

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра

(освітній ступінь (освітньо-кваліфікаційний рівень))

на тему: Дослідження ролі сучасних технологій у підвищенні якості
обслуговування клієнтів в ресторанах (на прикладі ресторану
«Mirax»)

Виконала: студентка VI курсу, групи БРм-61
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

ОПП «Готельно-ресторанна справа»

(шифр і назва спеціальності (напряму підготовки))

	Юлія ДНЕСЬ (підпис)	Юлія ДНЕСЬ (прізвище та ініціали)
Керівник	(підпис)	Ірина БОВК (прізвище та ініціали)
Нормоконтроль	(підпис)	Ігор СТОЙКО (прізвище та ініціали)
Рецензент	(підпис)	Олена СОРОКІВСЬКА (прізвище та ініціали)
Завідувач кафедрою	(підпис)	Роман ШЕРСТЮК (прізвище та ініціали)

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет	економіки та менеджменту
Кафедра	управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Освітній ступінь	магістр
Напрямок підготовки	24 Сфера обслуговування (шифр і назва)
Спеціальність	241 готельно-ресторанна справа (шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Роман ШЕРСТЮК

«_____» 2024 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТУ

Днесь Юлія Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Дослідження ролі сучасних технологій у підвищенні якості обслуговування клієнтів в ресторанах (на прикладі ресторану «Mirax»)

Керівник проекту (роботи) д.е.н., професор Вовк Ірина Петрівна

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

Затверджені наказом по університету від «__» 2024 року №

2. Термін подання студентом проекту (роботи) 11.12.2024 р.

3. Вихідні дані до проекту (роботи) монографічні праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, матеріали науково-практичних конференцій, матеріали фінансової звітності ресторану «Mirax», матеріали періодичних та спеціалізованих видань.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Робота складається з вступу, чотирьох розділів, висновків, переліку використаної літератури, додатків.

У вступі обґрунтовано актуальність і значення теми. У першому розділі вивчено теоретичні ролі сучасних технологій. У другому розділі подана характеристика господарської діяльності ресторану «Mirax». У третьому розділі переваги та недоліки використання сучасних технологій у ресторані, аналіз опитування клієнтів, рекомендації, щодо подальшого розвитку технологій складової. У четвертому розділі розкрито безпека життєдіяльності та основи охорони праці у закладах готельно-ресторанного бізнесу. У висновках коротко викладено найвагоміші результати кваліфікаційної роботи магістра.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, слайдів)
У роботі подано фото ресторанного комплексу, таблиці з показниками діяльності підприємства.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Основи охорони праці та безпека життєдіяльності			

7. Дата видачі завдання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

[illegible]

Студент _____
(підпис)

Юлія ДНЕСЬ

(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи) _____
(підпис)

Ірина ВОВК

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Магістерська дипломна робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел (58 позиції) та додатків. Основний зміст роботи викладено на 84 сторінках друкованого тексту. У роботі представлено 18 таблиць, 7 малюнків та 5 додатків.

У магістерській роботі досліджується роль сучасних технологій у підвищеній якості обслуговування клієнтів у ресторанах на прикладі ресторану «Mirax». У першому розділі розглядаються теоретичні основи впливу технологій на якість обслуговування, зокрема поняття якості у сфері ресторанного бізнесу, сучасні технологічні інновації та їх вплив на досвід споживачів.

Другий розділ присвячений аналізу застосування сучасних технологій у ресторані «Mirax». У його надано загальну характеристику закладу, досліджено технології обслуговування клієнтів та оцінено їх вплив на якість послуг.

Третій розділ містить напрямки вдосконалення технологій для підвищення якості обслуговування клієнтів ресторану Mirax. Розглянуто переваги та недоліки впроваджених технологій, проведено аналіз опитувань клієнтів та запропоновано рекомендації щодо подальшого розвитку технологічної складової. Четвертий розділ охоплює питання охорони праці та безпеки життєдіяльності у надзвичайних ситуаціях.

За результатами дослідження зроблено висновки про ефективність використання сучасних технологій у підвищенні якості обслуговування клієнтів. Надано рекомендації щодо впровадження інновацій у ресторанному бізнесі.

Ключові слова: сучасні технології, якість обслуговування, ресторанний бізнес, досвід споживачів, технологічні інновації.

ANNOTATION

The master's thesis consists of an introduction, four chapters, conclusions, a list of references (58 items) and appendices. The main content of the work is presented on 84 pages of printed text. The work contains 18 tables, 7 figures and 5 appendices.

The master's thesis explores the role of modern technologies in improving the quality of customer service in restaurants on the example of the «Mirax» restaurant. The first chapter discusses the theoretical foundations of the impact of technology on service quality, including the concept of quality in the restaurant business, modern technological innovations and their impact on customer experience.

The second chapter analyzes the use of modern technologies in the «Mirax» restaurant. It provides a general description of the institution, examines customer service technologies and assesses their impact on the quality of services.

The third section contains directions for improving technologies to improve the quality of customer service at the «Mirax» restaurant. The advantages and disadvantages of the implemented technologies are discussed, customer surveys are analyzed, and recommendations for further development of the technological component are offered. The fourth section covers the issues of labor protection and life safety in emergency situations.

Based on the results of the study, conclusions are drawn about the effectiveness of the use of modern technologies in improving the quality of customer service. Recommendations for introducing innovations in the restaurant business are provided.

Keywords: *modern technologies, quality of service, restaurant business, consumer experience, technological innovations.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	8
1.1. Поняття якості обслуговування у ресторанах	8
1.2. Основні технологічні інновації в сфері ресторанного бізнесу.....	14
1.3. Вплив сучасних технологій на досвід споживача	18
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАНІ MİRAX	22
2.1. Загальна характеристика ресторану Mİrax.....	22
2.2. Технології обслуговування клієнтів в ресторані Mİrax	35
2.3. Вплив використання сучасних технологій на якість обслуговування клієнтів Mİrax.....	40
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ	44
3.1. Переваги та недоліки використання сучасних технологій у Mİrax	44
3.2. Аналізування опитування клієнтів щодо якості обслуговування в ресторані	53
3.3. Рекомендації щодо подальшого розвитку технологічної складової в ресторані Mİrax	56
РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....	60
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	74

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі стрімкий розвиток технологій відкриває нові можливості для різних галузей, зокрема у сфері обслуговування клієнтів. Ресторани, як один із ключових сегментів індустрії гостинності, активно впроваджують технологічні інновації, щоб забезпечити високий рівень сервісу, зручність для клієнтів і конкурентоспроможність на ринку. Використання сучасних технологій, таких як цифрові меню, автоматизовані системи прийому замовлень, чат-боти, а також мобільні додатки, дозволяє значно покращити якість обслуговування, оптимізувати внутрішні процеси та підвищити лояльність клієнтів.

Особливо актуальною ця тема стає в умовах змін у споживчих очікуваннях і вимогах, які зростають разом із цифровізацією суспільства. Клієнти все частіше очікують швидкого, зручного та персоналізованого обслуговування, що потребує адаптації традиційних бізнес-моделей ресторанного сервісу. У цьому контексті дослідження впливу сучасних технологій на якість обслуговування клієнтів є важливим кроком до розуміння потреб споживачів і визначення ефективних рішень для задоволення їхніх очікувань.

Аналіз досвіду ресторану Mirax як прикладу використання сучасних технологій для підвищення якості обслуговування дозволяє оцінити реальний вплив інновацій на роботу ресторанного бізнесу. Це дослідження сприятиме формуванню рекомендацій щодо впровадження подібних рішень в інших закладах громадського харчування, що робить тему не лише актуальною, але й практично значущою.

Мета дослідження – дослідити роль сучасних технологій у підвищенні якості обслуговування клієнтів у ресторанах на прикладі ресторану Mirax.

Об'єкт дослідження – процес обслуговування клієнтів у ресторанному бізнесі.

Предмет дослідження – вплив сучасних технологій на якість обслуговування клієнтів у ресторані Mirax.

Виходячи з мети дослідження, можемо сформулювати наступні **завдання**:

- дослідити поняття якості обслуговування у ресторанах;
- проаналізувати основні технологічні інновації в сфері ресторанного бізнесу;
- визначити вплив сучасних технологій на досвід споживача;
- надати загальну характеристику ресторану Mirax;
- проаналізувати технології обслуговування клієнтів в ресторані Mirax;
- оцінити вплив використання сучасних технологій на якість обслуговування клієнтів Mirax;
- окреслити переваги та недоліки використання сучасних технологій у Mirax;
- здійснити аналізування опитування клієнтів щодо якості обслуговування в ресторані;
- сформулювати рекомендації щодо подальшого розвитку технологічної складової в ресторані Mirax.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження використано загальнонаукові методи: аналіз літератури для вивчення теоретичних аспектів, спостереження для оцінки реальних процесів у ресторані, анкетування клієнтів для визначення їх задоволеності якістю обслуговування, а також порівняння результатів до та після впровадження технологій.

