

**Державний торговельно-економічний університет**

Кафедра цифрової економіки та системного аналізу

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Цифровізація ресторанного бізнесу»**

Студентки 2 курсу, 1м групи,  
другого (магістерського) рівня  
освіти  
спеціальності  
051 «Економіка»  
освітня програма  
«Цифрова економіка»

Науковий керівник  
доктор фізико-математичних  
наук, професор

Гарант освітньої програми  
доктор фізико-математичних  
наук, професор

Покотило Дарини  
Сергіївни

*підпис студента*

Гамалій Володимир  
Федорович

Гамалій  
Володимир Федорович

*підпис керівника*

*підпис гаранта*

**Київ 2023**

# Державний торговельно-економічний університет

Факультет інформаційних технологій

Кафедра цифрової економіки та системного аналізу

Освітній ступінь магістр

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Цифрова економіка»

**Затверджую**

Зав. кафедри \_\_\_\_\_

Роскладка А.А.

«15» грудня 2022 р.

## **Завдання на випускню кваліфікаційну роботу студентці**

**Покотило Дарині Сергіївні**

*(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

«Цифровізація ресторанного бізнесу»

Затверджена наказом ДТЕУ від «06» грудня 2022 р. № 3293

2. Строк здачі студентом закінченої роботи «01» грудня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

*Метою дипломної роботи є розробка елементів цифровізації ресторанного бізнесу з метою покращення якості обслуговування клієнтів, збільшення ефективності роботи закладу та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.*

*Об'єкт дослідження є процес цифровізації ресторанного бізнесу та його вплив на збільшення ефективності та конкурентоспроможності підприємств*

*Предметом дослідження є ресторан-парк «Млин» та його адаптація до цифрового середовища*

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ЦИФРОВІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

1.1 Основні поняття цифровізації та її значення в сьогоденні

1.2 Світові тенденції цифровізації

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1 Огляд ресторанного ринку та його тенденцій.

2.2 Ресторан-парк «Млин» та особливості його цифровізації. Переваги та недоліки використання цифрових технологій у обраному ресторані

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

3.1. Огляд цифрової трансформації

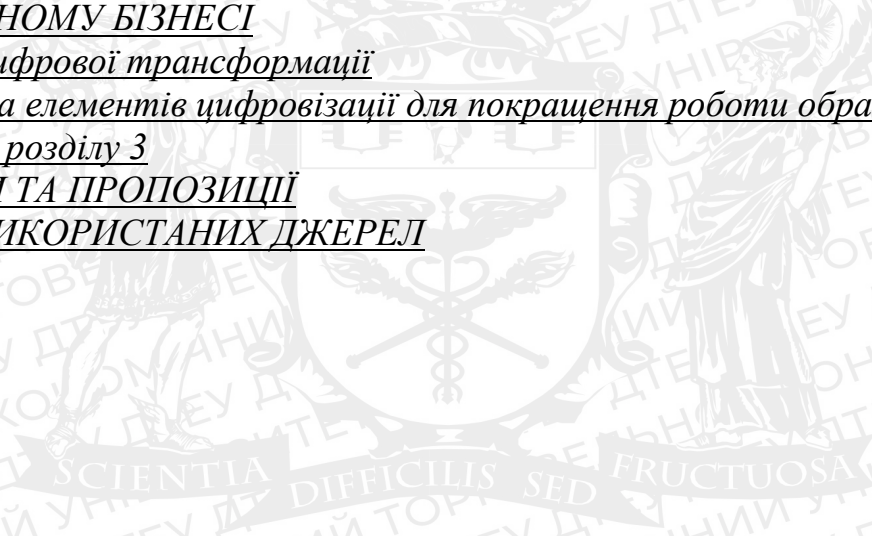
3.2. Розробка елементів цифровізації для покращення роботи обраного ресторану

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ



## 5. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	фактично
1	2	3	4
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	20.11.2022	20.11.2022
2	<i>Розробка та затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	15.12.2022	15.12.2022
3	<i>Вступ</i>	01.03.2023	
4	<i>Розділ 1. Цифровізація ресторанного бізнесу: теоретичні аспекти</i>	25.06.2023	
5	<i>Розділ 2. Ресторанний бізнес в умовах цифрової економіки</i>	01.09.2023	
6	<i>Підготовка статті у збірник наукових статей магістрів</i>	15.09.2023	
7	<i>Розділ 3. Проектування та реалізація цифрової стратегії в ресторанному бізнесі</i>	18.10.2023	
8	<i>Висновки та пропозиції</i>	01.11.2023	
9	<i>Здача випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі науковому керівнику</i>	15.11.2023	
10	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи</i>	29.11.2023	
11	<i>Виправлення зауважень, зовнішнє рецензування випускної кваліфікаційної роботи</i>	30.11.2023	
12	<i>Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі</i>	02.12.2023	
13	<i>Публічний захист випускної кваліфікаційної роботи</i>	За розкладом роботи ЕК	

6. Дата видачі завдання 15 грудня 2022

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Гамалій В.Ф.

(підпис, прізвище, ініціали)

8. Гарант освітньої програми

Гамалій В. Ф.

(підпис, прізвище, ініціали)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Покотило Д.С.

(підпис, прізвище, ініціали)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

02.12.2023 р.

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист

Гамалій В.Ф. 29.11.2023 р.

(ПІБ наукового керівника, підпис, дата)

11. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Покотило Д.С.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Гамалій В.Ф.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Роскладка А.А.

(підпис, прізвище, ініціали)

«

»

2023 р.

## Анотація

Дипломна робота присвячена дослідженню процесу цифровізації ресторанного бізнесу та її впливу на ефективність та конкурентоспроможність підприємства. В роботі проведено аналіз різноманітних цифрових інструментів та технологій, що можуть бути використані в ресторанному бізнесі для збільшення ефективності та покращення якості обслуговування клієнтів.

Основні завдання дослідження полягають у вивченні сучасних тенденцій та напрямків розвитку ресторанної галузі, аналізі переваг та недоліків впровадження цифрових технологій в ресторанний бізнес, дослідженні впливу цифрових інструментів на збільшення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства, розробці та впровадженні елементів цифровізації в роботу обраного ресторану.

Результатом дослідження є розробка та впровадження в роботу обраного ресторану елементів цифровізації, таких як чат-бот з онлайн-замовленням та електронне меню, що дозволить забезпечити більш ефективну та зручну роботу підприємства та покращити задоволення клієнтів від обслуговування

**Ключові слова:** цифровізація, ресторанний бізнес, цифрові технології, онлайн-замовлення, електронні меню, автоматизація, інновація.

## Annotation

The thesis is devoted to the study of the process of digitalization of the restaurant business and its impact on the efficiency and competitiveness of the enterprise. The paper analyzes various digital tools and technologies that can be used in the restaurant business to increase efficiency and improve the quality of customer service.

The main tasks of the research are the study of modern trends and directions of development of the restaurant industry, the analysis of the advantages and disadvantages of the introduction of digital technologies in the restaurant business, the study of the impact of digital tools on increasing the profitability and competitiveness of the enterprise, the development and implementation of elements of digitalization in the work of the selected restaurant.

The result of the research is the development and implementation of digitization elements in the work of the selected restaurant, such as a bot with online ordering and an electronic menu, which will ensure more efficient and convenient operation of the enterprise and improve customer satisfaction with service

**Keywords:** digitalization, restaurant business, digital technologies, online ordering, electronic menus, automation, innovation.



## Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1.ЦИФРОВІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ	5
1.1 Основні поняття цифровізації та її значення в сьогоденні	5
1.2 Світові тенденції цифровізації	7
Висновки до розділу 1	14
РОЗДІЛ 2. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	15
2.1 Огляд ресторанного ринку та його тенденцій	15
2.2 Ресторан-парк «Млин» та особливості його цифровізації. Переваги та недоліки використання цифрових технологій у обраному ресторані	21
Висновки до розділу 2	24
РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	26
3.1. Огляд цифрової трансформації	26
3.2. Розробка елементів цифровізації для покращення роботи обраного ресторану	29
Висновки до розділу 3	40
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44
ДОДАТКИ	47



## ВСТУП

Сучасний світ, наповнений технологіями та інноваціями, вимагає від підприємств у всіх галузях переглянути свої підходи та адаптуватися до нових реалій. Однією з перспективних галузей, що розвиваються, є саме ресторанний бізнес. Через ріст кількості нових ресторанних закладів в свою чергу збільшується і конкуренція. З появою цифрових технологій, а також зміною у споживчому підході, ресторани мають швидко пристосуватися до нового середовища та вимог сучасних клієнтів.

Цифровізація ресторанного бізнесу стала необхідністю, щоб забезпечити конкурентоспроможність, залучити нових клієнтів та забезпечити задоволення у відвідувачів. В цьому контексті, розробка і впровадження власного електронного меню та мобільного додатка для онлайн замовлень стають актуальними завданнями, які можуть забезпечити ресторанам конкурентні переваги.

**Актуальність обраної тематики** дослідження визначається перспективами розвитку ресторанного бізнесу.

**Мета дослідження** полягає в розробці розробка елементів цифровізації ресторанного бізнесу з метою покращення якості обслуговування клієнтів, збільшення ефективності роботи закладу та підвищення його конкурентоспроможності на ринку

### **Досягнення мети обумовило вирішення наступних завдань:**

- аналітичне дослідження механізмів функціонування ресторанного бізнесу
- аналітичне дослідження впливу цифрової трансформації бізнесу
- розробка загальної концепції
- формування вимог цифрової трансформації
- розробка qr-меню ресторану
- розробка мобільного додатку

**Об'єкт дослідження** – є процес цифровізації ресторанного бізнесу та його вплив на збільшення ефективності та конкурентоспроможності підприємств

**Предмет дослідження** - ресторан-парк «Млин» та його адаптація до цифрового середовища.

**Інформаційною базою** дослідження є довідники, книги, навчальні посібники, методичні рекомендації у сфері ресторанної діяльності, статистичні данні діяльності ресторанним бізнесом представлені в глобальній мережі Інтернет.

В ході написання роботи використана раціональна сукупність загальнонаукових і спеціальних методів пізнання такі як дослідження та аналіз літератури, спостереження.

**Методи дослідження** в ході написання роботи використана раціональна сукупність загальнонаукових і спеціальних методів пізнання такі як дослідження та аналіз літератури, спостереження, проектування, розробка та реалізація елемента цифровізації.

**Практичне значення** отриманих в випускній кваліфікаційній роботі результатів полягає в розробці автоматизованої системи управління діяльністю ресторанним бізнесом, що сприяло покращенню обслуговування клієнтів та забезпечило ресторану конкурентну перевагу у сфері цифрової трансформації.

## РОЗДІЛ 1. ЦИФРОВІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

### 1.1. Основні поняття цифровізації та її значення в сьогоденні.

Цифровізація - це процес, який включає в себе використання електронних та цифрових пристроїв, засобів та систем для покращення комунікації і взаємодії між фізичним і віртуальним світом, створюючи таким чином простір для вільної обміну інформацією в Інтернеті [1].

Одним із найбільш помітних ефектів диджиталізації є підвищення доступності інформації та простота її обробки. Інтернет дає можливість швидко та легко знайти будь-яку необхідну інформацію та опрацювати її за допомогою новітніх технологій.

У свою чергу, потреба в інформації є однією з основних нематеріальних потреб людини. Це підтверджується тим фактом, що останні цифрові технології мали значний вплив на суспільство, наприклад, шляхом взаємодії через соціальні мережі, як Facebook і Twitter, в господарській діяльності за допомогою електронної торгівлі і платіжних систем, в сфері охорони здоров'я завдяки електронним рецептам та медичним карткам пацієнтів, а також у сфері розваг та дозвілля завдяки доповненій реальності та розважальним іграм. Проте важливо пам'ятати, що різні галузі економіки та суспільства потребують власних інформаційних ресурсів, оскільки характер діяльності може відрізнятися. При цьому остання має здатність не вичерпуватися, а підвищувати власну якість і цілісність [2].

Однак з цим виникають нові проблеми, такі як зростання кількості цифрових загроз, залежність від технологій і зміна соціальних відносин. Тому важливо переконатися, що цифровий розвиток враховує потреби суспільства та безпечно використання цифрових технологій.

У сучасному світі, де цифровізація стає все більш важливим процесом, компанії та уряди, які знають, як використовувати цифрові технології в своїх інтересах, зможуть отримати значну перевагу над своїми конкурентами. Тому, щоб бути

успішним у сучасному світі, ви повинні вміти використовувати цифрові технології та адаптувати їх до потреб свого бізнесу чи суспільства в цілому.

