі визначають загальний рівень розвитку фінансового сектора України та ступінь його інтегрованості на ринках ресторанних послуг. Визначено стримуючі та стимулюючі фактори у сфері електронних розрахунків.

Аналізуючи найпопулярніші інструменти ресторанних технологій, визначено наступні: онлайн замовлення та доставка; управління досвідом гостей. Соціальні медіа також є потужним інструментом управління спільнотою, який допомагає ресторанному бізнесу зв'язуватися з гостями та навіть залучати нову аудиторію. Сучасні інструменти дають можливість розміщувати замовлення безпосередньо з цифрового меню, отримувати рахунок в цифровому форматі і оплачувати його онлайн, що дозволяє уникнути обміну готівкою і картами і мінімізувати контакти між відвідувачами та персоналом. Ці системи дозволяють повідомляти список алергенів, поживну цінність і калорійність обраних страв.

2. Досліджуваним готельним підприємством є готельно-ресторанний комплекс «Wol.121», що розташований у місті Одеса. За проведеним SWOT-аналізом діяльності готелю його сильні сторони є визначальними та конкурентоспроможними, щодо слабких сторін - до них належить недостатність досвіду та кваліфікованості персоналу у маркетинговій сфері, недостатність необхідних платформ та програмного забезпечення. SNV-аналіз показав, що сильними сторонами комплексу «Wol.121» є надання основних та додаткових послуг, а також його репутація, стосовно нейтральних позицій - це рівень маркетингової діяльності, а також застосування цифровізації сервісних процесів, слабких сторін в ході дослідження виявлено не було. За даними оцінки конкурентного середовища було виявлено, що досліджуваний готель поступається своїм конкурентам лише за ціновою політикою, а рівень та якість надання послуг є приблизно на одному рівні з готелями-конкурентами.

3. У сьогоднішні майже усі підприємства використовують сучасні технології та іноваційне програмне забезпечення, об'єкт дослідження не є виключенням і використовує майже усі сучасні платформи, що і підприємства-конкуренти, окрім власного каналу на YouTube. Основні критерії



використання цифрового маркетингу готельно-ресторанного комплексу «Wol.121» - швидкість, об'єм і різноманітність інформації, достовірність та цінність. Комплекс належить до підприємств, що використовує традиційну базу даних для збереження даних. Проведений економічний аналіз показав, що діяльність підприємства «Wol.121» є досить успішною й прибутковою та темпи зростання за різними показниками різних років збільшуються. Діяльність готельно-ресторанного бізнесу є рентабельною, але показник ефективності у звітному році дещо зменшився.

Для досягнення більш успішної діяльності та виведення послуг підприємства на новий рівень необхідно впровадити низку заходів, серед них: впровадження мобільних технологій, YouTube канал, ведення сторінок у соціальних мережах, просування мобільного додатку, а також налаштування контенту на іноземну аудиторію. Загалом, найбільшу увагу необхідно приділити контенту у соціальних мережах, e-mail-розсилці, а також блогу та різним статтям. Для зумовлення більшої клієнтоорієнтованості, максимізації продажів і підвищення доходу необхідно впровадити стратегію, розроблену безпосередньо для підприємства «Wol.121».

4. Таким чином відзначимо, що впровадження заходів цифровізації сервісних процесів передбачає зменшення витрат, підвищення доходів, залучення нових інвестицій, а також підвищення якості надання послуг. Через вдале застосування заходів digital-маркетингу можна значно зекономити кошти, застосовувати сучасні технології, забезпечити персонал якісним навчанням та залучати нових інвесторів. Позиція підприємства «Wol.121» у конкурентному середовищі цього ж сегменту після впровадження діджитал технологій належить до претендента на лідерство. Прогноз діяльності за економічними показниками наступний: збільшення доходу та прибутку відповідно, однак витрати дещо збільшаться за рахунок впровадження нових заходів, але відхилення у порівнянні з минулими роками зменшиться. За допомогою спостережень та досліджень, проведених у готельно-ресторанному комплексі «Wol.121» можна відобразити показники, що найбільше покращаться із впровадженням заходів, серед яких необхідно виділити впізнаваність підприємства серед більшості потенційних споживачів та їх довготривале утримання.