Наукова новизна. Дослідження вперше системно аналізує вплив конкретних технологічних рішень, впроваджених у ресторані Mirax, на якість

обслуговування клієнтів, з урахуванням сучасних тенденцій цифровізації індустрії гостинності.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані для впровадження ефективних технологічних рішень у ресторанний бізнес, що дозволить підвищити якість обслуговування, оптимізувати роботу персоналу та забезпечити конкурентоспроможність закладів на ринку.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, чотирьох основних розділів з підрозділами, висновків, списку використаних джерел із 58 одиниць та додатків. Робота містить 84 сторінок.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

1.1. Поняття якості обслуговування у ресторанах

У сучасних умовах ринкової економіки питання якості є ключовим фактором для підвищення рівня життя населення, а також для забезпечення економічної, соціальної та екологічної безпеки.

Якість є багатогранним поняттям, яке включає ефективність усіх аспектів діяльності, таких як розробка стратегій, організація виробництва, маркетинг тощо. Однією з найважливіших складових системи якості є якість продукції та обслуговування.

Під якістю розуміють сукупність характеристик продукції, які визначають її придатність до використання за призначенням. Міжнародна організація зі стандартизації (ДСТУ ISO 9000) визначає якість як сукупність властивостей та характеристик продукції чи послуг, що забезпечують їх здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби.

Поняття та складові формування якості обслуговування клієнтів є важливими елементами сучасного бізнесу, що впливають на рівень задоволеності споживачів та конкурентоспроможність компанії. Якість обслуговування включає в себе комплекс характеристик, що забезпечують відповідність послуг вимогам і очікуванням клієнтів. Вона формується на основі декількох факторів, серед яких персонал, організація процесу обслуговування, фізичні ресурси та управління. Особливе значення мають персональні якості співробітників, такі як комунікабельність, вміння швидко реагувати на запити клієнтів і здатність вирішувати конфлікти. Клієнти оцінюють якість обслуговування за рівнем зручності, швидкості і професіоналізму, з якими вони отримують послугу [4, с. 45].

Персонал є ключовим фактором, що впливає на якість обслуговування клієнтів. Ефективна взаємодія з клієнтами забезпечує підвищення їхньої лояльності та задоволеності. Підбір, навчання та мотивація співробітників є складовими елементами, що визначають рівень якості обслуговування. Крім того, персонал має володіти високим рівнем комунікативних навичок та вмінням ефективно реагувати на незадоволення клієнтів. Постійне навчання та підвищення кваліфікації є необхідною умовою для досягнення високого рівня сервісу. Таким чином, персонал є однією з основних складових якості обслуговування клієнтів [5, с. 67].

Організація процесу обслуговування є ще однією важливою складовою формування якості. Чітко регламентовані бізнес-процеси дозволяють забезпечити стабільність та передбачуваність обслуговування. Планування та стандартизація процесів є інструментами, які дозволяють уникнути проблемних ситуацій та знизити ризик невдоволення клієнтів. Дотримання стандартів якості забезпечує рівномірність і однорідність послуг, що підвищує довіру клієнтів до компанії. Важливо також забезпечити гнучкість у процесі обслуговування, щоб швидко адаптуватися до потреб клієнтів. Таким чином, організація процесу є важливим чинником для формування якісного сервісу [11, с. 120].

Фізичні ресурси, такі як приміщення, обладнання та інфраструктура, також суттєво впливають на сприйняття якості обслуговування. Зручність та комфорт, наданий клієнту під час обслуговування, значною мірою визначають рівень його задоволеності. Естетичний вигляд приміщень, сучасне обладнання та чистота є важливими критеріями для формування позитивного враження у клієнтів. Крім того, фізичні ресурси повинні відповідати сучасним вимогам ергономіки, що робить процес обслуговування більш зручним. Інвестиції у фізичну інфраструктуру є важливим аспектом забезпечення високого рівня

сервісу. Тому якість фізичних ресурсів впливає на загальну якість обслуговування [19, с. 98].

Управління якістю є необхідною умовою для забезпечення відповідності послуг стандартам і очікуванням клієнтів. Впровадження системи управління якістю допомагає компаніям планувати, контролювати та вдосконалювати процеси обслуговування. Для цього використовуються різноманітні інструменти, такі як аудити якості, моніторинг показників та зворотний зв'язок від клієнтів. Системи управління якістю також включають розробку стандартів та політик, що забезпечують високий рівень обслуговування. Ефективне управління якістю сприяє створенню довгострокових стосунків з клієнтами та підвищує їхню лояльність. Таким чином, управління якістю є важливим аспектом забезпечення відповідності послуг високим стандартам [23, с. 27].

Оцінка якості обслуговування є ще одним важливим елементом формування якісного сервісу. Зворотний зв'язок від клієнтів дозволяє виявити слабкі місця в процесах обслуговування та швидко реагувати на них. Оцінка якості може здійснюватися за допомогою анкетування, онлайн-опитувань, або використання електронних платформ для збору відгуків. Це дозволяє вчасно виявити проблеми і вдосконалювати обслуговування. Крім того, моніторинг показників якості допомагає аналізувати ефективність впроваджених змін і адаптувати стратегії. Таким чином, оцінка якості є необхідною складовою процесу постійного вдосконалення послуг [44, с. 121].

Нарешті, важливу роль у формуванні якості обслуговування відіграє комунікація з клієнтами. Взаємодія з клієнтами повинна бути відкритою, чесною і орієнтованою на задоволення їхніх потреб. Важливим елементом є також швидкість реагування на запити та побажання клієнтів, що створює у них відчуття цінності і уваги до їхніх потреб. Використання сучасних технологій для комунікації, таких як соціальні мережі, мобільні додатки та

чат-боти, робить цей процес більш ефективним і доступним. Крім того, клієнти цінують персоналізовані відповіді та індивідуальний підхід, що підвищує рівень їхнього задоволення. Таким чином, ефективна комунікація з клієнтами є важливою складовою формування високої якості обслуговування [34, с. 57-62].

Отже, якість обслуговування – це сукупність умов, що забезпечують максимально комфортні умови для клієнта під час отримання послуг із мінімальними витратами часу.

Ресторани є специфічними підприємствами громадського харчування, які вирізняються високими вимогами до комфорту, якості обслуговування, асортименту страв і режиму роботи. У ресторанах харчування поєднується з організацією відпочинку та дозвілля відвідувачів. За допомогою архітектурних та декоративних елементів у великих залах ресторанів створюються окремі зони, що сприяють затишку та зручності для відвідувачів. Деякі ресторани спеціалізуються на виготовленні страв із певної групи продуктів (наприклад, рибні або молочні страви) або пропонують страви національної кухні. Високий рівень комфорту в ресторанах досягається завдяки сучасним архітектурно-дизайнерським рішенням, оригінальному освітленню та якісній організації обслуговування.

Ресторани можуть мати банкетні зали для спеціальних заходів (весілля, ювілеї тощо) або барні стійки для приготування коктейлів, подачі кави та морозива. Рівень культури обслуговування, художнє оформлення залів та сервіровка столів мають відповідати концепції та статусу закладу.

Через високі вимоги клієнтів до якості страв та способів їх подачі, ресторани часто віддають перевагу високоякісній сировині, хоча іноді використовують напівфабрикати. Це характерно для ресторанів малої місткості або тих, що не прагнуть підвищити свій імідж і використовують стратегію "збору урожаю". Проте більшість ресторанів високого рівня, навіть

враховуючи переваги промислових напівфабрикатів, обирають лише високоякісну сировину для своїх страв.

Якісне обслуговування є суттю ресторанних послуг і визначальною умовою успіху ресторану. Хоча важливими факторами є асортимент, смакові якості страв, ціни, дизайн та місце розташування, вони не зможуть компенсувати недбале чи неуважне ставлення персоналу до гостей. Ресторан, що забезпечує високий рівень сервісу, отримує значну конкурентну перевагу.

Послуги ресторану мають складну структуру, яка включає безліч компонентів і параметрів, що різняться за важливістю для споживача. Це ускладнює підтримку та покращення якості обслуговування, особливо зі зростанням мережі закладів.

Дорогі ресторани потребують особливого підходу до сервісу, з акцентом на індивідуальну увагу, консультації, врахування особистих потреб гостей. Персонал у таких закладах грає важливу роль у підтримці іміджу ресторану, зокрема через спілкування, розповіді про історію закладу чи специфіку страв.

Для ресторанів швидкого обслуговування характерні такі стандарти сервісу, як чистота, якість страв, зовнішній вигляд закладу і персоналу, ефективність роботи працівників. Якість сервісу можна покращити через впровадження єдиної системи сервіс-менеджменту, що координує всю діяльність, спрямовану на підвищення якості обслуговування.

Кожен напрямок сервісного бізнесу має свої критерії якісного обслуговування. Наприклад, у роздрібній торгівлі важливі доброзичливість і компетентність персоналу, у ресторанах швидкого харчування - швидкість обслуговування та чистота. Основна вимога до покращення якості обслуговування - це створення єдиних стандартів, які виключають можливість різного тлумачення.

Стандарти обслуговування формують основу навчання персоналу. Вони мають включати щоденні процедури та операції, що виконуються

співробітниками, з метою максимального задоволення потреб клієнтів. Стандарти можуть варіюватися залежно від класу ресторану, кількості посадкових місць, типу обслуговування та атмосфери.