Основні значення цифровізації в сьогодні включають:

1. Економічне зростання. Цифрові технології стимулюють інновації та підвищують продуктивність у різних галузях, що призводить до економічного зростання.
2. Покращення доступу до інформації. Інтернет і цифрові медіа надають доступ до величезних обсягів інформації та знань для людей у всьому світі.
3. Зручність і ефективність. Цифрові рішення спрощують багато аспектів життя, включаючи комунікацію, покупки, банківські операції та багато інших.
4. Покращення якості послуг. Багато галузей, таких як охорона здоров'я, освіта і громадський транспорт, використовують цифрові технології для покращення якості та доступності послуг.
5. Інновації та конкурентоспроможність. Підприємства, що інтенсивно впроваджують цифрові технології, відкривають для себе більше шансів на інновації та збільшення конкурентоспроможності.
6. Розвиток глобальних ринків. Цифрова технологія дозволяє компаніям діяти на міжнародному ринку, розширюючи глобальні можливості для бізнесу.
7. Збереження ресурсів. Використання цифрових технологій може сприяти збереженню природних ресурсів та зменшенню викидів.
8. Підвищення якості життя. Цифрові інновації можуть полегшити життя людей, забезпечуючи зручність та покращені послуги.
9. Зміна моделей бізнесу. Цифрові технології можуть створювати нові можливості для бізнесу та змінювати традиційні моделі.
10. Сприяння науковим дослідженням. Цифрові інструменти допомагають вченим у проведенні більш точних та складних досліджень.

Загалом, цифровізація стала необхідним інгредієнтом сучасного світу і впливає на всі аспекти нашого життя, створюючи нові можливості та виклики.

## 1.2 Світові тенденції цифровізації

Цифровізація – це процес, який відбувається повсюдно та дуже швидко у всьому світі, адже цифрова революція є важливою для кожної країни, і для розвинутих, і для тих, що розвиваються. Багато розвинених країн вже мають досить ефективну цифрову економіку та широко використовують переваги цифровізації, що сприяє їхньому економічному зростанню та покращує якість життя їхніх громадян. Цифрові технології в усьому світі підвищують продуктивність, руйнують бізнес-моделі та сприяють інноваціям із глибокими наслідками для сьогодення та майбутнього людства [3].

Більшість країн у світі активно впроваджують та розширюють цифрові технології та можливості, розширюючи та удосконалюючи наявну цифрову інфраструктуру в країні. Ця інтеграція охоплює більше цифрових можливостей та покращує їхнє використання.

Цифрова економіка стрімко росте на глобальному рівні. Вона стає ключовим джерелом інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання у всьому світі. Головні продукти цифрової економіки ідентичні товарам та послугам, що присутні в традиційній економіці, однак їх надання здійснюється за допомогою комп'ютерного обладнання та цифрових систем, таких як глобальний Інтернет. Це призводить до численних переваг, включаючи зростання доступності ринків для звичайних користувачів, зменшення витрат на транзакції та підвищення ефективності та конкурентоспроможності.

Характерною особливістю цифрової економіки є її зв'язок із економікою на вимогу (економіка на запит), яка передбачає не продаж товарів та послуг, а доступ до них у момент їхньої потреби. Переваги економіки на запит включають у себе: високу швидкість отримання необхідних послуг або товарів; зменшення вартості для кінцевого користувача за рахунок скорочення кількості посередників; спрощення виводу постачальників товарів та послуг до користувачів.

В основі цифрових трансформацій – цифрові тренди: ефективність, конкурентоздатність та створення нових цінностей.

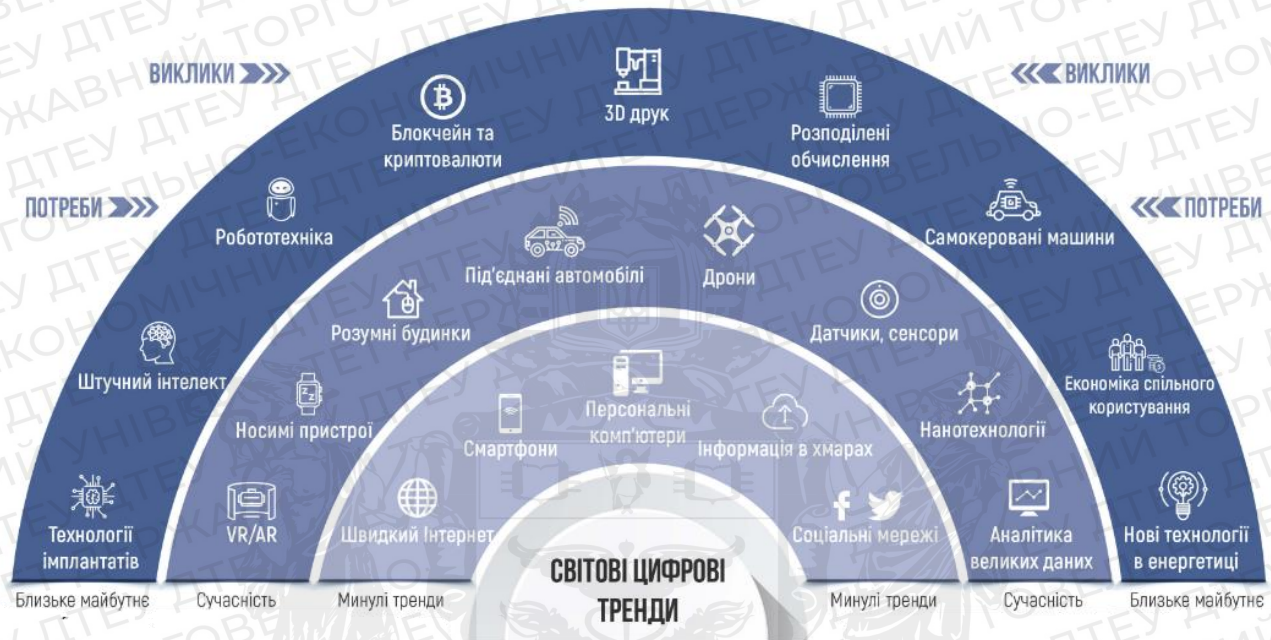


Рис 1. Ключові цифрові тренди [4]

Цифрові тренди (тенденції) (рис. 1) — це напрямки розвитку цифрових технологій. Вивчення цифрових трендів допомагає прогнозувати розвиток конкретних економічних, технологічних і навіть соціальних явищ у майбутньому.

Цифрові тренди які включають в себе широкий спектр цифрових технологій, таких як штучний інтелект, Інтернет речей, блокчейн та аналітика даних. Ці тренди перетворюють спосіб функціонування бізнесу, державних органів та суспільства загалом. Для України це відкриває численні можливості, включаючи підвищення ефективності економіки, покращення якості послуг, створення нових бізнес-моделей та залучення інвестицій у сферу інновацій. Проте, для успішного використання цих можливостей, важливо розробляти національну стратегію цифрової трансформації, інвестувати в освіту та технологічну інфраструктуру, а також забезпечити кібербезпеку та захист даних, щоб забезпечити сталість росту та розвитку.

Для України, як і для інших країн, цифровізація бізнесу може стати ключовим фактором для стимулювання інновацій, залучення інвестицій та збільшення конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Важливою є розробка стратегій та інфраструктури для підтримки цього процесу, а також підготовка кадрів з цифровими навичками.

*Бар'єри для розвитку тренду цифровізації в Україні:*

- Відсутність національних програм, державної інфраструктури та заохочувальних заходів для підтримки використання цифрових інструментів у бізнесі, а також для стимулювання інноваційного підприємництва.
- Відсутність чіткої стратегії та ініціатив для цифрової трансформації економіки та суспільства України.
- Недостатність системи розвитку цифрових навичок та навичок інноваційного підприємництва на рівнях освіти, як на середньому, так і на вищому рівнях, а також у різних секторах суспільства загалом.

*Можливості, які створює тренд для України:*

- Підвищення конкурентоспроможності різних секторів економіки за рахунок впровадження цифрових рішень та технологій.
- Створення сприятливих умов для розвитку цифрової економіки та підвищення продуктивності на ринку праці.
- Виникнення нових індустрій та можливість розвитку кроссплатформових секторів, які поєднуються з цифровою індустрією.
- Стимулювання інноваційного підприємництва та підвищення можливостей для стартапів та малого бізнесу.

В рамках ініціативи «Цифрового десятиліття Європи» розроблено цифровий компас. Він використовує чотири напрямки, аналогічні точкам звичайного компаса, для формулювання ключових завдань, які потрібно виконати протягом наступного десятиліття:

- Збільшення кількості осіб з цифровими навичками та висококваліфікованих цифрових фахівців.
- Забезпечення безпеки та стійкості цифрових інфраструктур.
- Поширення цифрової трансформації в сфері бізнесу.
- Розширення доступу до цифрових державних послуг.

Ці напрямки допомагають сформулювати конкретні мету та завдання для досягнення високого рівня в цифрових трендах.

Схожі плани розвитку цифрової трансформації також існують в Україні. Згідно з візією "Цифрової економіки України 2030E" до 2030 року Україна прагне стати європейським лідером у сфері інновацій та нових технологій. Метою є досягнення того, щоб 65% ВВП країни становило внесок цифрової економіки. Важливим аспектом цього плану є цифровий пріоритет, що передбачає надання всіх послуг та сервісів онлайн, зокрема, повинні бути доступні онлайн 100% державних послуг, і фізичне подання заявок повинно бути винятком, а не правилом [5].

Проте загалом, стратегії розвитку цифрової трансформації у країнах Європи та України демонструють високий ступінь схожості, що свідчить про потенційну можливість автоматичного створення добре узгодженої цифрової системи після досягнення поставленого рівня розвитку цифровізації до 2030 року. Ця узгодженість має потенціал для покращення співпраці між Україною та Європейським Союзом в сфері цифрової трансформації, а також для полегшення інтеграції України в європейські економічні та технологічні структури. Це може сприяти збільшенню обміну інноваціями, розвитку електронної торгівлі, підвищенню якості державних послуг та зростанню конкурентоспроможності української економіки.

Важливою частиною цього процесу є спільна робота над стандартами та регуляторними рамками для цифрової сфери, яка допоможе забезпечити сумісність та інтероперабельність між цифровими системами України і ЄС.

За допомогою "Цифрового компасу" країни ЄС намагаються досягти поставлений рівень цифровізації. Для досягнення запланованого рівня цифрової



трансформації до 2030 року, країни Європейського Союзу розробили і впровадили стратегію "Шлях до Цифрового Десятиліття". Ця стратегія включає в себе систему показників і індексів, зокрема ключовим вимірником є Індекс цифрової економіки та суспільства (DESI), який допомагає відстежувати поточні досягнення у сфері цифровізації та оцінювати динаміку її розвитку в порівнянні з прогнозами.

Сучасні інструменти для оцінки рівня цифровізації включають в себе різноманітні методики. Зокрема, основні індекси, що характеризують світовий рівень цифровізації, включають:

- Індекс цифрової еволюції (Digital Evolution Index): Цей індекс визначає, як різні країни переходять від фізичної економіки до цифрової. Він надає інформацію про те, які країни найкраще підготовлені до цього переходу, наскільки швидко вони розвиваються і чи деякі із них виходять вперед. Індекс цифрової еволюції аналізує основні показники, які впливають на цифровізацію країни: умови поставки, умови попиту, інституційне середовище та інновації та зміни. Щоб отримати уявлення про готовність та конкурентоспроможність країн у цифровому секторі, індекс розбиває ці показники на 12 компонентів і вимірює їх за допомогою загальної кількості 108 показників [6].

- Індекс готовності до мережевої взаємодії (Networked Readiness Index): Це індекс Світового економічного форуму, який характеризує рівень розвитку інформаційних та комунікаційних технологій у світі. NRI складається з трьох компонентів: ІКТ-середовища, запропонованого певною країною або спільнотою, готовності ключових учасників (індивідів, підприємств і урядів) використовувати ІКТ та використання ІКТ цими учасниками.

- Індекс цифрової диджиталізації (DiGiX): Цей індекс оцінює фактори, поведінку суб'єктів та інституції, які дозволяють країні повністю використовувати інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ) для підвищення конкурентоспроможності та благополуччя. Це складний індекс, який узагальнює відповідні показники в 100 країнах. DiGiX складається з шести основних компонентів:

інфраструктури, поширення серед населення, поширення серед підприємств, витрат, регулювання та підтримки .

- Індекс цифрової економіки та суспільства (DESI): Цей індекс вимірює прогрес у країнах Європейського союзу у сфері цифрової економіки та суспільства. Він об'єднує набір відповідних показників європейської цифрової політики. Структура індексу включає п'ять основних індексів, що містять підіндекси і надають точну інформацію про рівень цифровізації, такі як підключеність до ІКТ, цифрові навички, показники використання Інтернету, інтеграція в цифрові технології, показники розвитку електронного середовища [7].

