

2. Родащук Г. Ю. Місце та роль транспортної складової в економічному розвитку сільських територій / Г. Ю. Родащук, С. Д. Скуртол // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2018. – № 1. – С. 31-38.

3. Хринюк О. С. Оцінка факторів конкурентоспроможності підприємства / О. С. Хринюк, О. В. Ткач // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2017. – Вип. 19. – С. 242-252.

УДК 334.021

**Блавіцька Вікторія**

студентка

Тернопільський національний економічний університет

м. Тернопіль, Україна

**Viktoriia Blavitska**

student

Ternopil National Economic University

Ternopil, Ukraine

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS IN THE DIGITAL ECONOMY**

Підприємства, які надають послуги, відіграють важливу роль у житті кожної людини. Сьогодні саме ресторанний бізнес є найбільш затребуваним та перспективним. У 2019 році об'єми даного ринку були оцінені приблизно в 1,15 млрд. дол. США [3]. Проте з розвитком цифрової економіки та високим рівнем конкуренції, кожен заклад громадського харчування повинен все частіше і частіше впроваджувати різноманітні інновації.

Найпоширенішим нововведенням стало використання різноманітних платформ автоматизації ресторану, таких як Poster. Це хмарні системи, які дозволяють створити віртуальну карту залу, приймати і контролювати замовлення, приймати оплату, друкувати чеки, створювати базу даних клієнтів.

Великої популярності у світі також набувають сайти доставки з усіх ресторанів обраного міста. Найпопулярнішим сайтом в Україні та Європі є UberEats, де клієнт має можливість обрати будь-яку страву з будь-якого ресторану та отримати за все замовлення один чек. Загалом співпраця з такими сайтами допоможе ресторану збільшити не лише число клієнтів, а й прибуток.

Також актуальним трендом є Android- та Ios-додатки. Вони дають змогу компанії не лише збільшити кількість покупців, а й підвищити лояльність постійних клієнтів. Сьогодні 64% користувачів мобільних пристроїв у світі здійснюють покупки через мобільні додатки. Так, наприклад, додаток компанії «McDonald's» дає можливість клієнтам дізнатись ціни, акції та новини, а також знайти найближчий до користувача заклад цієї мережі. А додаток кав'ярні-конкурента Green Caffè Nero дозволяє клієнтам легко заплатити за каву, просто скануючи свій телефон. За це вони отримують певні знижки та акції, на кшталт, безкоштовної 10-ї кави.

Розповсюдження цифрових технологій трансформувало також маркетингові підходи до продажів послуг. Тому для більшої впізнаваності бренду, ресторани використовують таргетингову рекламу в соціальних мережах. Таргетингова реклама дозволяє чітко виокремити певний сегмент, який найбільш зацікавлений у певному товарі чи наданні послуги.

Отже, для успішного функціонування на ринку послуг громадського харчування, надзвичайно важливим є створення якісно нових конкурентних переваг на основі цифрових

технологій. Саме поєднання різноманітних сучасних інструментів (онлайн-маркетинг, реклама, виробничий процес, доставка їжі) сприяє підвищенню лояльності клієнтів, підвищенню конкурентоспроможності та ефективності діяльності закладу.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Даниленко О.В, Зоценко Л.М, Братіцел М.Л. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (foodtech) в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2019. № 2. С. 95-101.
2. Кукліна Т. С. Управління якістю обслуговування у закладах ресторанного господарства. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України*. 2019. С. 72-75.
3. Сокирник І.В. Формування та реалізація стратегій підприємств ресторанного господарства в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 3. С. 165-171.
4. Автоматизація ресторану, кафе та магазину на планшеті Poster. URL: <https://joinposter.com/ua>
5. Uber Eats. URL: <https://www.ubereats.com/ru-UA/>

УДК 338.2

**Красицький Петро**  
студент групи ППм-51  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Крамар Ірина**  
доктор економічних наук  
професор кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Petro Krasytyski**  
Student of group PPM-51  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Iryna Kramar**  
Doctor of Science (in Economics)  
Professor, Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

## **УКРАЇНА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА UKRAINE UNDER CONDITIONS OF SOCIETY DIGITALIZATION**

*«Ключова мета цифровізації України – досягнення цифрової трансформації наявних та створення нових галузей економіки...Такий проріст є можливим лише тоді, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, які стосуються цифровізації, будуть інтегровані в національні, регіональні, галузеві стратегії і програми розвитку»  
(З монографії Олександра Вишневецького та В'ячеслава Ляшенка  
«Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку»)*

У період з серпня по вересень 2019 року Інтернет Асоціацією України було ініційовано проведення дослідження, яке виконане дослідницьким холдингом «Factum Group Ukraine» на тему: «Проникнення інтернету в Україні». Згідно з цим дослідженням, кількість користувачів інтернету зросла від 12% у 2004 році до 71% у 2019 році. З огляду на ці дані,