Успішність ресторану залежить від здатності його власників передбачити бажання клієнтів і розробити стандарти обслуговування, які відповідають концепції закладу. Важливо, щоб ці стандарти були гнучкими, відображали побажання постійних клієнтів і могли змінюватися відповідно до змін концепції ресторану.

Залежно від цільової аудиторії та мети відвідування закладу, ресторан може використовувати як дорогі, так і більш доступні рішення в оформленні інтер'єру, підборі посуду тощо. Елітні ресторани часто розташовані у престижних районах, мають вишуканий інтер'єр та надають високий рівень обслуговування, що поєднується із класичними традиціями європейських кухонь.

Меню таких ресторанів включає класичні страви або страви національної кухні, а форма обслуговування може бути різною: від повного обслуговування офіціантами до "шведського столу" чи продажу страв на виніс. Атмосфера в залі підсилюється професіоналізмом персоналу, що має велике значення для загального враження від закладу.

Останнім часом популярними стали ресторани змішаного типу, такі як ресторан-бар або ресторан-клуб. Такі заклади поєднують елементи кількох форматів, пропонуючи клієнтам різноманітні форми відпочинку та харчування.

1.2. Основні технологічні інновації в сфері ресторанного бізнесу

Сучасний ресторанний бізнес активно впроваджує технологічні інновації, щоб задовольнити потреби клієнтів та залишатися конкурентоспроможним. Однією з найбільш поширених технологій є цифрові меню, які дозволяють клієнтам легко вибирати страви, отримувати додаткову інформацію про їх склад та калорійність. Інтерактивні дисплеї на столах або мобільні додатки спрощують процес замовлення, зменшуючи навантаження на персонал і скорочуючи час очікування. Крім того, цифрові меню забезпечують можливість оперативно змінювати ціни або акції, що є особливо корисним для адаптації до сезонних змін. Такі рішення покращують зручність для клієнтів та підвищують їх задоволеність сервісом.

Ще однією важливою інновацією є автоматизовані системи прийому замовлень, які використовують сенсорні екрани або мобільні пристрої. Такі системи дозволяють клієнтам самостійно оформлювати замовлення, зменшуючи ймовірність помилок через людський фактор. Крім того, автоматизація сприяє оптимізації роботи персоналу, дозволяючи офіціантам більше уваги приділяти гостям. У поєднанні з автоматизованими кухонними системами це забезпечує швидке виконання замовлень і підвищує ефективність роботи ресторану. Також такі рішення знижують витрати на персонал, що є вагомою перевагою для власників закладів [45].

Розвиток мобільних додатків для ресторанів відкриває нові можливості для залучення клієнтів. Завдяки додаткам клієнти можуть бронювати столи, робити попередні замовлення або навіть оплачувати рахунки онлайн, що значно спрощує взаємодію з рестораном. Більше того, інтеграція програм лояльності в мобільні додатки сприяє підвищенню рівня лояльності клієнтів і стимулює повторні візити. Інноваційні функції, такі як персоналізовані пропозиції на основі вподобань клієнтів, підвищують їх задоволеність

сервісом. Таким чином, мобільні додатки стають важливим інструментом для побудови довгострокових відносин із клієнтами.

Не менш значущою інновацією є використання штучного інтелекту та аналітики даних у ресторанному бізнесі. Завдяки AI-рішенням ресторани можуть прогнозувати попит, оптимізувати запаси та створювати персоналізовані пропозиції для клієнтів. Наприклад, чат-боти на основі штучного інтелекту забезпечують миттєву комунікацію з клієнтами, відповідаючи на запитання, приймаючи замовлення або допомагаючи у виборі страв. Аналіз даних дозволяє закладам отримувати цінну інформацію про поведінку клієнтів, що допомагає краще розуміти їх потреби та вподобання. Усе це сприяє підвищенню якості обслуговування та ефективності роботи закладів, що є ключовим фактором успіху в сучасному конкурентному середовищі.

Абревіатура ERP відноситься до планування ресурсів підприємства, яке стосується координації різних відділів у компанії за допомогою програмного рішення. Це рішення полегшує інтеграцію та керування централізованою базою даних, яка охоплює численні функції компанії, такі як обробка замовлень, продаж, виробництво, складування, логістика, бухгалтерський облік і реклама. Створюючи єдину інформаційну екосистему, ЕРП гарантує, що всі співробітники мають доступ до відповідних даних на основі їхніх відповідних рівнів авторизації. Зрештою, основною метою ERP є оптимізація та автоматизація бізнес-операцій, мінімізуючи тим самим ручну працю та потенційно марнотратний розподіл робочого часу [9].

Впровадження системи планування ресурсів підприємства (ERP) дозволяє підприємствам централізовано керувати своїми операціями та оптимізувати різні процеси. Хоча функціональні можливості систем ERP можуть відрізнятися залежно від конкретних потреб кожного бізнесу, основні переваги можна підсумувати таким чином. По-перше, ERP-системи

створюють єдине середовище, яке полегшує внутрішню комунікацію, прийняття рішень, вирішення організаційних питань і запитів користувачів. По-друге, ці системи забезпечують відповідний рівень конфіденційності даних шляхом розподілу прав доступу, надаючи працівникам доступ лише до необхідної їм інформації. По-третє, ERP-системи консолідують фінансові дані, що дозволяє комплексно відстежувати кожен відділ і його фінансову звітність. Це допомагає запобігти непотрібним витратам і дозволяє краще контролювати фінансові потоки всередині компанії. Нарешті, ERP-системи автоматизують бізнес-процеси, що забезпечує ефективну координацію дій, розподіл ролей і прав доступу всередині компанії. Крім того, вони полегшують оперативне планування та забезпечують надійне зберігання даних.

Інтеграція ERP-системи дозволяє організації ефективно оптимізувати управлінські завдання, покращити комунікацію з керівництвом, покращити міжвідомчу координацію та підвищити прозорість фінансової звітності.

На відміну від ERP, система CRM характеризується більш сфокусованим масштабом. Система, яка називається «Customer Relationship Management», полегшує організацію та класифікацію інформації про клієнтів, а також зберігання заявок і угод. Дані збираються в зручні картки, що містять такі деталі, як імена, контакти, покупки, контракти, рахунки-фактури та платежі. Ці картки зберігають хронологічний запис взаємодії клієнта, включаючи електронні листи та журнали викликів. Крім того, система оптимізує процеси та допомагає менеджерам з продажу, надаючи нагадування для подальших дій клієнтів, генеруючи стандартизовані документи, виставляючи рахунки-фактури, складаючи аналітичні звіти, надсилаючи SMS-повідомлення, призначаючи завдання та контролюючи їх виконання.

Метою системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) є встановлення безперервного каналу зв'язку з клієнтами для збільшення частоти, обсягу та швидкості транзакцій продажу. З іншого боку, планування

ресурсів підприємства (ERP) насамперед зосереджено на управлінні та координації ресурсів компанії для інтеграції різних відділів у єдину та ефективну операційну систему.

Основна мета CRM полягає в тому, щоб змінити мислення організацій, орієнтоване на продукт, на мислення, орієнтоване на клієнта. Отже, одна з основних функцій CRM полягає в тому, щоб отримати цінну, раніше невідому та зрозумілу інформацію з величезної бази даних, використовуючи її для отримання фінансової вигоди. Для ефективного виконання цих завдань CRM покладається на різні технології та програми прийняття рішень, такі як інтелектуальний аналіз даних і сховища даних. Під час вивчення стратегій CRM компанії усвідомлюють значні витрати та вигоди, пов'язані з ініціативами CRM, і прагнуть зрозуміти фінансові наслідки та економічні фактори, які сприяють їх успіху. Для того, щоб підприємства могли окупити інвестиції (рентабельності інвестицій) від CRM, інвестиції в додатки та технології CRM повинні принести організації бізнес-переваги, які можна виміряти, а також нематеріальні вигоди. Ефективність CRM можна оцінити за рівнем задоволеності, досягнутого за допомогою діяльності CRM. З огляду на те, що CRM стала основною бізнес-стратегією електронної комерції, вкрай важливо оцінити її ефективність. Проте було проведено лише обмежену кількість досліджень для оцінки ефективності CRM.

У сфері управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) все більше уваги приділяється створенню показників, які встановлюють пріоритет клієнта та забезпечують менеджерів кращим уявленням про ефективність їхніх стратегій та ініціатив CRM.

WHM-системи – це програмне забезпечення з використанням веб-хостингу (походить від скорочення WebHost Manager). Дані системи орієнтовані на роботу з клієнтами через веб-інтерфейс і дозволяють більш ефективно налагодити комунікацію та підвищити продажі. Тому доцільно

розглянути ефективність зазначених систем з метою вибору та впровадження на окремому підприємстві [57, с.191]..

Ці системи можуть підвищити якість обслуговування клієнтів за рахунок автоматизації ряду сервісних процесів.

1.3. Вплив сучасних технологій на досвід споживача

Сучасні технології суттєво змінюють досвід споживачів у ресторанах, роблячи його більш інтерактивним, зручним і персоналізованим. Однією з найбільш помітних змін є автоматизація процесів обслуговування, яка знижує час очікування та дозволяє клієнтам швидше отримувати свої замовлення. Наприклад, інтерактивні кіоски для самообслуговування дозволяють уникати черг, забезпечуючи точність замовлень завдяки прямому введенню інформації споживачем. У поєднанні з цифровими меню такі технології дозволяють клієнтам детальніше ознайомлюватися з асортиментом страв та напоїв. Це значно підвищує комфорт споживачів, які тепер мають більше контролю над процесом взаємодії з рестораном.