IMD World Digital Competitiveness Ranking, створений IMD World Competitiveness Center, вимірює здатність та готовність 63 економік до впровадження та вивчення цифрових технологій як ключового фактора економічної трансформації у сферах бізнесу, уряду та суспільства загалом.

Всього було досліджено 63 глобальні економіки щодо їхньої спроможності приймати та вивчати нові цифрові технології. У цьому році було виміряно 54 критерії - це комбінація зовнішніх даних та опитування виконавчих представників IMD - і розділено на три основні групи: готовність до майбутнього, знання та технології.

Данія очолює рейтинг завдяки видатним показникам у готовності до майбутнього, яку WCC визначає як "рівень готовності країни до використання цифрової трансформації". Вона демонструє високий рівень бізнес-гнучкості (1/63) та інтеграції ІТ (1/63), а також посідає п'яту позицію за адаптивними прагненнями.

Через обмежену надійність зібраних даних Україна не враховувалася у цьогорічному виданні Рейтингу. Проте можна стверджувати з впевненістю, що Україна, як європейська країна, наразі на початковому етапі свого шляху до створення якісної цифрової економіки. Незважаючи на те, що українські ІТ-фахівці дуже популярні на світовому ринку праці, обмежена розвиненість інфраструктури, застарілі технології, відсутність відповідного законодавства та нечітка орієнтація уряду

становлять серйозні виклики для створення необхідних передумов для цифровізації національної економіки.

У звіті WDCR 2021 Україна опинилася на 54-му місці серед 63 країн світу, що є на 4 позиції краще, ніж у 2020 році. Аналіз рейтингу України свідчить що в 2021 році вона займає найвищу позицію порівняно з попередніми роками. Динаміку позиції України за IMD World Digital Competitiveness Ranking протягом періоду з 2016 по 2021 рік показано на рисунку 2. Відносно низький рівень позиції України у рейтингу цифрової конкурентоспроможності обгрунтовується слабкими показниками у окремих факторах, зокрема, у сфері цифрових технологій та готовності до цифрової трансформації, які детально розглянуті на рисунку 3. Отже, можна зробити висновок, що Україна має більш сприятливу позицію в рейтингу щодо фактору цифрових знань порівняно з іншими компонентами WDCR.

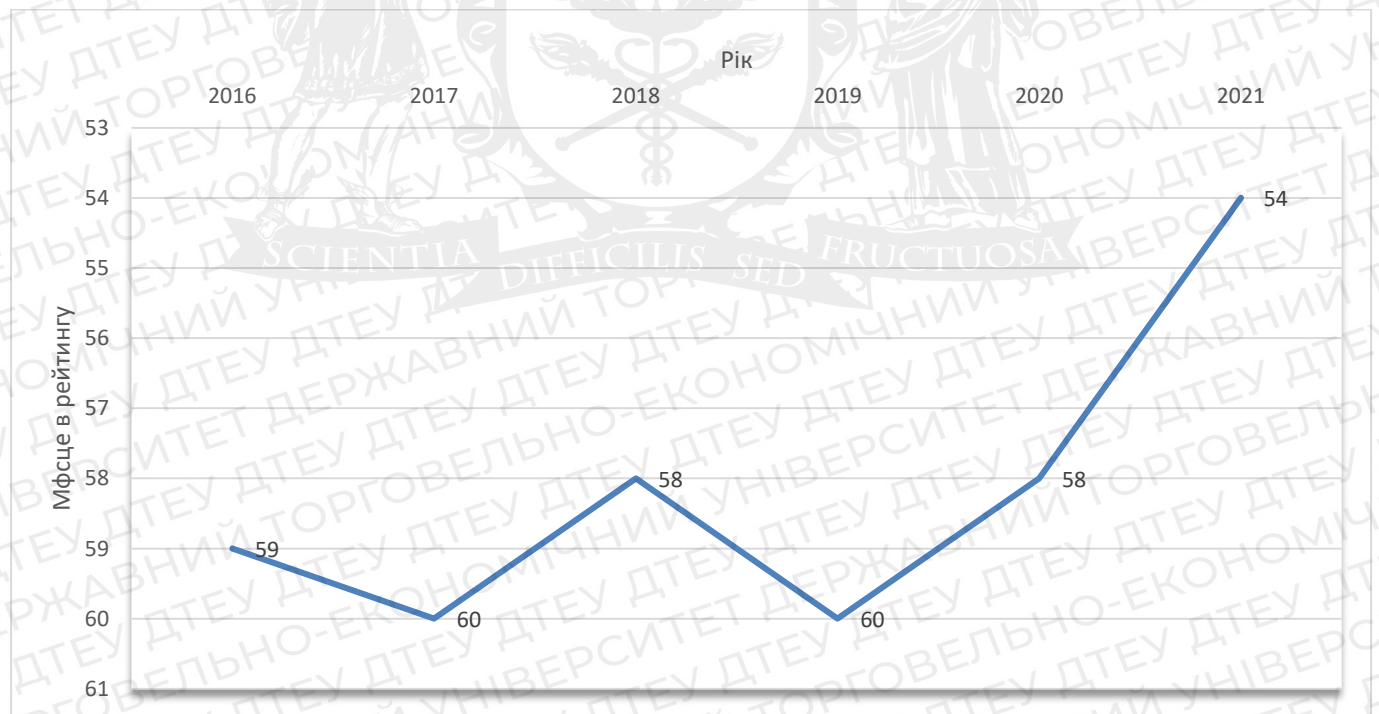


Рис 2. Динаміка позиції України за WDCR за період 2016–2021 рр. [8]

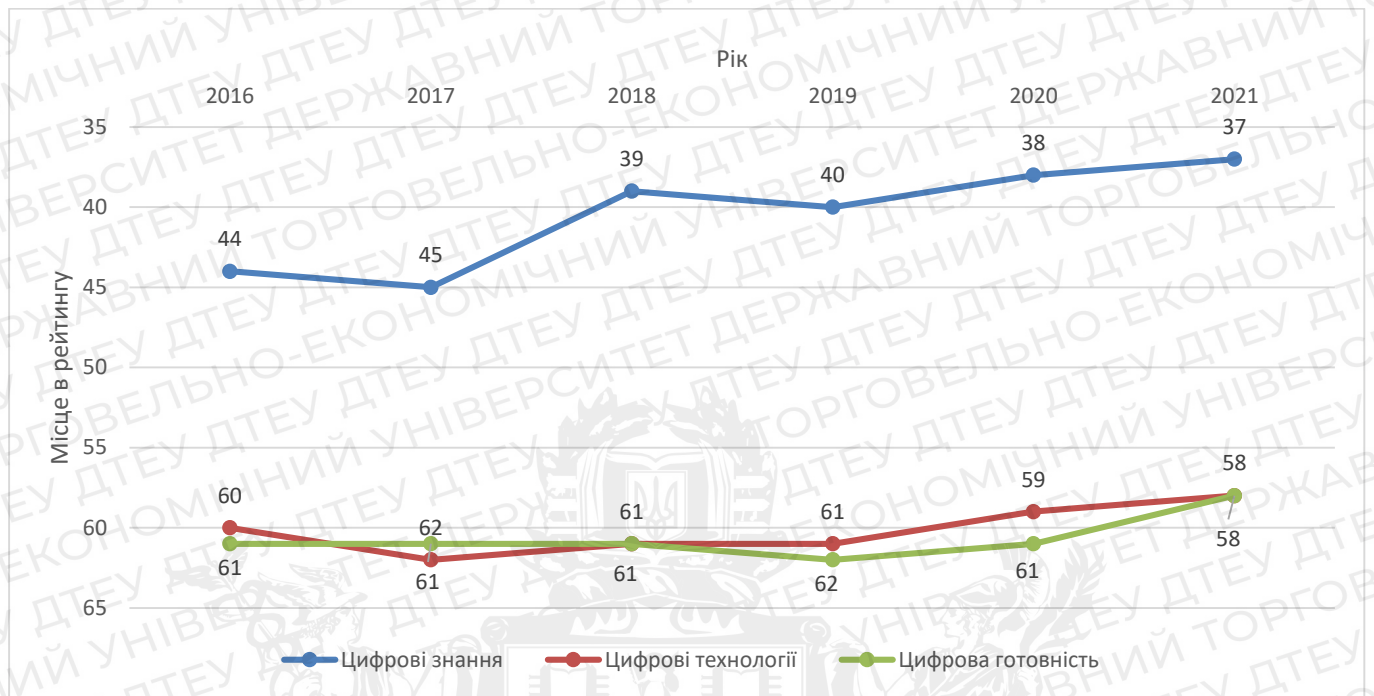


Рис 3. Динаміка рейтингу цифрової конкурентоспроможності України за окремими факторами за період 2016–2021 рр [8]

## Висновки до розділу 1

Цифровізація — це сучасний процес перетворення традиційних аспектів життя, бізнесу, господарства та суспільства через використання цифрових технологій. Вона змінює спосіб, яким ми спілкуємося, працюємо, розвиваємося та взаємодіємо зі світом навколо нас.

Цифрова революція визначає новий спосіб життя та роботи в сучасному світі. Ця трансформація сприяє підвищенню ефективності, зручності та інноваційності в різних галузях. Розуміння основних понять цифровізації є важливим для вивчення та впровадження цифрових технологій в сучасному суспільстві.

Проаналізований рейтинг IMD World Digital Competitiveness Ranking свідчить про зміцнення позицій України на світовому ринку інформаційно-комунікаційних технологій у останні роки. З урахуванням значного потенціалу в цифровізації та вкладу в її розвиток можна сподіватись на швидке відновлення та подальший розвиток цієї сфери.

## РОЗДІЛ 2. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

### 2.1 Огляд ресторанного ринку та його тенденцій.

Ресторанний бізнес є однією зі старіших та найважливіших галузей господарства у багатьох країнах світу. Він є не тільки джерелом гастрономічного задоволення для споживачів, але і важливою галуззю економіки, що забезпечує робочі місця та приносить доходи. Однак з появою цифрової економіки та зростаючої цифрової трансформації у всіх сферах життя, ресторанний бізнес також зазнав значних змін і адаптацій.

Ресторанний ринок постійно змінюється та адаптується під впливом суспільних, технологічних та економічних факторів. Один із ключових аспектів, що впливає на ринок це зростання цифрових технологій та їх вплив на споживачів. Цифрові засоби спілкування та платформи для замовлення їжі, такі як мобільні додатки та онлайн-сервіси доставки, стали невід'ємною частиною ресторанного бізнесу. Користувачі тепер можуть зручно шукати ресторани, переглядати меню, робити замовлення та оплачувати за допомогою своїх смартфонів [9].

Цифрова трансформація також призвела до збільшення конкуренції на ринку ресторанного обслуговування. Ресторанні підприємства тепер змушені змагатися не тільки за якістю їжі та обслуговуванням, але й за онлайн-присутністю та зручністю для клієнтів. Ті, хто ефективно використовує цифрові інструменти, може залучити більше клієнтів та забезпечити їм комфортний досвід. Клієнти сьогодні часто шукають зручності та інновації в ресторанному обслуговуванні. Онлайн-замовлення, самообслуговування в ресторанах та можливість замовлення їжі для доставки або видачі на виніс дозволяють клієнтам отримувати їжу так, як вони це бажають.

Оглядаючи ресторанний ринок у контексті цифрової економіки, видно, що ця галузь зазнала значних змін та трансформацій. Цифрові технології стали необхідною складовою ресторанного бізнесу, змінюючи споживчі звички та бізнес-моделі. З'явилися нові формати бізнес-моделей ресторанів, такі як «хмарні кухні», де готують

їжу виключно для доставки. Ресторани активно використовують дані та аналітику для оптимізації меню, запасів та обслуговування клієнтів [10].

Соціальні медіа стали необхідним інструментом для реклами та взаємодії з клієнтами. Ресторани активно використовують платформи, такі як Instagram та Facebook, для просування свого бренду та взаємодії зі споживачами.

Цифровізація, у контексті ресторанного бізнесу, представляє собою трансформаційний процес, що ґрунтується на використанні цифрових технологій та оцифрованих даних з метою поліпшення та оптимізації звичайних операцій та процесів господарювання. Цей процес спрямований на те, щоб робити вже існуючі бізнес-операції простішими, швидшими та ефективнішими, завдяки доступності миттєвої інформації та можливості її обробки [11].