Тому, через все вище сказане, рекомендовано: приділити увагу розвитку просування у соціальних мережах, розробку та застосування власного мобільного додатку, що надасть можливість споживачам користуватись як он-лайн, так і оффлайн, розвиток та використання відео-маркетингу, а також покращення власного сайту.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цифрові-технології-щоце?/-2018.- Режим доступу: <https://hi-news.pp.ua/kompyuteri/5035-cifrov-tehnologiyi-ce-maybutnye-lyudstva.html>
2. «Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний – 2020)», - ГС «ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА»
3. Федулова Л. І. Цифрова трансформація (цифровізація) регіонів України. Аналітична записка. 2019. Режим доступу: [academy.gov.ua/pages/dop/198/files/4ba4c1b4-cefe-4f27-b58b-3aee7c8cf152.pdf](https://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/4ba4c1b4-cefe-4f27-b58b-3aee7c8cf152.pdf)
4. Білоцерківський О.Б. Основи стандартизації, метрології та управління якістю: текст лекцій для студентів спеціальності 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність". Харків: "Точка", 2019.
5. Ткачук Г.О. Цифрові трансформації: взаємозв'язок із системою економічної безпеки підприємства. Економіка харчової промисловості. Одеська національна академія харчових технологій. 2019.
6. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. Законодавство України: сайт Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>
7. Міжнародна платіжна система // С. Г. Арбузов, Ю. В. Колобов, В. І. Міщенко, С. В. Науменкова. — Київ : Центр наукових досліджень Національного банку України : Знання, 2020.
8. Розпорядження КМУ від 17 січня 2017 р. №67-р «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2017–2018 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації»
9. Степан Кубів, Олена Мініч, Андрій Бірюков - Міністерство економічного розвитку та торгівлі України.2021 р.
10. Взято зі сторінки офіційного сайту Wol.121: <https://wol121.com/galereya-apartamenty/>
11. Взято зі сторінки офіційного сайту Ribas Hotels Group: <https://ribashotelsgroup.ua/ru/projects/city-hotel-isadge/>
12. Скорик Т. Система моніторингових досліджень як механізм управління якістю освіти // Школа – 2021.
13. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес в 2020 році./-2020./



Режим доступу: <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjujut-restorannij-biznes/>

**14.** Організація ресторанного господарства для студентів  
Режим доступу: <http://194.44.152.155/elib/local/1120.pdf>

**15.** Організація обслуговування в закладах ресторанного гос-ва  
Режим доступу: [https://pidru4niki.com/1584072023485/turizm/organizatsiya\\_obsługovuvannya\\_u\\_zakladah\\_restorannogo\\_gospodarstva](https://pidru4niki.com/1584072023485/turizm/organizatsiya_obsługovuvannya_u_zakladah_restorannogo_gospodarstva)

**16.** Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів/ Людмила Агафонова, Ольга Агафонова,; Київський ун-т туризму, економіки і права. — К.: Знання України, 2018.

**17.** Виноградська А. Стратегія готельного бізнесу в Україні // Діловий вісник. — 2020.





# ДОДАТКИ

## Додаток А

Servio – внутрішня система бронювання, яку використовує готельно-ресторанний комплекс «Wol.121»

BOSSFOR - Мероприятия

Март 2021

Номер	01 Пн	02 Вт	03 Ср	04 Чт	05 Пт	06 Сб	07 Вс	08 Пн	09 Вт	10 Ср	11 Чт	12 Пт	13 Сб	14 Вс	15 Пн	16 Вт	17 Ср	18 Чт	19 Пт	20 Сб	21 Вс	22 Пн	23 Вт	
Стандарт с отдельным входом	1/5	1/5	1/5	1/5	1/5	1/5	1/5	2/5	2/5	2/5	2/5	3/5	3/5	3/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5
Стандарт Луччи	5/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6

Карта гостя с/счетом 000005279

Л/счет: 000005279 № комнаты: - ФИО: 000005279 - 106 - Годун Яна, Руденко Илья Статус: Проживающий Отель: BOSSFOR

Категория оплаты: Стандарт Луччи Категория: Стандарт Луччи (6) Компания-оператор: Официальный сайт

Заявка/Выезд: 30.12.2019 16:25 04.01.2020 12:00 Свойства комнаты: не выбрано Компания-источник: Официальный сайт

Взрослых: 2 Детей: 0 Детей с оплатой: 0 Тип размещения: Двухместный Условие договора: Системное условие Преискуртанты: Эконом

По местам: Места: 2 Доп.места: 0 Комната: 106 Тип оплаты: Наличный Автоначисления: не выбрано

ФИО: Годун Яна, Руденко Илья Контактное лицо: Годун Яна Цена: 3 000,00

Обращение-Язык: Электронная почта: goduniana68@gmail.com Ночей: 5

Гражданство: Украина Разрешить рассылку: [checked] Раздельный депозит: [unchecked]

Кредитный лимит: Системный 10000,00 Заказан трансфер: [unchecked] Адрес: Баланс: 60,00 грн.

Остаток: 9 940,00 грн. Менеджер: Admin Примечание: Оф. сайт №20191230-8254-57159759.СТУЛ, 2ч с завтраком

Категория надбавки: Не выбрана Дата решения: Источник: Сайт отеля

Командировочные удостоверения: Не загружены Номер бронирования внешней системы: 20191230-8254-57159759

Забронировал: Servio reservation 07.12.2019 12:35:20 Последнее изменение: Рудая Юлия 30.12.2019 16:25:54

Поселил: Рудая Юлия 30.12.2019 16:25:54

Показать историю Сохранить Редактирование гостя Копировать



Додаток Б

POS Sector – внутрішня система, яку використовує готельно-ресторанний комплекс «Wol.121»



КАКИМ ЗАВЕДЕНИЯМ ОБЩЕПИТА ПОДХОДИТ ПРОГРАММА