Інтеграція мобільних додатків у сферу обслуговування ще більше спрощує взаємодію споживача з рестораном. Клієнти можуть замовляти страви заздалегідь, оплачувати рахунки онлайн і навіть залишати чайові без використання готівки. Більше того, мобільні додатки часто пропонують функції відстеження замовлення в режимі реального часу, що додає прозорості процесу. Програми лояльності, інтегровані в додатки, дозволяють споживачам отримувати бонуси, знижки та спеціальні пропозиції, стимулюючи їх до повторних візитів. Ці інновації також допомагають закладам створювати персоналізований досвід для кожного клієнта на основі їхніх вподобань та історії замовлень.

Штучний інтелект стає потужним інструментом для підвищення рівня задоволеності клієнтів у ресторанному бізнесі. Наприклад, чат-боти, що працюють на основі AI, забезпечують швидкі відповіді на запити клієнтів, допомагають у виборі страв або вирішують проблеми, пов'язані з обслуговуванням. Аналіз великих даних, який також здійснюється за допомогою AI, дозволяє ресторанам краще розуміти вподобання своїх клієнтів, пропонуючи їм персоналізовані рекомендації. Такі рішення сприяють більш глибокій залученості клієнтів і створюють відчуття турботи про їхні потреби. Водночас технології на основі AI допомагають ресторанам оптимізувати роботу персоналу, що додатково впливає на покращення загального досвіду споживачів.

Технології також значно розширюють можливості для розважального аспекту взаємодії клієнтів із закладом. У багатьох ресторанах запроваджуються інтерактивні екрани або VR-рішення, які перетворюють очікування замовлення на цікавий досвід. Такі інновації особливо популярні серед сімей із дітьми, оскільки вони дозволяють залучати молодших клієнтів до гри чи навчання під час перебування в ресторані. Крім того, VR-технології можуть бути використані для віртуальних екскурсій на кухню або показу процесу приготування страв, що додає прозорості та довіри. Подібні рішення покращують емоційне враження від закладу, сприяючи позитивному сприйняттю бренду.

Ще одним важливим аспектом впливу технологій є підвищення рівня безпеки та гігієни обслуговування. В умовах зростання вимог до санітарних норм автоматизація процесів мінімізує контакт між персоналом і клієнтами. Наприклад, безконтактні платежі, цифрові меню та самообслуговування сприяють зниженню ризиків для здоров'я відвідувачів. Додатково, використання датчиків і камер для моніторингу чистоти дозволяє

підтримувати високі стандарти гігієни в реальному часі. Це не лише підвищує довіру клієнтів до закладу, але й формує відчуття турботи про їхню безпеку.

Технології також впливають на швидкість і зручність доставки, що стає все більш важливим для сучасних споживачів. Інновації, такі як системи автоматизації замовлень і відстеження доставки, дозволяють клієнтам отримувати їжу швидше та з меншими зусиллями. Крім того, розвиток роботизованої доставки та дронів додає новий рівень ефективності й інноваційності в процес доставки. Це не тільки знижує витрати для закладів, але й створює унікальний досвід для клієнтів, який вони схильні оцінювати високо. Завдяки цьому ресторани можуть обслуговувати більшу кількість клієнтів, навіть за межами фізичного простору свого закладу.

Роль соціальних мереж та онлайн-рейтингів також значно посилюється завдяки технологіям. Спеціалізовані платформи дозволяють клієнтам ділитися своїми враженнями, залишати відгуки та рекомендації, що формує довіру до закладу. Ресторани, у свою чергу, можуть використовувати ці дані для аналізу споживчих уподобань і вдосконалення своєї роботи. Інтерактивні функції, такі як можливість миттєвої комунікації з клієнтами в соціальних мережах, допомагають швидко реагувати на запити та критику. Це створює враження прозорості та відкритості, що є важливим для сучасних споживачів.

Останнім, але не менш важливим є внесок технологій у формування екологічно свідомого досвіду споживачів. Використання екологічних додатків, які відстежують вуглецевий слід замовлень, дозволяє клієнтам робити більш усвідомлений вибір. Наприклад, системи, які оптимізують використання ресурсів і мінімізують харчові відходи, підкреслюють відповідальність ресторану перед суспільством. Це сприяє формуванню позитивного іміджу закладу та залученню свідомих клієнтів, які підтримують подібні ініціативи. У результаті технології стають інструментом не лише для

підвищення ефективності, але й для створення стійкого розвитку ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАНІ MIRAX

2.1. Загальна характеристика ресторану Mirax

Ресторан «Mirax» розташований у м. Тернопіль, за адресою вул.15 Квітня, 28В. Заклад спеціалізується на українській та кавказькій кухні. Він орієнтується на сімейні відвідування, урочисті заходи та корпоративні події. Організаційна структура ресторану включає адміністративний відділ, кухонний персонал, офіціантів та технічний персонал, що забезпечує якісне обслуговування гостей. Ресторан активно застосовує сучасні технології автоматизації обліку замовлень, що сприяє підвищенню ефективності роботи.

Організаційна структура ресторану в схематичному вигляді може бути зображена таким чином (рис. 2.1).

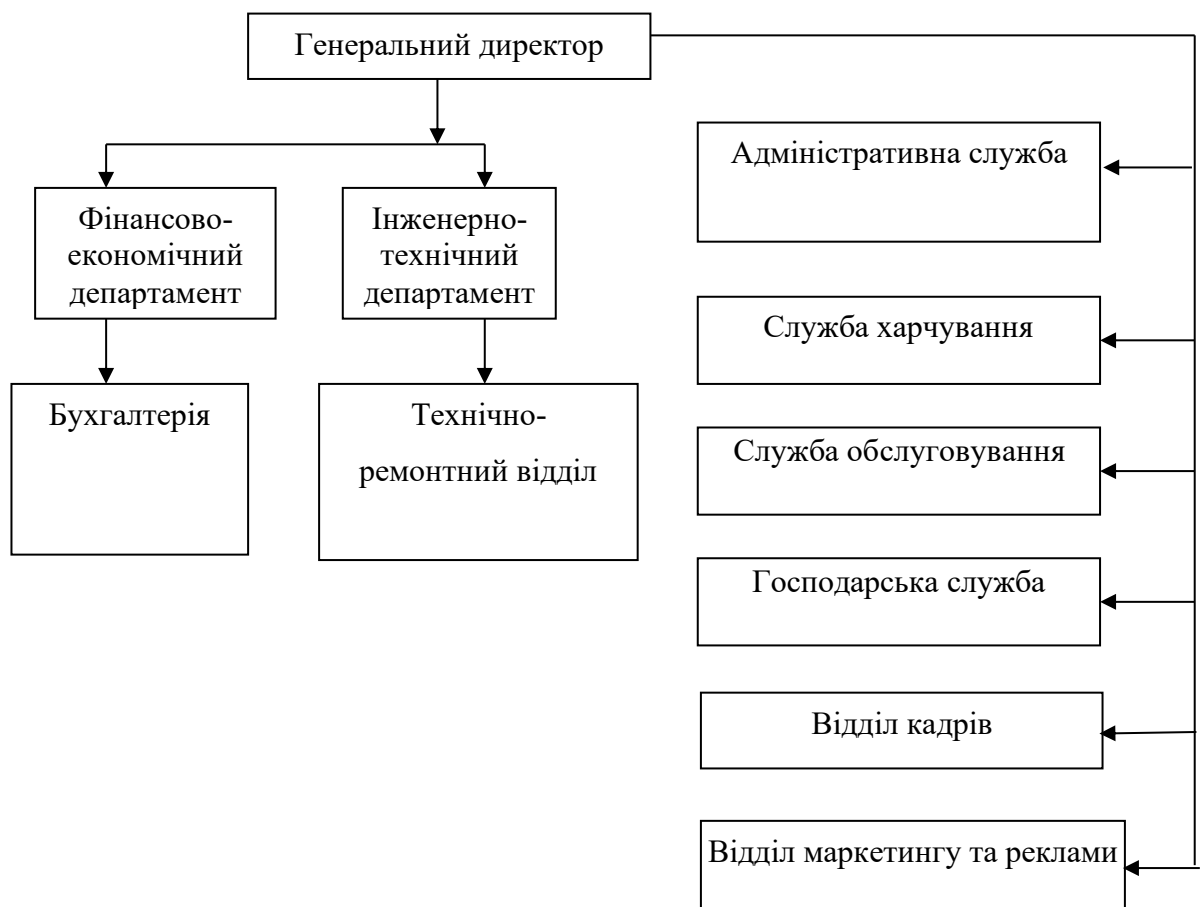


Рисунок 2.1 Організаційна структура ресторану «Mirax»

Основними джерелами доходів ресторану є продаж страв та напоїв, а також проведення банкетів. Ресторан демонструє стабільний дохід завдяки високій пропускній спроможності та популярності серед місцевих жителів і туристів. Собівартість приготування страв є помірною завдяки співпраці з місцевими постачальниками продуктів, що дозволяє забезпечити конкурентні ціни. Серед викликів ресторану можна зазначити сезонність попиту, що впливає на обсяг реалізації у весняно-літній та осінньо-зимовий періоди.