Диджиталізація у ресторанному бізнесі охоплює різні аспекти та сфери діяльності, починаючи від способів прийому та обробки замовлень, завершуючи взаємодією з клієнтами та аналізом даних. Однією з головних особливостей цифрової трансформації є перехід від ручних та паперових процесів до цифрових систем управління, де дані стають доступними в режимі реального часу, а не зберігаються у вигляді фізичних документів. Оцифрування дозволяє ресторанам покращити ефективність операцій, знизити витрати, підвищити якість обслуговування та надати клієнтам більше можливостей для вибору та замовлення страв. Також вона впливає на зміну внутрішньої організації ресторанів, де персонал навчається використовувати цифрові інструменти для кращого взаємодії з клієнтами та оптимізації бізнес-процесів.

Отже, давайте розглянемо головні тенденції цифрової трансформації у 2023 році [12].

### 1. Платформа для обробки даних клієнтів (Customer Data Platforms, CDP)

У сучасній цифровій епохі дані надходять з різних джерел, і компанії мають доступ до значної обсягу інформації про своїх клієнтів, як ніколи раніше. Незалежно від того, чи взаємодіють клієнти з вашою компанією, чи придбають один із ваших

продуктів чи послуг, ця інформація включає в себе різні аспекти. Це стосується як малих, так і великих підприємств, і різниця полягає в способі використання цих даних для аналізу поведінки клієнтів та їхніх потреб.

Для малих компаній з обмеженим маркетинговим багажем це може не бути великою проблемою. Проте для підприємств з широким спектром продуктів, маркетингових каналів і клієнтів, видобуток інформації із такого різноманітного обсягу даних може виявитися важким завданням. Платформа для обробки даних клієнтів (CDP) виступає як єдиний джерело інформації про клієнтів, яке можна використовувати для створення більш персоналізованих і привабливих маркетингових кампаній для своїх клієнтів.

На перший погляд, може здатися, що CDP призначені головним чином для відділу маркетингу. Проте це не зовсім вірно. Фінансовий та ІТ-відділи також можуть використовувати CDP для прийняття швидких рішень щодо послуг, продуктів та інших інвестицій компанії.

## 2. Кібербезпека

Вже у 2020 році аналітична компанія Gartner передбачила, що до 2020 року 60% цифрових підприємств стануть свідками серйозних перебоїв у своїй діяльності через невідповідність здатності команд безпеки реагувати на цифрові ризики.

З ростом кількості кібератак у останні роки цей прогноз виявився досить точним. У 2020 році зареєстровано понад 445 мільйонів кібератак, і очікується, що в 2023 році кількість зламаних акаунтів досягне 33 мільярдів.

Хоча не існує універсального рішення для всіх викликів в області кібербезпеки, важливо знайти баланс між людським фактором, процесами та технологіями. Команди з питань кібербезпеки повинні забезпечити відповідність методів безпеки організації та їхню здатність адаптуватися до швидкого темпу цифрової трансформації.

## 3. Штучний інтелект

Демократизація штучного інтелекту зробила його доступним для широкого кола організацій та навіть окремих осіб у цих організаціях. Цей процес передбачає

використання інструментів на основі штучного інтелекту для виявлення та аналізу тенденцій, прийняття рішень, прогнозування подій, навчання та постійного вдосконалення. Важливо зазначити, що не всі інструменти штучного інтелекту є безкоштовними, і впровадження повноцінних технологій штучного інтелекту відомою організацією несе свої власні витрати.

Проте у 2023 році очікується зростання доступності інструментів штучного інтелекту та машинного навчання для різних галузей та різних рівнів користувачів.

#### 4. Багатохмарна архітектура

Багатохмарна архітектура передбачає розподіл програмного забезпечення та робочих навантажень всередині організації за допомогою однієї або двох приватних або загальнодоступних хмарних інфраструктур. Ця стратегія використовується з різних причин, включаючи аварійне відновлення, вимоги до надійності даних та забезпечення стійкості операцій.

Багатохмарні архітектури стали особливо актуальними внаслідок пандемії, коли компанії виявили потребу в більш гнучких рішеннях для управління робочими процесами, орієнтованими на віддалену роботу та забезпеченням безпеки даних.

Управління такими різноманітними хмарними середовищами вимагає від компаній пошуку рішень для автоматизації та управління хмарними інфраструктурами. Це також допомагає компаніям відповідати вимогам гнучкості та досліджувати нові моделі доставки послуг.

#### 5. Безконтактні рішення, цифрові платежі та BNPL

У цьому році важливими тенденціями цифрової трансформації є зростання популярності безконтактних рішень та цифрових платежів, а також концепція "Buy Now, Pay Later" (BNPL).

Протягом останніх років, ресторани та кафе розробляли безконтактні рішення для замовлення та оплати, щоб враховувати вимоги соціального дистанціювання, спричинені пандемією COVID-19. Це стосується не лише онлайн-замовлень на доставку та винос, але й замовлень на місці.



З іншого боку, цифрові платежі стали важливою складовою цифрової трансформації у фінансовому секторі. Вони надають зручну можливість платити за товари та послуги без необхідності контактувати з фізичними грошима. Люди та компанії можуть легко взаємодіяти в цифровій економіці завдяки розвитку цифрових методів оплати.

## 6. Автоматизація

Автоматизація та цифрова трансформація тісно пов'язані, і це не випадковість. У світі бізнесу, коли одне процес автоматизується, це часто викликає послідовне впровадження інших цифрових ініціатив.

Пандемія COVID-19 також значно підштовхнула компанії до швидшої інтеграції автоматизації в їхніх операціях. Це стосується не лише промисловості, але й інших галузей, таких як роздрібна торгівля та кібербезпека.

Згідно з даними Всесвітнього економічного форуму, 80% генеральних директорів активно впроваджують цифрові процеси та нові технології для прискорення цифрової трансформації. Наголос робиться на гіперавтоматизації, яка включає в себе поєднання машинного навчання, роботизованої автоматизації процесів (RPA), штучного інтелекту, низького коду та інших технологій.

Крім того, компанії можуть користуватися хмарними системами автоматизації для підвищення масштабованості та зменшення загальних витрат.

Таким чином, автоматизація стає необхідним елементом цифрової трансформації, а компанії повинні приділяти увагу цим технологічним змінам, щоб забезпечити стійкість та конкурентоспроможність своїх бізнес-процесів.

## 7. 5G

За останні 2-3 роки технологія 5G стала дуже популярною і обговорюваною, хоча насправді вона ще не стала загальноживаною. Проте одну річ можна стверджувати з впевненістю: впровадження 5G різко прискорює процес цифрової трансформації.

Для операторів зв'язку 5G пропонує безліч переваг, включаючи збільшену

пропускну спроможність та можливість доставляти новий контент та послуги на раніше невиданому рівні швидкості. Проте з точки зору бізнесу, 5G має потенціал трансформувати бізнес-моделі та операції, покращуючи спосіб надання послуг кінцевим користувачам.

Ця технологія забезпечує вищу швидкість, меншу затримку та вищу щільність мережі порівняно з мережами 4G. Однак, щоб максимально використовувати потенціал 5G, компаніям потрібно буде інвестувати у розвиток мережевої інфраструктури, особливо постачальникам хмарних послуг.

Це також відкриє можливості для впровадження телекомунікаційних хмар, програмно-визначених мереж, які підтримуватимуть як існуючі мережі 4G, так і новий стандарт 5G.

## 8. Аналітика даних

Прийняття рішень на основі даних є ключовим аспектом цифрової трансформації. Дані є життєво важливим ресурсом для бізнесу, проте їх потрібно відповідно сортувати, обробляти та аналізувати, щоб повністю використовувати їх потенціал.

Інтелектуальна аналітика даних може допомогти отримати цінну інформацію з неструктурованих даних, які були ретельно оброблені. Це сприяє поліпшенню процесів прийняття рішень та підвищенню продуктивності організації.

Дані та аналітика залишаються важливою складовою цифрової трансформації, допомагаючи організаціям прискорити свої зусилля у напрямку оцифрування та трансформації бізнес-процесів.

Gartner передбачив, що до 2022 року 90% корпоративних стратегій будуть прямо посилатися на інформацію як на важливий актив бізнесу, а аналітика даних стане ключовою компетенцією.

Різні види аналізу даних можуть впливати на різні підрозділи компанії. Наприклад, описовий аналіз може допомогти зрозуміти, "що сталося", тоді як діагностичний аналіз допоможе встановити "чому це сталося".

Загалом, ці тенденції свідчать про необхідність адаптації та використання нових технологій для досягнення успішної цифрової трансформації в сучасному бізнесі. Однак важливо враховувати, як ці тенденції відповідають конкретним бізнес-цілям і вибирати ті, що найбільше відповідають потребам індивідуальної організації.

2.2 Ресторан-парк «Млин» та особливості його цифровізації. Переваги та недоліки використання цифрових технологій у обраному ресторані.

У віддаленому куточку Житомирського району розташований ресторан-парк «Млин», що переносить у часи минулого, в історію, яка бере свій початок ще з 1905 року. Розташований в селі Квітневе, він не тільки задовольняє кулінарні прагнення, але й приносить у життя краплину вишуканості і романтики [13].

Загальна інформація про підприємство представлена у додатку А.

Цей ресторан визначається своєю унікальною концепцією - замиським відпочинком зі смаком. Він надає можливість насолодитися європейською кухнею в найбільш вишуканому вигляді. Тут відвідувачі можуть відчути атмосферу відпочинку як для корпоративів, так і для сімейного відпочинку.

Історія закладу ресторан-парк «Млин» почалася з будівництва цієї споруди ще за часів місцевого князя Гончакова. Перша спроба побудувати млин не виправдала очікувань, і він був перебудований на гранітній плиті. З часом млин використовували як круподерню та олійницю. Після реконструкції його стиль залишився, але з сучасним акцентом [14].

Сьогодні цей ресторан - це красиве і затишне місце, яке відкрито для гостей лише в січні 2023 року. Хоча за бізнес-планом розраховувалось відкриття ще у 2018 році, та через низку подій дата відкриття була зміщена. Довгий час млин був занедбаний, поки місцевий житель-меценат не вирішив дати будівлі друге життя. Ззовні фасад повністю збережений, оздоблений із середини та добудовано банкетну залу. У ньому можна відзначити наявність вуличної тераси, яка виглядає над річкою, нового банкетного зала, а також другого залу, що розташований у будівлі самого

млина та має другий додатковий поверх у вигляді внутрішнього балкону. Кожен куточок цього ресторану має свій власний неповторний шарм, дозволяючи гостям відчувати себе частиною історії [15].

На сьогоднішній день ресторан-парк «Млин» має небагато відгуків, але всі вони позитивні, що свідчить про великий потенціал цього закладу. Основна цільова аудиторія цього ресторану - мешканці міста, які прагнуть знайти місце для відпочинку та релаксації в природному середовищі та красивій атмосфері.

Щодо ринкової ситуації, ресторан є унікальним об'єктом на найближчій території. Поблизу немає подібних закладів, які можуть конкурувати з його красою та історичним шармом. Проте, важливо відзначити, що єдиним мінусом є віддаленість ресторану від великих міст. Наприклад, відстань до Києва або Білої Церкви становить близько 2 годин на автомобілі, а до Житомира - приблизно годину. Незважаючи на це, саме ця віддаленість може стати перевагою для тих, хто шукає віддалене від шумного міського життя місце для відпочинку в природному середовищі.

Технологічна інфраструктура ресторану наразі обмежується сторінкою в Instagram зі значною кількістю читачів, хоча активність на ній не завжди висока. Проте, ресторан вже може пишатися наявністю авторського бару з коктейлями та видатним шеф-кухарем.

Незважаючи на свою відмінну історію та унікальну атмосферу, ресторан стикається з головною проблемою – про нього невідомо потенційним гостям. Однією з ключових задач для подолання цих труднощів та підвищення ефективності роботи ресторану є впровадження цифрових технологій.

В епоху інтернету, де більшість людей використовує онлайн-джерела для пошуку ресторанів та їхньої інформації, відсутність власного веб-сайту та додатка на телефон стає значущою перешкодою. Потенційні відвідувачі не мають можливості ознайомитися з асортиментом страв, історією закладу, чи зовнішнім виглядом ресторану перед візитом.

Одним з важливих кроків для ресторану є створення власного веб-сайту та мобільного додатка, які не лише будуть функціональними, але й естетично привабливими. Вони повинні вміти передати атмосферу та особливості закладу, представити меню з детальними описами страв та цінами. Додаток також може включати можливість бронювання столиків, зменшуючи час очікування для клієнтів [16].

Іншою проблемою ресторану є його віддаленість від великих міст. Велика частина потенційних відвідувачів може вагатися щодо довгої подорожі до ресторану. Це вимагає розробки маркетингових стратегій для привертання аудиторії. Рекламні кампанії спрямовані на мешканців Києва, Білої Церкви та інших близьких міст, можуть значно покращити відомість ресторану. Важливо акцентувати увагу на унікальності та атмосфері ресторан-парк «Млин», а також на вигідності подорожі до нього для якісного заміського відпочинку.

Цифрова трансформація ресторан-парк «Млин» включає створення веб-сайту, мобільного додатка та ефективну маркетингову стратегію, що допоможе вирішити проблеми невідомості та віддаленості від великих міст. Такий крок стане перспективним інвестиційним рішенням, що підвищить конкурентоспроможність ресторану та забезпечить йому стабільний розвиток в майбутньому.

Переваги використання цифрових технологій у закладі ресторан-парк «Млин»:

1. Підвищення відомості та привабливості. Завдяки веб-сайту та мобільному додатку, ресторан зможе ефективно презентувати свою унікальність і атмосферу, залучаючи нових клієнтів.
2. Зручне бронювання столиків. Мобільний додаток дозволить клієнтам легко та швидко бронювати столики, зменшуючи час очікування і підвищуючи комфорт відвідувачів.
3. Збільшення кількості замовлень. Онлайн-замовлення через додаток може підвищити обіг ресторану, оскільки клієнти можуть замовити їжу чи напої заздалегідь.
4. Маркетинг та просування. Цифрові технології дають можливість проводити

цілеспрямовану маркетингову кампанію, яка привертає увагу потенційних клієнтів.

5. Збільшення задоволеності клієнтів. Зручний доступ до інформації про меню, акції та резервування столиків робить відвідування ресторану більш комфортним для гостей.

Недоліки використання цифрових технологій у ресторан-парк «Млин»:

1. Високі витрати на розробку і підтримку. Створення та підтримка веб-сайту та мобільного додатка можуть бути витратними для ресторану, особливо на початковому етапі.

2. Потреба в освіті персоналу. Впровадження нових технологій вимагає підготовки персоналу, щоб вони могли використовувати ці системи ефективно.

3. Залежність від інтернет-з'єднання. Робота з цифровими технологіями передбачає стабільне інтернет-з'єднання, і перебої в ньому можуть вплинути на обслуговування клієнтів.

4. Конкуренція в онлайн-просторі. У світі інтернету ресторан конкурує з іншими закладами та доставковими службами, і це може призвести до необхідності боротьби за увагу клієнтів.

5. Приватність даних. Обробка особистих даних клієнтів для бронювання та замовлення може стати об'єктом обурення, якщо не забезпечується належний рівень захисту даних.

Враховуючи переваги та недоліки ресторан-парк «Млин» повинен ретельно розглянути впровадження цифрових технологій та підібрати оптимальний підхід для вдосконалення свого бізнесу.

Висновки до розділу 2

Як зазначалося раніше, цифрова трансформація є безперервним процесом, і її можна розглядати як подорож, яку необхідно здійснити, щоб адаптуватися до бізнес-середовища, яке постійно змінюється.

Gartner, глобальна дослідницька та консультативна організація, створила фразу «ContinuousNext», яка підкреслює, що, окрім початкової цифрової трансформації, підприємства повинні постійно адаптуватися, щоб процвітати.

Ні бізнес, ні технології не стоять на місці, і нові революційні досягнення на горизонті, схоже, готові змінити обличчя нашої роботи в не надто віддаленому майбутньому.

Наприклад, штучний інтелект має значний вплив на технології уніфікованих комунікацій, що може призвести до кардинальних інновацій, таких як автоматичні додатки для протоколювання хвилин і можливість проводити зустрічі двома мовами без потреби в багатомовних учасниках.

Сьогодні, щоб мати ефективну стратегію цифрової трансформації, також вкрай важливо не відставати від усіх оновлень і вдосконалень, доступних для поточних технологій.

Топ-три тренди цифрової трансформації включають управління змінами, зростання міграції до хмарних рішень та використання передових технологій, таких як штучний інтелект та машинне навчання. Ці тренди можуть допомогти бути більш конкурентоспроможними та адаптивними, що сприятиме забезпеченню стійкості вашої бізнес-моделі в майбутньому.

Найважливіші тренди в управлінні змінами в контексті цифрової трансформації включають участь та підтримку співробітників на ранніх етапах, навчання, ефективне використання технологій та впровадження гнучких методологій. Організації повинні ретельно впроваджувати ці тренди, щоб полегшити процес управління змінами [17].

## РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

### 3.1. Огляд цифрової трансформації

Для даного ресторану було обрано два оптимальних елементи цифровізації: вебсайт направлений на ознайомлення із новими клієнтами, та дає їм можливість ближче ознайомитись з меню; та мобільний додаток цілеспрямований на постійних клієнтів, дає їм можливість легко бронювати столики, завчасно оформлювати замовлення та перебувати в курсі актуальних новин.

Наявність вебсайт сьогодні сприймається як показник надійності та сучасності бренду. Професійна сторінка ресторану демонструє серйозність і репутацію бізнесу. Перш ніж відвідувати будь-який заклад, користувачі переглядають меню та ціни цього ресторану. Крім того, у деяких людей є різні алергії або вони не їдять певну їжу, і для них буде зручно бачити складові страви. Сайт, включаючи меню, повинен бути адаптивним для різних пристроїв. Що дозволяє зручно його переглянути з різних пристроїв. Також важливою перевагою є те, що люди можуть побачити вигляд страви по фотографіях.

Основні причини, через які люди заходять на сайт ресторану:

- дізнатися години роботи;
- дізнатися, де знаходиться ресторан і як дістатися;
- побачити меню і ціни;
- познайомитися з атмосферою і стилем вашого закладу;
- дізнайтеся, чи можна забронювати столик;
- дізнатися, чи є доставка їжі;
- щоб побачити доступні способи оплати.

Це лише короткий список причин, через які люди можуть відвідувати сайт [18].

Мобільний застосунок також має ряд своїх переваг, хоча деякі функції можна впровадити у сайті також, проте в додатку вони мають зручний інтерфейс та



ефективний функціонал. Окрім того, що додаток привертає увагу нових клієнтів, він також підтримує зацікавленість наявної клієнттури, що в свою чергу підтримує прибутковість та популярність закладу.

Аналіз мобільного трафіку підкреслює важливість для брендів розробки мобільних додатків. Проте, важливо не тільки створити додаток, але й урахувати, які функції необхідно включити для сприятливої взаємодії та забезпечення високоякісного користувацького досвіду.

Основний функціонал мобільного додатку:

- каталог меню та категорій;
- зручний та швидкий пошук по каталогу;
- особистий кабінет;
- інтеграція з платіжними системами;
- акції, система лояльності;
- SMS та Push-сповіщення;
- статистика замовлень;
- інтеграція з системою автоматизації.

Ці та інші можливості забезпечують якісну та повноцінну роботу ресторанного закладу. У мережі існують різні мобільні проєкти, спрямовані на бронювання столиків або доставку їжі, але вони часто обмежені лише одним аспектом ресторанного бізнесу. Важливо проаналізувати потреби та запити клієнтів, щоб окрім загальних опцій сформувати актуальні функції для даного закладу [19].

Звісно дані сервіси потребують постійної підтримки на розвитку. В залежності від розвитку ресторану необхідним стане і розширення інтерфейсу. Окрім цих пунктів з моменту існування елементів цифровізації постає потреба у їх розвитку.

Головною та найлегшою формою реклами та підтримки активності клієнтів є власний медіапростір тому інстаграм сторінка, веб сайт та мобільний додаток повинні працювати на єдиному фронті. Цільова реклама для поточних користувачів

вебсайту підвищує ймовірність того, що вони скористаються мобільним додатком. Крім того, віддані клієнти мають більшу ймовірність рекомендувати ваш додаток іншим.

Цей метод залучення користувачів не є миттєвим і спрямований на створення системних рішень, але він має вагомі результати. Перевага роботи з власними медіаресурсами полягає у тому, що компанія не обмежена фінансово чи обсягово, та має своє поле в маркетингу без прямих конкурентів.

Важливо усвідомити, що кампанії з приваблення користувачів не є універсальним засобом, що обмежується однією лише акцією. Досягнення успіху в цьому напрямку вимагає глибокого аналізу, постійної оптимізації, тестувань і стратегічного підходу [20].

Залучення нових користувачів вимагає розгляду різних каналів. Пошукові системи, такі як Google та Bing, а також рекламні платформи Google Play і Apple, забезпечують можливість привернути увагу нових користувачів. Соціальні мережі, зокрема Facebook, Instagram, Pinterest і Snapchat, стають привабливими каналами для залучення аудиторії. Контент у відеоформаті на платформах, таких як YouTube та реклама через AdMob, також може забезпечити потік нових користувачів.

Проте, при залученні нових користувачів існують загальні проблеми. Серед них можна виділити шахрайство в мобільній рекламі, складнощі у визначенні точних витрат на рекламу, глобальні ринки та складність залучення органічного трафіку. Важливо постійно аналізувати та вдосконалювати підходи, оскільки технологічний розвиток може вплинути на ефективність стратегій залучення користувачів [21].

Тож можна виділити основні методи привернення нових клієнтів:

- Створення цікавого та цінного контенту для маркетингу.
- Використання пошукової оптимізації для покращення видимості в пошукових системах.
- Використання мобільної реклами для привертання уваги мобільних користувачів.

- Використання соціальних мереж для реклами та залучення аудиторії.
- Використання електронної пошти для розсилки актуальних пропозицій.
- Використання програми рекомендацій для залучення клієнтів через рекомендації від інших.
- Використання платформ для реклами та підтримки продуктів або послуг.

Тож важливим елементом є саме хороше залучення клієнтів на ці платформи. Процес переконання потенційних клієнтів придбати ваші продукти відомий як "залучення клієнтів". Послідовна стратегія включає залучення та розвиток клієнтів до отримання першого прибутку від них та перетворення їх у постійних клієнтів. Загальна вартість цих кроків відома як вартість залучення клієнта (CAC).

### 3.2. Розробка елементів цифровізації для покращення роботи обраного ресторану

Вебсайт ресторану є основною онлайн-платформою, яка допомагає відвідувачам отримати повну інформацію про ресторан, його меню та послуги.

Це віртуальне представлення ресторану виступає важливим інструментом для привертання нових клієнтів, ведучи їх через віртуальні коридори атмосферного закладу та показуючи всю різноманітність його кулінарного мистецтва. Однак важливість вебсайту не обмежується лише залученням нових відвідувачів.

Важливим аспектом є також створення неперевершеного першого враження про ресторан, де відвідувачі можуть зазирнути в історію та атмосферу закладу, відчути його унікальний характер та вибрати своє місце для майбутнього візиту. Основні характеристики сайту включають:

- Візуальна ідентичність: Дизайн та структура сайту ретельно розроблені так, щоб відобразити стиль та атмосферу ресторану.

Де кожна деталь відображає уважність до дизайну, розкриваючи не лише кулінарні нюанси, але й визначаючи естетику закладу, створюючи враження

елегантності та комфорту. Такий підхід надає вебсайту функціоналу не лише як інформаційного ресурсу, але й як віртуальної платформи для відчуття атмосфери. Рис 4-5