Таблиця 2.1

Аналіз основних економічних показників ТОВ «Міракс» за 2021-2023 р.

Показники	Роки						Абсолютне відхилення, тис. грн.	
	2021		2022		2023			
	тис. грн.	Приріст, %	тис. грн.	Приріст, %	тис. грн.	Приріст, %	2022/ 2021	2023/ 2022
Обсяги реалізації продукції	1051,8	-	2203,8	109,53	3884	76,24	1152,0	1680,2
Фінансовий результат до оподаткування	10,0	-	55,6	456,00	243,7	338,31	45,6	188,1
Чистий прибуток	8,2	-	45,6	456,10	199,8	338,16	37,4	154,2
Операційні витрати	549,7	-	1413,6	157,16	2470	74,73	863,9	1056,4
Сукупні витрати	1041,8	-	2148,2	106,20	3640,3	69,46	1106,4	1492,1
Рентабельність реалізації	0,78	-	2,07	165,41	5,14	148,61	1,29	3,08

Джерело: Розроблено автором на основі звітності ТОВ «Міракс» (Додатки А, Б)

Як бачимо, рентабельність реалізації є невисокою, проте має стійку тенденцію до зростання, тому ресторан має розробити концепцію зниження витрат і підвищення продуктивності.

Ресторан «Mirax» має потенціал для розширення своєї діяльності,

зокрема за рахунок впровадження послуги доставки страв, розширення асортименту національних страв та організації кулінарних майстер-класів. Інвестиції у маркетинг і залучення нових клієнтів через соціальні мережі можуть значно покращити впізнаваність бренду. Удосконалення внутрішніх бізнес-процесів та подальша автоматизація дозволять оптимізувати витрати та підвищити рівень задоволеності клієнтів. Аналіз майна є важливим етапом оцінки фінансового стану будь-якого підприємства. Це дозволяє оцінити, наскільки ефективно використовуються активи для досягнення стратегічних цілей компанії та забезпечення стійкості фінансових ресурсів. Структура оборотних та необоротних активів дозволяє зрозуміти, як розподіляються ресурси компанії на короткострокові та довгострокові інвестиції. Аналіз причин зміни майна допомагає виявити тенденції у розвитку бізнесу та визначити стратегічні напрями його подальшого розвитку. Такий підхід сприяє покращенню управління активами, що, у свою чергу, забезпечує стабільність фінансового стану підприємства і збільшує його конкурентоспроможність на ринку [5].

На основі даних фінансової звітності за період 2021-2023 рр., в табл. 2.2 проведено аналіз майна ТОВ «Міракс».

Таблиця 2.2

Аналіз майна ТОВ «Міракс» за 2021-2023 р.

Показники	Роки						Відносне відхилення, %	
	2021		2022		2023			
	тис. грн.	ПВ, %	тис. грн.	ПВ, %	тис. грн.	ПВ, %	2022/2021	2023/2022
Майно разом	1576,00	100	1618,8	100	1977,4	100	102,72	122,15
Необоротні активи	610,70	38,75	844	52,14	383,4	19,39	138,20	45,43
Оборотні активи	965,30	61,25	774,8	47,86	1594	80,61	80,27	205,73

*Джерело: Розроблено автором на основі звітності ТОВ «Міракс»
(Додатки А, Б)*

За даними табл. 2.2 можна зробити висновок, що загальна сума активів має тенденцію до зростання. У 2022 році майно підприємства становило 1618,8 тис. грн., що на 2,72% більше ніж у 2021, відповідно у 2023 році сума майна збільшилась на 22,15% порівняно з минулим роком і становила 1977,4 тис. грн. Найбільшу частку структури майна у 2023 р. займали оборотні активи (80,61%). Це свідчить про те, що структура майна на даному підприємстві є мобільною, яка сприяє прискоренню оборотності активів. Проте у 2022 р. переважали необоротні активи з часткою 52,14%. Це вказує на наявність значних постійних витрат і високу чутливість прибутку до коливань доходів від продажу продукції, що свідчить про складну структуру активів підприємства протягом 2021 р. (рис. 2.2).

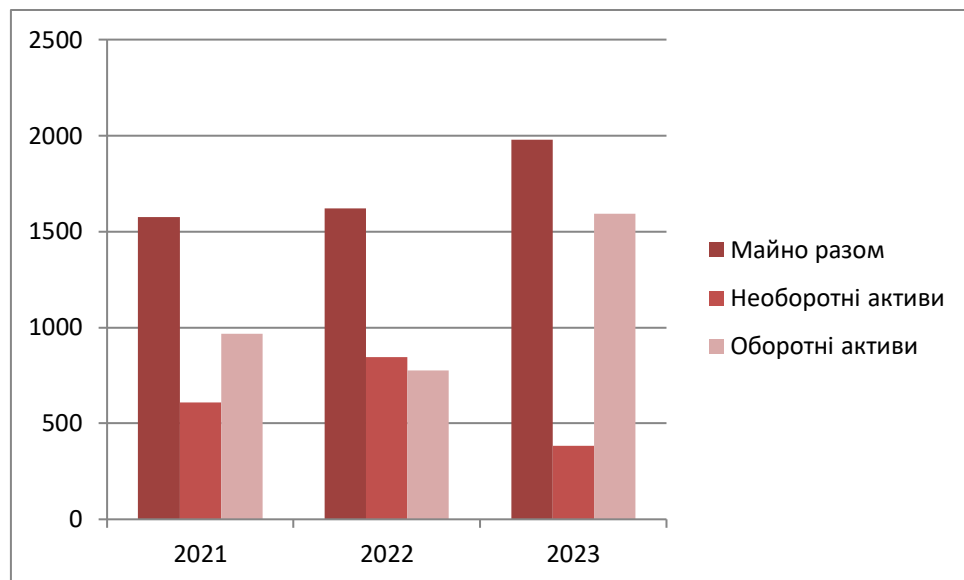


Рис. 2.2 Структура майна підприємства протягом 2021-2023 рр. 5 років

Вивчення того, як генерується та ефективно використовується капітал, є

ключовим аспектом сучасного фінансового аналізу. Насамперед це пов'язано з тим, що капітал є основною для фінансування різноманітної діяльності та операцій компанії. Капітал ТОВ «Міракс» поділяється на власний та залучений (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз джерел формування капіталу ТОВ «МІРАКС»

Показники	2021 рік		2022 рік		2023 рік		Відносне відхилення, %	
	тис. грн.	ПВ, %	тис. грн.	ПВ, %	тис. грн.	ПВ, %	2022/2021	2023/2022
Капітал разом	1576,00	100	1618,8	100	1977,4	100	102,72	122,15
Власний капітал	8,2	0,52	58,8	3,63	258,6	13,08	717,07	439,80
Залучений капітал	1567,8	99,48	1560	96,37	1718,8	86,92	99,50	110,18

Джерело: Розроблено автором на основі звітності ТОВ «Міракс» (Додатки А, Б)

Аналізуючи інформацію, представлену в табл. 2.3, ми можемо отримати суттєве уявлення про тенденцію зростання капіталу підприємства. Переважну частину структури капіталу складає залучений капітал підприємства, який перевищує 90%. Таке переважання залучених коштів над внутрішніми ресурсами свідчить про те, що підприємство підтримує недостатній рівень фінансової стабільності.

Для більш наглядної характеристики структури капіталу підприємства ми зобразили на діаграмі (рис. 2.3).

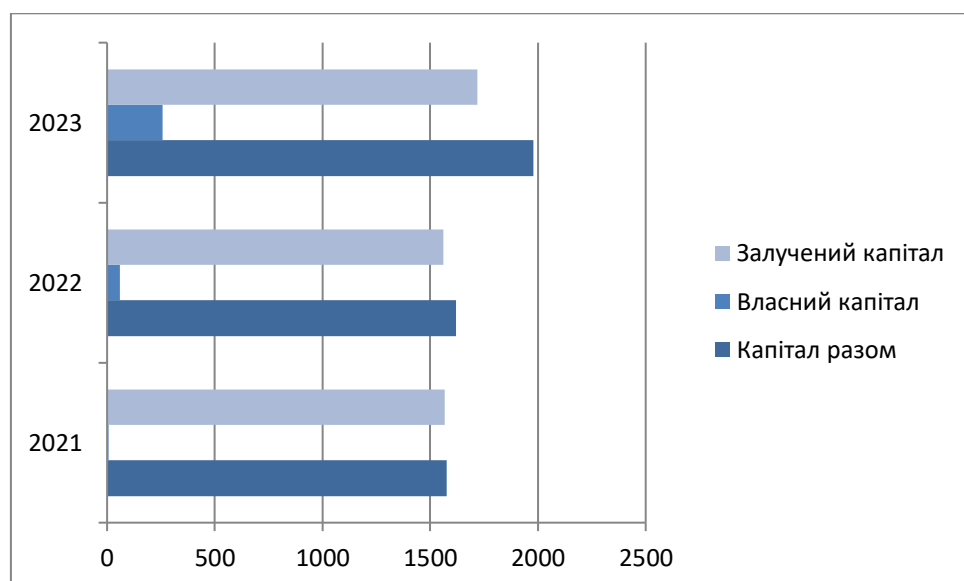


Рис. 2.3 Структура капіталу підприємства протягом 2021-2023 рр.