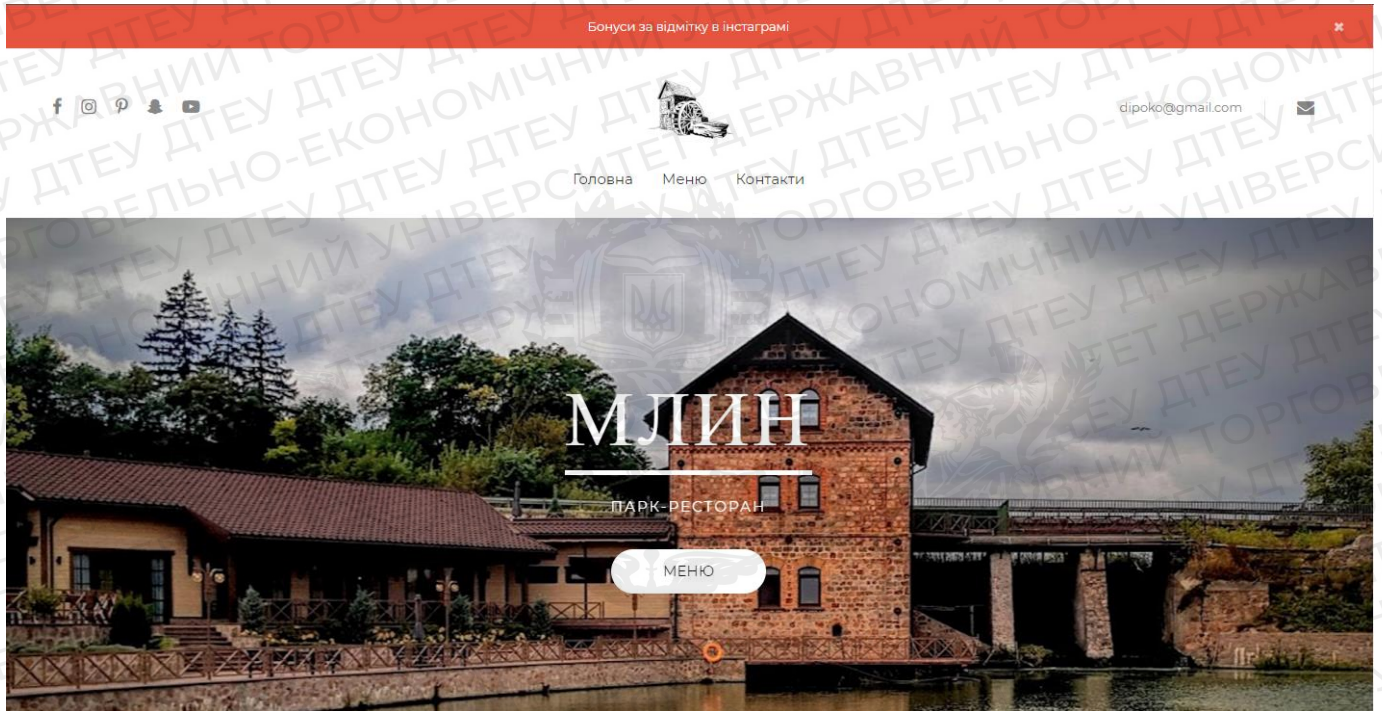


Рис 4. Шапка головної сторінки вебсайту. Розроблено автором

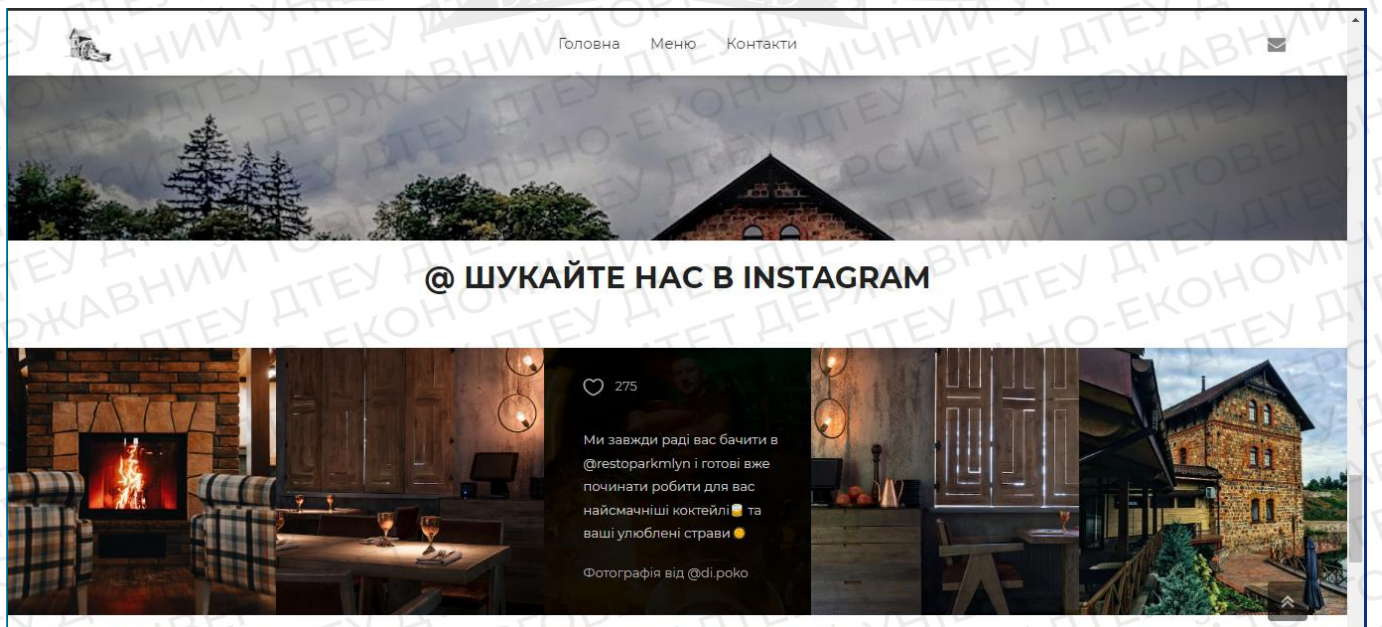


Рис 5. Головна сторінка вебсайту. Фотографії. Розроблено автором

- Меню та страви: Сайт детально описує кожен страву, представлену в ресторані, з вказівкою складу, порцій та цін.

Працюючи в режимі інтерактивності, він не лише висвітлює основні гастрономічні атрибути, але й створює гастрономічний настрій, який робить відвідування ресторану очевидним вибором для шанувальників вишуканої кухні. Рис 6-8

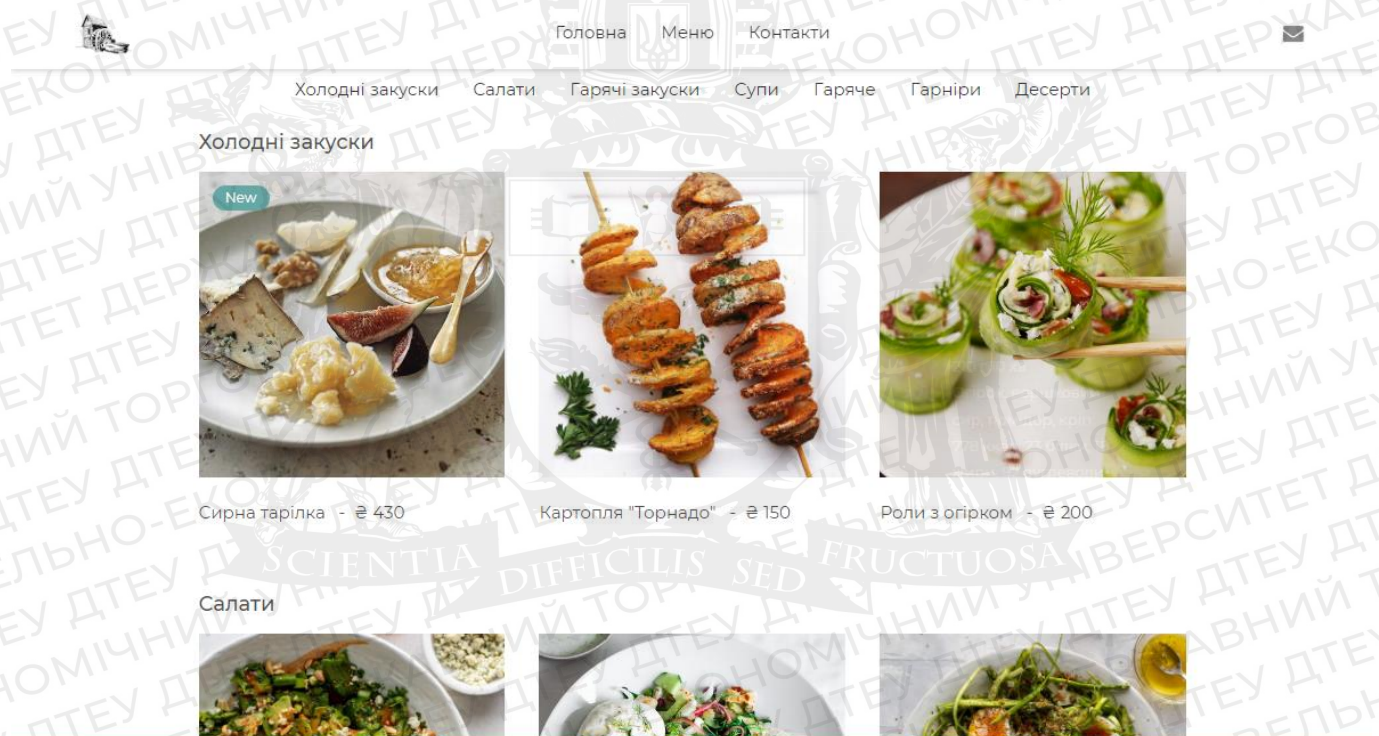
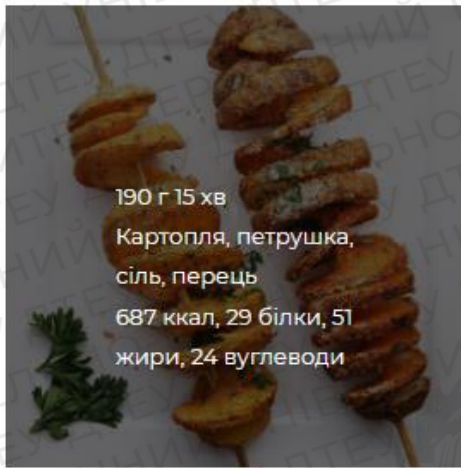


Рис 6. Меню ресторану. Розроблено автором



Картопля "Торнадо" - € 150

Рис 7. Деталі страви при наведенні. Розроблено автором

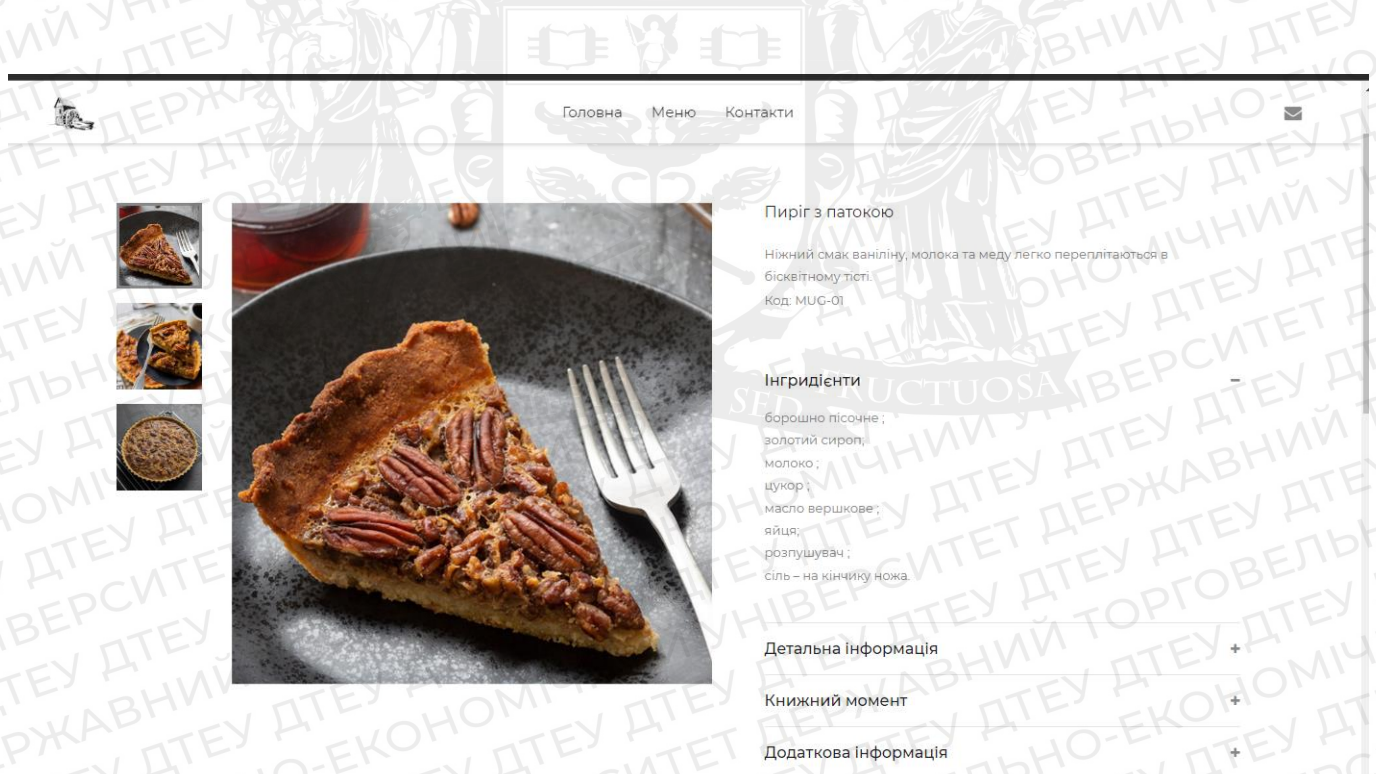


Рис 8. Детальний огляд страви з меню. Розроблено автором

- Контактна інформація: Сайт надає години роботи ресторану, адресу та контактний номер телефону для зручності клієнтів.

Ця інформація не лише є основою для здійснення резервацій чи оформлення доставки, але й створює відчуття легкості спілкування з рестораном, де кожен відвідувач може швидко та ефективно отримати потрібну інформацію. Рис 9

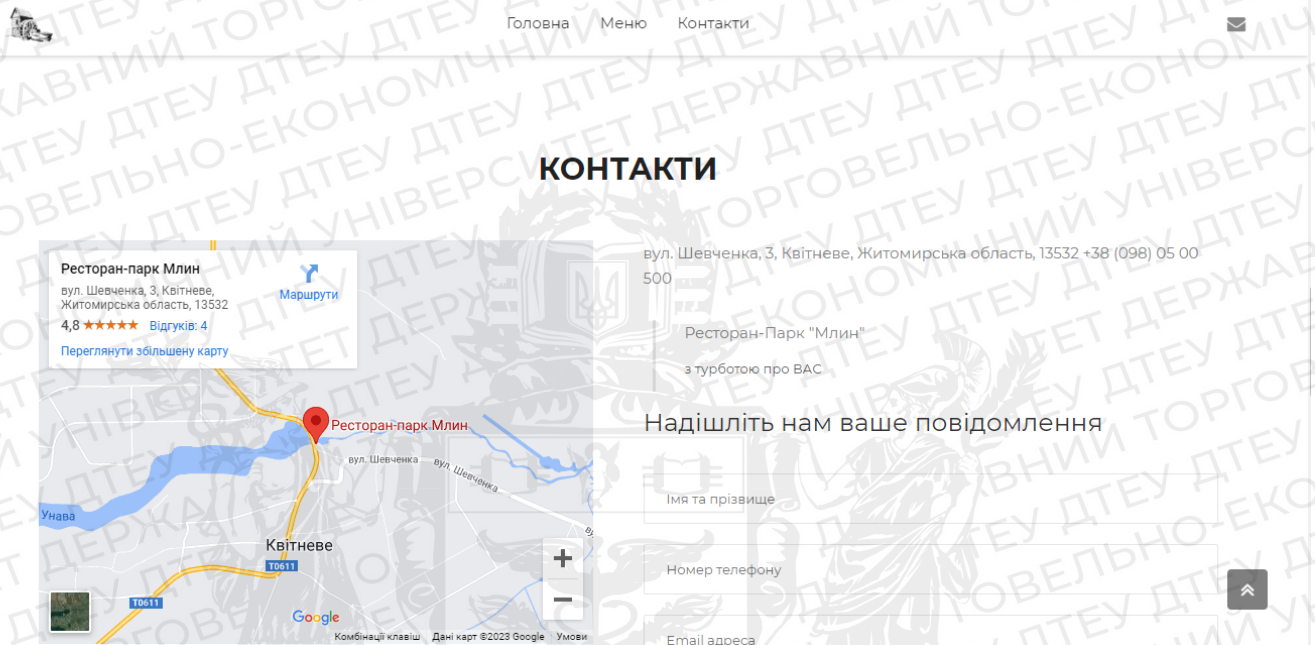


Рис 9. Контакти. Розроблено автором

- Історія ресторану: Відомості про історію ресторану та його розвиток надають відвідувачам можливість поглибити знайомство з рестораном.

Цей розділ відкриває віртуальні двері у світ, де ресторан перетинається із часом, розповідаючи свою історію та визначаючи свій внесок у гастрономічну картину міста. Тут відвідувачі можуть відчути не лише смак страв, але і їхню історію, що робить кожен візит унікальним відкриттям. Також він містить розділ із основною командою.

Рис 10-11



## Наша історія

У віддаленому куточку Житомирського району розташований ресторан-парк «Млин», що переносить у часи минулого, в історію, яка бере свій початок ще з 1905 року. Розташований в селі Квітневе, він не тільки задовольняє кулінарні прагнення, але й приносить у життя краплину вишуканості і романтики. Цей ресторан визначається своєю унікальною концепцією - заміським відпочинком зі смаком. Він надає можливість насолодитися європейською кухнею в найбільш вишуканому вигляді. Тут відвідувачі можуть відчути атмосферу відпочинку як для корпоративів, так і для сімейного відпочинку. Історія закладу парк-ресторан «Млин» почалася з будівництва цієї споруди ще за часів місцевого князя Гончакова. Перша спроба побудувати млин не виправдала очікувань, і він був перебудований на гранітній плиті. З часом млин використовували як круподерню та олійницю. Після реконструкції його стиль залишився, але з сучасним акцентом. Сьогодні цей ресторан - це красиве і затишне місце, яке відкрито для гостей лише в січні 2023 року. Хоча за бізнес-планом розраховувалось відкриття ще у 2018 році, та через низку подій дата відкриття була зміщена. Довгий час млин був занедбаний, поки місцевий житель-меценат не вирішив дати будівлі друге життя. Ззовні фасад повністю збережений, оздоблений із середини та добудовано банкетну залу. У ньому можна відзначити наявність вуличної тераси, яка виглядає над річку, нового банкетного зала, а також другого залу, що розташований у будівлі самого млина та має другий додатковий поверх у вигляді внутрішнього балкону. Кожен куточок цього ресторану має свій власний неповторний шарм, дозволяючи гостям відчути себе частиною

Рис 10. Історія. Розроблено автором

## НАША КОМАНДА



Люк Леннон

Офіс менеджер

Проектує всі зустрічі та тематичні вечори, допомагає Вам з прибуття на вечірки які він і проектує



Елізабет Невман

Су-шеф

Керує приготуванням незабутніх страв та створенню нових унікальних рецептів для кожного з вас



Дженіфер Сміт

Бухгалте

Щитовод нашої кампанії, напам'ять знає документацію, без неї ми б не мали гроші на метро



Джек Хендрікс

Піар менеджер

Створює усі інформаційні простори та рекламні банери, що ви про нас бачили

Рис 11. Команда ресторану. Розроблено автором

Завершуючи огляд вебсайту ресторану, слід підкреслити, що його ефективність не обмежується лише створенням першого враження чи інформаційною наповненістю. Сучасний вебсайт – це відмінний інструмент маркетингу та



просування. Його можливості для привертання нових клієнтів, підтримки лояльності і розвитку власної унікальності ресторану важко переоцінити.

Важливо визначити, що високоякісний вебсайт є не лише окном у світ ресторанного меню, але і ключем до віртуального відчуття атмосфери та гостинності. Його ретельно розроблений дизайн та функціональність забезпечують не лише зручний спосіб замовлення, але й інтеграцію клієнта в унікальний стиль та концепцію закладу.

Вебсайт ресторану – це не просто інтернет-присутність, але і частина власної ідентичності, що відкриває шлях до нових можливостей, розвитку та взаємодії з численною аудиторією.

Розглядаючи важливість вебсайту для ресторанного бізнесу, важливо визначити, що сучасні технології вимагають більш глибокого інтегрованого підходу. У цьому контексті, мобільний додаток стає необхідним елементом для підтримки цифрової стратегії ресторану та покращення взаємодії з клієнтами. Переходячи до обговорення мобільного додатку ми відкриваємо новий рівень комунікації та сервісу який сприяє якості обслуговування і розширює можливості для залучення та утримання аудиторії.

Мобільний додаток розроблений орієнтуючись на постійних клієнтів, проте підходить і для тих, хто відвідує його лише оди раз. Додаток спрямований на полегшення взаємодії клієнтів з рестораном. Спроектовано інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який дозволить користувачам з легкістю ознайомитися з меню та зручно замовляти страви. Це підвищить активність користувачів і збільшить кількість замовлень. Він пропонує ряд корисних функцій, включаючи:

- Реєстрація і профіль клієнта: Користувачі можуть зареєструватися в додатку та створити свій особистий профіль. Особистий кабінет з історією замовлень і можливістю зберігати улюблені страви, а також персональні пропозиції, накопичення й обмін бонусів на знижки стане хорошим фактором покращення зворотного зв'язку. Рис 12

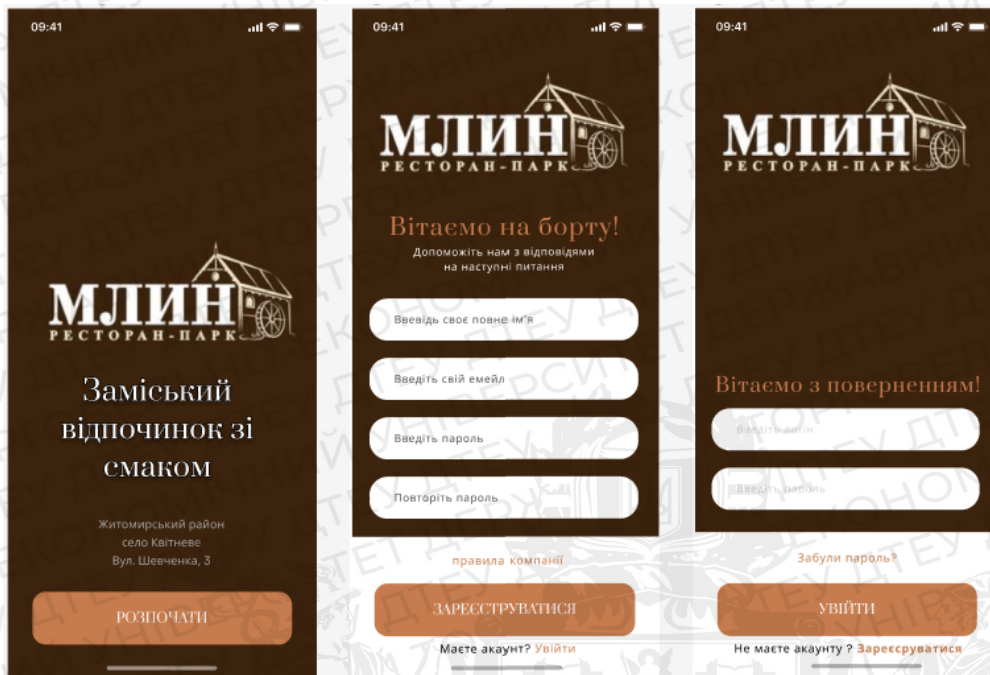


Рис 12. Головні сторінки додатку. Розроблено автором

- Бронювання столиків: Додаток надає можливість забронювати столик у ресторані, а також зручно вибирати час і дату візиту, це відкидає негаразди які можуть виникнути із пропущеними викликами від клієнтів. Рис 13

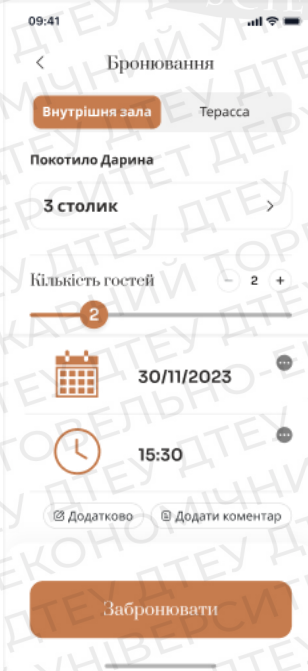


Рис 13. Бронювання столиків. Розроблено автором

- **Замовлення:** Користувач може не тільки проглянути страви, а й оформити замовлення до столика за яким він сидить. Багато відвідувачів, особливо молоде покоління, мають великий досвід користування цифровими гаджетами, тому робити замовлення онлайн для них більш звично та зручно. Це дозволить скоротити час очікування замовлення і рахунку, а також підвищити лояльність користувачів, які звикли до онлайн-спілкування. Рис 14

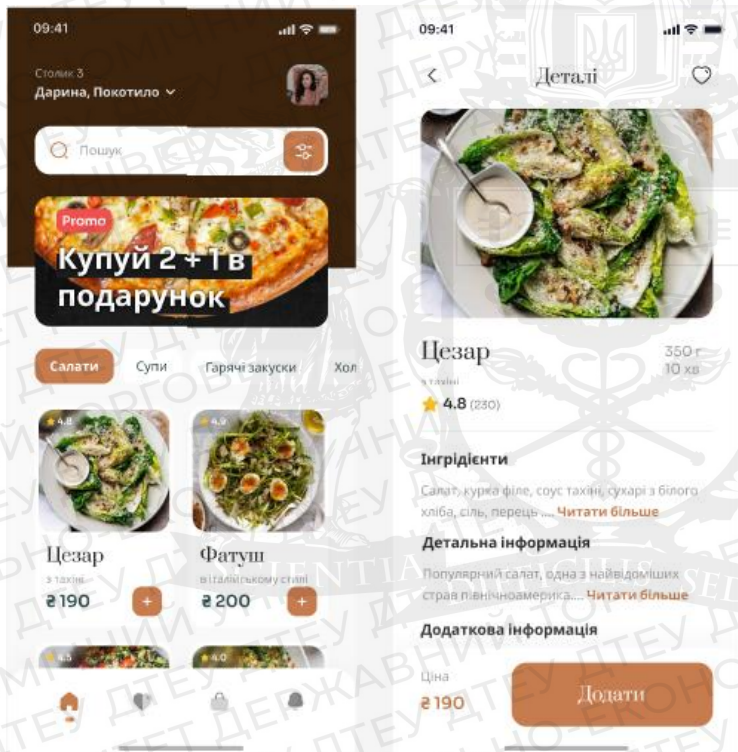


Рис 14. Меню та детальний огляд страви. Розроблено автором

- **Збереження улюблених страв:** Клієнти можуть додавати улюблені страви до свого профілю для швидкого замовлення у майбутньому. На основі обраних страв у списку клієнта можна висувати особисті пропозиції, щоб зацікавити клієнтів на повторне відвідування. Рис 15