Фінансова стабільність є вирішальним показником для оцінки загального фінансового стану підприємства. На нього впливає безліч факторів, які разом формують фінансове середовище організації. Серед цих факторів значну роль відіграє рівень інфляції, який впливає на купівельну спроможність і структуру витрат. Крім того, баланс між власними та позиченими коштами, який часто називають структурою капіталу, може значно вплинути на профіль ризику та фінансову гнучкість підприємства [21].

Аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «Міракс»

Показники	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Відхилення			
				абсолютне, тис. грн.		відносне, %	
				2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1. Коефіцієнт автономії	0,69	0,69	0,57	0,00	-0,12	100,00	82,61
2. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	1,31	1,31	1,43	0,00	0,12	100,00	118,71
3. Коефіцієнт фінансування	2,20	2,24	1,32	0,04	-0,92	101,82	58,93
4. Коефіцієнт фінансової стабільності	0,71	0,86	0,75	0,15	-0,11	121,13	87,21
5. Коефіцієнт маневреності	0,26	0,33	0,23	0,07	-0,10	126,92	69,70
6. Коефіцієнт інвестування	1,36	1,48	1,31	0,12	-0,17	108,82	88,51

Джерело: Розроблено автором за звітністю ТОВ «Міракс» (Додатки А, Б)

Коефіцієнт фінансування має динаміку до зниження, у 2022 р. він збільшився на 1,82% порівняно з 2021 р., а у 2023 р. знизився на 41,07%. Значення даного коефіцієнта відповідає оптимальному значенню ($> 1,0$), проте його зменшення свідчить про зниження фінансової стійкості підприємства.

Коефіцієнт фінансової стабільності у 2023 р. збільшився на 21,13%, проте у 2023 р. знизився на 12,79%. Це вказує на зменшення частки загального обсягу стабільних джерел фінансування. Коефіцієнт маневреності протягом 2022 р. збільшився на 26,92% порівняно з 2021 р., а у 2023 р. відбулось зниження на 30,30%, також його значення є нижчим нормативного ($> 0,5$), що є негативним явищем. Коефіцієнт інвестування у 2022 р. складав 1,48, що на 8,82% більше ніж у 2021 р., проте у 2023 р. він зменшився на 11,49% і становив 1,31.

Отже, аналіз фінансової стійкості показав, що більшість показників знаходяться в межах норми, це означає, що підприємство здатне легко пристосуватися до умов зовнішнього середовища та не залежить від зовнішніх джерел фінансування.

Після проведення ретельного аналізу показників фінансової стійкості стає очевидним, що протягом 2023 р. компанія перебувала в стані абсолютної фінансової стабільності. Цей рівень стабільності є символом сильної та надійної платоспроможності компанії, що свідчить про наявність у неї необхідних ресурсів і фінансове здоров'я, щоб без проблем виконувати свої зобов'язання. Отримані дані підтверджують уявлення про те, що компанія має хороші можливості для того, щоб справлятися з будь-якими потенційними проблемами у фінансовому ландшафті, що забезпечує її довгострокову життєздатність і успіх.

Персонал компанії складається з її співробітників, які в даний момент працюють на неї. Це означає, що трудовий потенціал підприємства – це сукупність здібностей його колективу, в тому числі умінь і знань кожного з урахуванням їх віку, фізичних можливостей і професійної кваліфікації. По суті, трудовий потенціал компанії – це загальна здатність її співробітників своєю працею сприяти успіху бізнесу.

Наочне уявлення про структуру працівників аналізованого підприємства дає діаграма на рис. 2.4

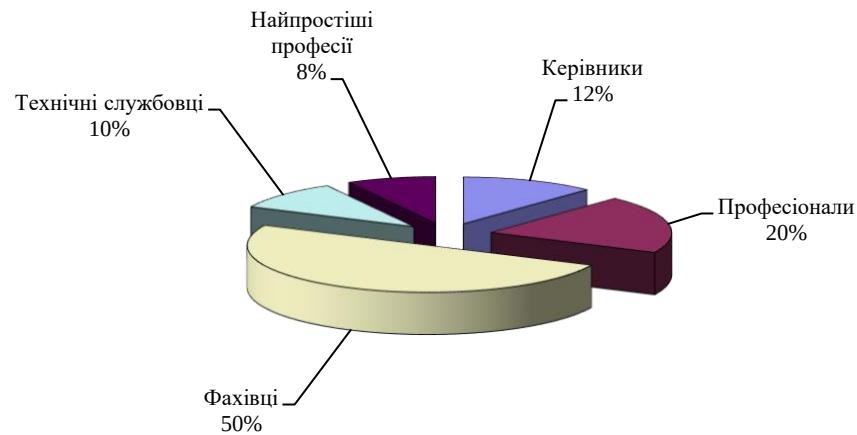


Рис. 2.4. Структура персоналу ресторану «Mirax»

Основні завдання кадрової політики ресторану «Mirax»:

1. Визначення потреби в персоналі:
 - Аналіз майбутніх потреб у категоріях персоналу, відповідних стратегії розвитку компанії.
 - Ретельний аналіз існуючих бізнес-процесів.
 - Розробка планового підходу до кадрового забезпечення.
2. Сучасні методи пошуку та відбору:
 - Застосування сучасних методів підбору кадрів.
 - Проведення заходів з професійної, організаційної та соціальної адаптації нових працівників.
3. Оцінка кваліфікації кадрів:
 - Оцінка забезпеченості підприємства кадрами необхідної кваліфікації.
 - Організація оцінювання знань і навичок працівників для розвитку ключових компетенцій.

4. Підвищення кваліфікації персоналу:

- Забезпечення навчання працівників через внутрішнє та зовнішнє навчання.

- Підтримка належного рівня знань та компетентності.

5. Виявлення лідерських якостей:

- Ідентифікація працівників з видатними лідерськими якостями та професійними досягненнями.

- Організація цілеспрямованого навчання для підготовки до керівних посад.

6. Удосконалення системи оплати праці:

- Постійне вдосконалення системи матеріального заохочення працівників.

- Забезпечення чіткого зв'язку між результатами роботи та винагородами.

Аналіз кадрової політики ресторану «Mirax» представлено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Показники чисельності персоналу ресторану «Mirax», осіб

№ з/п	Показник	2021	2022	2023	2022 р. до 2021 р.		2023 р. до 2022 р.	
					осіб	%	осіб	%
1	Середньоспискова чисельність персоналу, в т.ч.:	12	13	15	+1,00	+8,33	+2,00	+15,38
2	- адміністрація ресторану	3	3	3	0,00	-	0,00	-
3	- офіціанти	2	2	4	+1,00	+20,00	+1,00	+16,67
4	- адміністратор залу	1	2	2	+1,00	+100,00	0,00	-
5	- шеф-кухар	1	1	1	0,00	-	0,00	-
6	- кухар 4 розряду	2	3	3	+1,00	+100,00	0,00	-
7	- кухар 3 розряду	3	2	2	-1,00	-33,33	0,00	-

З даних табл. 2.4 видно, що протягом 2021-2023 рр. відбулося зростання чисельності персоналу на 3 особи або на 25,00%. Зокрема, у 2022 році,

порівняно з 2021 роком відбулося зростання чисельності персоналу на 1 особу або на 8,33%; протягом 2023 року, порівняно з попереднім періодом, відбулося зростання чисельності персоналу на 2 особи або на 15,38% – це пов’язано із збільшенням кількості наданих послуг.

У табл. 2.6 проведений поглиблений аналіз якісного складу працівників ресторану «Mirax».

Таблиця 2.6

Якісний склад персоналу ресторану «Mirax»

Показник	2021		2022		2023		2022 р. до 2021 р.		2023 р. до 2022 р.	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%	%	осіб	%	осіб
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Чисельність персоналу	12	100	13	100	15	100	+1,00	+8,33	+2,00	+15,38
2. За статтю:										
– жінки	9	75,00	10	76,92	12	80,00	+1	+11,11	+2	+20,00
– чоловіки	3	25,00	3	23,08	3	20,00	0	-	0	-
3. За віком (років):										
- 15-28 років	3	25,00	3	23,08	4	30,77	0	0,00	+1	+33,33
- 29-49 років	7	58,33	8	61,54	9	69,23	+1	+14,29	+1	+12,50
- 50-55 років	1	8,33	1	7,69	1	7,69	0	-	0	-
- старші 56 років	1	8,33	1	7,69	1	7,69	0	-	0	-
4. За рівнем освіти:										
- вища	1	8,33	1	7,69	1	7,69	0	-	0	-
- середня спеціальна	3	25,00	3	23,08	3	23,08	0	-	0	-
- середня	8	66,67	9	69,23	11	84,62	+1	+12,50	+2	+22,22
5. За трудовим стажем:										
- до 3 років	6	50,00	7	53,85	9	69,23	+1	+16,67	+2	+28,57
- від 3 до 10 років	4	33,33	4	30,77	4	30,77	0	-	0	-
- від 11 до 15 років	1	8,33	1	7,69	1	7,69	0	-	0	-
- більше 15 років	1	8,33	1	7,69	1	7,69	0	-	0	-

Аналізуючи дані табл. 2.6, можемо зробити висновки, що на підприємстві більшість персоналу складають жінки, що становить 92,31%

робочої сили. Натомість чоловіки складають лише 23,08% персоналу. Найбільше представництво має персонал у віковій категорії 29-49 років, який становить 69,23% працюючих. З іншого боку, у тих, хто старше 56 років, представленість найнижча – 7,69%, що свідчить про те, що на підприємстві відносно молода робоча сила. Крім того, в компанії в основному працюють співробітники, які мають до трьох років досвіду роботи у відповідній галузі, що забезпечує їх необхідними навичками та знаннями для ефективного та успішного здійснення бізнес-операцій. За рівнем освіти переважна частина персоналу має середню освіту – 84,62% працюючих. Це переважно офіціанти.

Проведемо оцінку руху персоналу та динаміки показників навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації у ресторану «Mirax» (табл. 27).

Таблиця 2.7

Рух персоналу ресторану «Mirax»

№ з/п	Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2022 р. до 2021 р.	2023 р. до 2022 р.
1	Середньоспискова чисельність персоналу	12	13	15	+8,33	+15,38
2	Прийнято працівників за рік, осіб	2	1	2	-50,00	+100,00
3	Звільнено працівників за рік, осіб	1	1	2	-	+100,00
4	Пройшло навчання, перепідготовку та підвищення кваліфікації	2	3	4	+50,00	+33,33
5	Коефіцієнти:					
	- обороту з приймання	0,17	0,08	0,13	-52,94	+62,50
	- обороту зі звільнення	0,08	0,08	0,13	-	+62,50
	- стабільності кадрів	0,92	0,85	0,93	-7,61	+9,41

Отже, однією із сильних сторін ресторану «Mirax» є постійна чисельність працівників, що є позитивним моментом у їх діяльності. Ресторан приділяє велику увагу тому, щоб кожен співробітник був експертом у своїй галузі, тому постійне підвищення кваліфікації персоналу є пріоритетом. Про це свідчить той факт, що у 2023 році дві особи (це 0,5% від загальної

чисельності) пройшли підвищення кваліфікації, ще двоє – підвищили кваліфікацію. Загалом ресторан цінує стабільність і дисципліну в своїй робочій силі, а також визнає важливість інвестування в ріст і розвиток співробітників. Важлива вимога до планування працезабезпечення – його безперервність, іншими словами, систематичне уточнення з урахуванням знов виявлених резервів і обставин.

Серед позитивних рис організаційної культури ресторану «Mirax», що позитивно впливають на його трудовий потенціал, можна виділити:

1. Використання символіки компанії для виробництва різноманітної продукції.
2. Грамотно побудована програма навчання для нових співробітників, яка включає здачу іспиту, допомогу досвідчених наставників та покращення адаптації на робочому місці.
3. Організація низки заходів, таких як церемонії випуску та стажування.
4. Проведення розважальних заходів, таких як святкування ювілеїв і виїзди на природні місця чи в оздоровчі заклади.
5. Документування важливих подій компанії шляхом відеозйомки, таких як конференції та церемонії.

Ресторан «Mirax» має примітну характеристику, в якій співробітники обізнані з його місією, цілями, стратегією та структурою. Однак цю інформацію в основному отримують через колег, а не від безпосереднього керівництва. Зібрані експериментальні дані свідчать про те, що ресторан має сильну організаційну культуру, яка сприяє командній роботі, утримує кваліфікованих співробітників і, зрештою, підвищує ефективність і конкурентоспроможність бізнесу.

Основним методом навчання в ресторані «Mirax» є інструктажі. Щоб бути компетентним офіціантом, він повинен володіти великими знаннями про меню та страви, включаючи їхні інгредієнти, гарніри та соуси, а також

рекомендовані поєднання напоїв. Крім того, досвідчений офіціант повинен мати глибоке уявлення про роботу ресторану, включаючи належну документацію та процедури розрахунків з клієнтами. Вони також повинні підтримувати добре організований робочий простір і дотримуватися відповідного етикету. Виняткові офіціанти демонструють навички, що виходять за межі базових знань, наприклад уміння майстерно змішувати салати та готувати коктейлі на очах у клієнтів. Всі подробиці обслуговування викладені в технологічних та інструкційних картах ресторану для сервісного персоналу, і під час навчання офіціанти проходять інструктажі та закріплюють знання основних процедур під час обслуговування. Періодично (раз на місяць) офіціанти здають тести на знання основних правил обслуговування, побудованих на нормативно-правових актах та корпоративних стандартах ресторану «Mirax».

2.2. Технології обслуговування клієнтів в ресторані Mirax

Технології обслуговування клієнтів у ресторані «Mirax» відіграють важливу роль у створенні якісного та інноваційного сервісу. Вони спрямовані на покращення взаємодії з клієнтами, підвищення ефективності роботи персоналу та забезпечення зручності для гостей. Серед ключових аспектів – упровадження технологій для збору відгуків клієнтів, що дозволяє виявляти слабкі місця в обслуговуванні та швидко їх усувати. Також варто зазначити значення автоматизації процесів, які не лише оптимізують роботу, а й створюють більш комфортну атмосферу для відвідувачів.

Одним із нових підходів у «Mirax» є запровадження електронних платформ для збору відгуків і побажань клієнтів. Такі рішення дають змогу оперативно реагувати на зауваження, адаптувати обслуговування та

пропонувати більш релевантний сервіс. Завдяки цьому гості відчують турботу про їхній комфорт і зацікавленість закладу в покращенні обслуговування. Крім того, ресторан використовує аналіз отриманих даних для вдосконалення меню та організації простору.

Ефективність роботи «Mirax» значно зростає завдяки використанню інтерактивних технологій. Наприклад, створення зон з інтерактивними екранами чи QR-кодами для ознайомлення з меню або деталями про страви забезпечує клієнтам доступ до важливої інформації без участі персоналу. Це не лише спрощує процес вибору, але й зменшує навантаження на офіціантів. Крім того, впровадження ігрових або розважальних елементів для дітей дозволяє забезпечити комфорт для всієї родини.

Соціальні мережі залишаються потужним інструментом для формування іміджу ресторану. Активне використання Instagram дозволяє «Mirax» ділитися фото нових страв, анонсами подій та інтерактивним контентом, залучаючи як нових клієнтів, так і підтримуючи інтерес постійних відвідувачів. Особливу увагу приділяють відгукам клієнтів у соцмережах, адже вони стають джерелом ідей для вдосконалення обслуговування. Також проводяться онлайн-опитування, які сприяють створенню актуальних пропозицій.

Впровадження сучасних технологій «Mirax» не обмежується обслуговуванням у закладі – велика увага приділяється організації простору для зручності клієнтів. Наприклад, використання модульних меблів дозволяє гнучко адаптувати простір під різні формати заходів – від романтичних вечерів до масштабних святкувань. Крім того, застосування технологій освітлення допомагає створювати атмосферу, що відповідає настрою заходу.

Програма лояльності в «Mirax» є інструментом, який допомагає утримувати клієнтів та збільшувати їхню залученість. Клієнтам пропонуються спеціальні бонуси за часті відвідування чи участь у заходах закладу. Наприклад, можливість отримати безкоштовний десерт чи знижку на

наступний візит заохочує відвідувачів частіше повертатися. Окрім того, запровадження персоналізованих пропозицій через аналіз попередніх замовлень робить комунікацію із закладом більш індивідуальною.

Для досягнення балансу між традиційними підходами та сучасними технологіями в «Mirax» запроваджують змішані моделі обслуговування. Офіціанти активно використовують цифрові інструменти для пришвидшення процесів, однак зберігається акцент на особистій комунікації з клієнтами. Такий підхід дозволяє зберігати атмосферу гостинності, яка є важливою частиною ресторанного сервісу.

Таблиця 2.8

Інноваційні підходи в обслуговуванні клієнтів у «Mirax»

Технологія	Функція	Переваги
Електронні платформи для відгуків	Збір побажань і зауважень клієнтів	Оперативна адаптація сервісу, підвищення задоволеності
Інтерактивні екрани та QR-коди	Надання інформації про меню	Зменшення навантаження на персонал, підвищення поінформованості гостей
Соціальні мережі	Реклама, взаємодія з клієнтами	Формування іміджу, залучення нових клієнтів
Модульні меблі	Гнучке планування простору	Адаптація під різні заходи, створення комфортної атмосфери
Програма лояльності	Нагородження постійних клієнтів	Залучення та утримання клієнтів, індивідуальний підхід

Якість обслуговування клієнтів у ресторанному бізнесі залежить від багатьох чинників, одним із ключових з яких є правильний розподіл обов'язків між працівниками та їхня злагоджена командна робота. Для забезпечення високого рівня сервісу необхідно впроваджувати сучасні підходи до організації роботи персоналу, матеріально-технічного забезпечення та маркетингової діяльності. Особливу увагу слід приділити стандартизації процесів обслуговування, адаптації до сучасних вимог клієнтів та створенню конкурентоспроможного іміджу закладу. Виконання цих завдань сприятиме

підвищенню рівня задоволеності клієнтів, зростанню їхньої лояльності та покращенню загального сприйняття бренду ресторану.