Рис 15. Уподобані. Розроблено автором

- Знижки та програма лояльності: Додаток надає можливість збирати бонуси та отримувати знижки для постійних клієнтів. Акції та знижки є ефективним інструментом для залучення й утримання клієнтів. Їх можна використовувати при оформленні замовлення з додатку. Замовлення можна оформлювати без потреби очікування офіціанта, головне правильно вказати столик. Також на цій сторінці можна обрати пункт бронювання, для того щоб окрім заброньованого столику до приходу клієнта його очікував обраний амюз буш чи аперитив, або і уже повністю готові страви. Рис 16

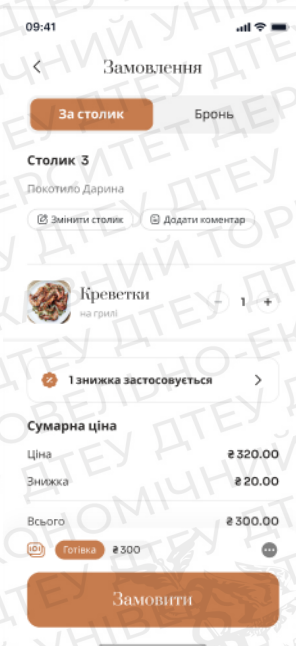


Рис 16. Замовлення страви. Розроблено автором

- **Допомога:** Додаток має функцію GPS-трекер, оскільки ресторан знаходиться у віддаленні від основних міст, що дозволяє користувачам з точністю знайти ресторан, та зв'язатися зі службою підтримки за потребою. Рис 17

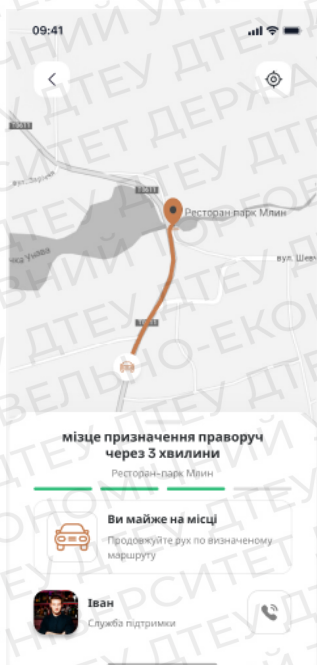


Рис 17. Сторінка навігації та підтримки. Розроблено автором

Зважаючи на вказані функції та можливості мобільного додатку для ресторану, можна визначити, що його впровадження створює ефективні умови для спілкування між клієнтами та закладом. Інноваційний підхід до розробки програмного забезпечення забезпечує якісну взаємодію користувачів та ресторанного бізнесу, сприяючи спрощенню процесу замовлення та покращенню обслуговування клієнтів.

Додаток створює зручні умови для клієнтів ресторану, надаючи їм можливість бронювати столики, ознайомлюватися з меню та замовляти страви онлайн. Це сприяє збільшенню активності користувачів та впливає на підвищення кількості замовлень. Більша інтерактивність та доступність послуг дозволяє підтримувати та розвивати лояльність клієнтів.

У великій мірі мобільний додаток для ресторану є важливим інструментом для підвищення якості обслуговування, забезпечуючи зручність та ефективність процесу відвідування закладу.

Завдяки зручним функціям додаток сприяє покращенню взаємодії між клієнтами та рестораном, роблячи процес відвідування більш приємним та безпроблемним.

### Висновки до розділу 3

Вебсайт і мобільний додаток представляють собою якісні та доступні засоби цифрової трансформації, що відкривають ресторану широкі можливості в порівнянні з конкурентами та покращують взаємодію з клієнтами. Їх функціональність відображає стиль закладу, створюючи спільний атмосферний інтерфейс для відвідувачів.

Ці засоби цифровізації, особливо функціональність мобільного додатка, включають можливість реєстрації, зберігання улюблених страв, онлайн-оплату та нагромадження бонусів. Такий підхід дозволяє залучати нових клієнтів та підтримувати інтерес і задоволення існуючих, сприяючи зростанню прибутковості та ефективному управлінню закладом.

Ця цифрова стратегія надає ресторану інструменти для успішного розвитку та конкурентоспроможності в цифровій епосі. Додатковим елементом виступає те, що вона зручно відображає розуміння потреб сучасного споживача та направленість на вдосконалення якості обслуговування та взаємодії з клієнтами.



## ВИСНОВКИ

Дана робота присвячена розробці цифрової стратегії для ресторанного бізнесу з метою адаптації до сучасних вимог і забезпечення конкурентоспроможності на ринку. У ході дослідження були докладно розглянуті всі аспекти цього процесу, від огляду ринку та аналізу проблем сучасного ресторанного бізнесу до створення конкретних цифрових рішень, які допоможуть покращити роботу обраного ресторану.

У першому розділі була досліджена сучасна ситуація на ринку ресторанного бізнесу в Україні. Дана галузь стикається з рядом викликів, таких як висока конкуренція, зміни у споживчих попитах, пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення терористичної федерації. Це вимагає від ресторанів адаптації до нових реалій та використання цифрових інструментів для розв'язання проблем.

У другому розділі розроблено цифровий аудит обраного ресторану та визначено його потреби та можливості. Додатково, було проаналізовано успішні приклади впровадження цифрових стратегій у ресторанних бізнесах. Це допомогло зрозуміти, які підходи та інструменти можуть бути корисними для даного об'єкта дослідження.

Третій розділ цілеспрямований на розробку цифрової стратегії для ресторану. Створили інтерактивний вебсайт та мобільний додаток, які пропонують клієнтам зручний спосіб перегляд меню та деталі кожної страви, оформлення замовлення, бронювання столиків та інші функції. Важливою особливістю проєкт є те, що він ретельно відображає стиль ресторану, і дані елементи цифровізації повністю охоплюють усі якості ресторану.

Додаток також надає ряд корисних функцій, таких як реєстрація, зберігання улюблених страв, онлайн-оплата і накопичення бонусів. Ця стратегія дозволяє ресторану привертати нових клієнтів, підтримувати зацікавленість наявної клієнтури, збільшувати прибутковість і ефективно керувати закладом.



Підсумовуючи, важливо відзначити, що цифрова стратегія стала необхідною складовою ресторанного бізнесу в епоху цифрової трансформації. Вона надає ресторанам можливість залишатися конкурентоспроможними, привертаючи клієнтів та забезпечуючи їм зручність та ефективність обслуговування.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки: схвалено розпорядж. Каб. Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. Офіційний вісник України. 2018.- № 16.- 560 с.
2. Ночвай В. І., Кульчицький І. І. Аналіз впливу на формування національної інноваційної політики України процесів цифровізації суспільно-економічних відносин.- 2019. -17с.
- 3.Цифрова трансформація. 14.04.2022. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.unep.org/explore-topics/technology/what-we-do/digital-transformation?gclid=Cj0KCQjwmICoBhDxARIsABXkXIKhfS8MdiqxLQTHJgNMW\\_I7V7EAuY3g2RwLRcbHok1ktox6dfIdx8aAvYOEALw\\_wcB](https://www.unep.org/explore-topics/technology/what-we-do/digital-transformation?gclid=Cj0KCQjwmICoBhDxARIsABXkXIKhfS8MdiqxLQTHJgNMW_I7V7EAuY3g2RwLRcbHok1ktox6dfIdx8aAvYOEALw_wcB)
4. Україна 2030Е – країна з розвинутою економікою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html#6-2-2>
- 5.Гавалешко С. В., Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/10\\_DN\\_2012/Economics/10\\_106158.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/10_106158.doc.htm)
6. Digital Planet 2017: How Competitiveness and Trust in Digital Economies Vary Across the World. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.tufts.edu/digitalplanet/dei17> (2017). Accessed 17 Dec 2018
7. DESI 2018. Digital Economy and Society Index. Methodological note. [http://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/image/document/2018-20/desi-2018-methodology\\_E886EDCA-B32A-AEFB-07F5911DE975477B\\_52297.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/desi-2018-methodology_E886EDCA-B32A-AEFB-07F5911DE975477B_52297.pdf) (2018). Accessed 07 Feb 2019
8. Світовий рейтинг цифрової конкурентоспроможності 2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness-ranking/>

9. 15 основних функцій програм для замовлень 23.05.2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://binariks.com/blog/10-essential-features-of-a-food-delivery-app-for-ordering/>
10. Проблеми та переваги хмарних кухонь 15.07.2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.foodics.com/benefits-of-cloud-kitchen/>
11. Що таке цифрова трансформація та чому вам це потрібно 7.08.2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://userguiding.com/blog/digital-transformation/>
12. Тенденції та стратегії цифрової трансформації 13.01.2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://userguiding.com/blog/digital-transformation-trends/>
13. Ресторан-парк «Млин» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.google.com/maps/place/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD-%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%BA+%D0%9C%D0%BB%D0%B8%D0%BD/@49.9955613,29.518496,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0xdeb2ff351d892c3f?sa=X&ved=2ahUKEwibptiS6caCAxXrSfEDHeQtB30Q\\_BJ6BAgXEAA](https://www.google.com/maps/place/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD-%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%BA+%D0%9C%D0%BB%D0%B8%D0%BD/@49.9955613,29.518496,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0xdeb2ff351d892c3f?sa=X&ved=2ahUKEwibptiS6caCAxXrSfEDHeQtB30Q_BJ6BAgXEAA)
14. Колишній млин на Житомирщині перетворили на елемент комплексу відпочинку 10.12.2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.newday.org.ua/news/kolyshnij-mlyn-na-zhytomyrshhyni-peretvoryly/>
15. Інстаграм сторінка Ресторан-парк «Млин» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.instagram.com/restoparkmlyn/>
16. Як бізнесам не втрачати клієнтів та до чого тут CRM [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nethunt.ua/blog/iak-bizniesam-nie-vtrachati-kliientiv-ta-do-chogho-tut-crm-rakhuiemo-ta-minimizuiemo-pokaznik-vidtoku-kliientiv/>
17. 9 найкращих тенденцій у 2023 році 28.09.2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://theecmconsultant.com/digital-transformation-trends/>

18. Мобільний додаток для ресторану [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kitapp.pro/uk/dodatok-dlya-restoraniv/>

19. Як мобільний додаток спрощує роботу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kitapp.pro/uk/yak-mobilnij-dodatok-sproshhuye-robotu-transportnih-kompanij/>

20. User Acquisition — Як залучити користувачів до мобільного застосунку 28.02.2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netpeak.net/uk/blog/yak-zaluchiti-koristuvachiv-do-mobil-nogo-zastosunku-vse-pro-user-acquisition/>

21. Залучення користувачів: стратегії та як це працює 02.02.2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://businessyield.com/uk/business-strategies/user-acquisition-strategies/>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Загальні характеристики ресторан-парк «Млин»

Повне найменування	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «РЕСТОАН-ПАРК «МЛИН»
Код ЄДРПОУ	03745025
Уповноважені особи	Дідківський Мирослав Володимирович
Організаційно-правова форма	Приватне підприємство
Форма власності	Товариство з обмеженою відповідальністю
Адреса	вул. Шевченка, 3, Квітневе, Житомирська область, 13532
Телефон:	+380413773260 +380413773232
Вид діяльності:	55.30.1 Діяльність ресторанів (основний)
Інші види діяльності:	52.24.1 Роздрібна торгівля хлібом і хлібобулочними виробами 52.24.2 Роздрібна торгівля кондитерськими виробами 55.40.0 Діяльність барів 55.52.0 Послуги з постачання готової їжі
Графік роботи	Понеділок 10:00–22:00 Вівторок 10:00–22:00 Середа 10:00–22:00 Четвер 10:00–22:00 П'ятниця 10:00–22:00 Субота 10:00–22:00 Неділя 10:00–22:00

Джерело: складено автором на основі [13] та [15]