З метою вдосконалення рівня готельно-ресторанного сервісу важливо звернути увагу на кілька ключових аспектів. По-перше, необхідно розробити фірмовий стиль закладу, включаючи використання унікального одягу для персоналу, візитних карток, фірмового посуду та інших атрибутів. Це підкреслює ідентичність закладу та формує позитивне враження у відвідувачів. По-друге, варто впроваджувати предмети гостинності разового вжитку, які відповідають сучасним вимогам гігієни та зручності. По-третє, професійна підготовка спеціалістів має стати пріоритетом, а періодичні тренінги допоможуть персоналу освоювати нові технології та вдосконалювати навички взаємодії з клієнтами.

Модернізація матеріально-технічної бази є наступним важливим кроком. Автоматизація систем управління, таких як прийом, розміщення та виїзд клієнтів, значно підвищує ефективність роботи закладу. Це також стосується вдосконалення системи розрахунків, включаючи впровадження оплати кредитними картками, що робить сервіс більш зручним для клієнтів. Крім того, важливим є розширення маркетингової діяльності, яке включає вивчення ринку туристичних послуг, удосконалення туристичного продукту та проведення рекламних кампаній. Комплексний підхід до маркетингу дозволить залучити нових клієнтів і підвищити впізнаваність бренду.

Покращення якості ресторанних послуг повинно базуватися на проведенні соціологічних та маркетингових досліджень. Анкетування відвідувачів дозволить визначити їхні зауваження та пропозиції щодо рівня обслуговування. На основі цих даних можна коригувати меню, змінювати підходи до організації сервісу та розробляти нові пропозиції для клієнтів. Водночас, рівень якості обслуговування можна оцінювати за кількістю

відвідувачів, асортиментом замовлених страв та рівнем задоволеності клієнтів. Такий підхід дозволяє комплексно оцінити ефективність роботи ресторану.

Управління якістю послуг у ресторані передбачає наявність чотирьох ключових систем. Перша система – підбір персоналу та його навчання. Це включає забезпечення необхідного рівня кваліфікації, вихованість, тактовність і ввічливість працівників. Персонал повинен мати навички ефективної комунікації, щоб передати концепцію послуг, які надаються. Особливу увагу слід приділити контролю за тим, наскільки швидко й ефективно працівники реагують на запити клієнтів. Постійне вдосконалення професійних навичок є невід'ємною частиною якісного обслуговування.

Друга система – підтримка та задоволення персоналу. Настрій працівників значною мірою впливає на рівень сервісу, тому внутрішній маркетинг і системи заохочення мають бути пріоритетними. Керівники повинні стежити за рівнем задоволеності працівників своєю працею та створювати умови для їхньої мотивації. Це може включати матеріальну підтримку, кар'єрний розвиток і формування позитивного корпоративного середовища. Задоволений персонал здатний забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів.

Третя система – контроль за якістю та стандартизація процесів обслуговування. Стандартизація дозволяє встановити чіткі критерії якості, але надмірна регламентація може знижувати гнучкість та інноваційність. Оптимальний підхід – це баланс між стандартизацією та адаптацією до змінних потреб клієнтів. Надання високоякісних послуг залежить від здатності персоналу швидко реагувати на нові запити та впроваджувати інноваційні рішення. Таким чином, стандарти повинні залишатися гнучкими.

Четверта система – контроль продуктивності праці. Ефективність роботи можна підвищити шляхом вдосконалення професійної підготовки персоналу, розширення спектру послуг, впровадження нових технологій та

мотивації клієнтів до самообслуговування. Наприклад, застосування шведської лінії в ресторані може підвищити продуктивність без втрати якості. Водночас, інновації та ресурсоощадні технології дозволяють зменшити витрати праці, залишаючи сервіс на високому рівні. Ці заходи сприяють збільшенню конкурентоспроможності ресторану та забезпеченню сталого розвитку бізнесу.

2.3. Вплив використання сучасних технологій на якість обслуговування клієнтів Mirax

Сучасні технології впливають на якість обслуговування клієнтів ресторану Mirax, головним чином через активне використання сторінки закладу в Instagram. Соціальні мережі стали важливим каналом комунікації, що дозволяє ресторану взаємодіяти зі своєю аудиторією в режимі реального часу. На сторінці Mirax регулярно публікуються фото страв, акційні пропозиції та анонси подій, що сприяє залученню клієнтів. Інтерактивність платформи дозволяє відвідувачам залишати коментарі, ділитися враженнями та взаємодіяти з брендом, що створює відчуття відкритості й довіри. Крім того, соціальна мережа слугує інструментом для оперативного інформування клієнтів про зміни в меню чи графіку роботи.

Instagram сторінка Mirax відіграє важливу роль у створенні емоційного зв'язку з клієнтами. Професійно зроблені фотографії страв та затишного інтер'єру допомагають закладу виділитися серед конкурентів і приваблюють нових відвідувачів. Унікальний контент, такий як відео з приготуванням страв або кулінарні поради від шеф-кухаря, додає автентичності і підвищує зацікавленість аудиторії. Залучення клієнтів через інтерактивні історії, опитування та конкурси також сприяє підвищенню лояльності. Клієнти

активно беруть участь у житті ресторану, що позитивно позначається на їхньому загальному досвіді взаємодії із закладом.

Завдяки Instagram Mirax вдалося значно покращити процес бронювання столів та комунікації з клієнтами. Використовуючи прямі повідомлення, клієнти можуть швидко отримати відповіді на свої запитання або забронювати стіл. Такий підхід значно спрощує взаємодію між закладом і відвідувачами, адже не потрібно телефонувати чи особисто приходити до ресторану. Крім того, можливість клієнтів залишати відгуки та тегати ресторан у своїх публікаціях забезпечує додаткову рекламу. Це створює органічний потік нових клієнтів, які зацікавлені у відвідуванні ресторану завдяки рекомендаціям інших.

Інтерактивність Instagram дозволяє Mirax краще зрозуміти вподобання своєї аудиторії. Аналізуючи лайки, коментарі та перегляди публікацій, ресторан може дізнаватися, які страви чи акції найбільше подобаються клієнтам. Це допомагає закладу адаптувати свою пропозицію та вдосконалювати обслуговування відповідно до потреб аудиторії. Крім того, зворотний зв'язок у вигляді коментарів чи опитувань допомагає ідентифікувати проблемні аспекти обслуговування та швидко реагувати на них. Такий підхід сприяє постійному покращенню сервісу та підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Instagram також допомагає ресторану Mirax залучати клієнтів через маркетингові кампанії. Регулярні публікації про спеціальні пропозиції, знижки чи святкові меню дозволяють тримати клієнтів у курсі подій. Крім того, використання конкурсів із розіграшами сертифікатів чи знижок стимулює активність аудиторії та сприяє залученню нових підписників. Такий підхід дозволяє не лише підвищити кількість клієнтів, але й створити позитивний імідж ресторану як сучасного та інтерактивного закладу. Взаємодія з

аудиторією через Instagram сприяє формуванню спільноти постійних клієнтів, які охоче рекомендують заклад своїм друзям.

Окрему увагу слід приділити візуальній складовій Instagram-сторінки Mirax, адже вона є ключовим фактором, який впливає на перше враження потенційних клієнтів. Гармонійний дизайн сторінки, професійні фото та відео створюють атмосферу гостинності та преміальності. Високоякісний контент не лише привертає увагу, а й формує уявлення про заклад як про місце, де дбають про деталі. Також публікації зі щирими відгуками гостей додають автентичності та викликають довіру в аудиторії. Усе це формує враження високого рівня обслуговування та сприяє залученню нових клієнтів.

Instagram-сторінка Mirax також є важливим інструментом для побудови іміджу ресторану як соціально відповідального закладу. Наприклад, публікації про екологічні ініціативи, благодійні акції чи підтримку місцевих виробників викликають у клієнтів повагу до бренду. Це допомагає ресторану встановлювати емоційний зв'язок із клієнтами, які цінують такі цінності. Крім того, подібні ініціативи створюють позитивне враження, яке впливає на вибір ресторану серед інших закладів. Таким чином, соціальна мережа стає не лише платформою для реклами, але й засобом формування стійкого іміджу ресторану.

Загалом, використання Instagram значно підвищує якість обслуговування клієнтів ресторану Mirax, сприяючи зручності, залученості та формуванню довіри. Це інструмент, який дозволяє ресторану залишатися на зв'язку зі своїми клієнтами, адаптуватися до їхніх потреб і забезпечувати постійне вдосконалення сервісу. Завдяки цьому Mirax не лише покращує досвід своїх відвідувачів, але й закріплює свою позицію як сучасного та клієнтоорієнтованого закладу. Соціальні мережі стають важливим елементом успішного розвитку ресторану в умовах сучасного ринку.

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ

3.1. Переваги та недоліки використання сучасних технологій у Mirax

Сучасні технології є важливим інструментом у розвитку ресторанного бізнесу, і ресторан «Mirax» активно використовує їх для покращення якості обслуговування. Однією з головних переваг є підвищення ефективності роботи закладу через автоматизацію процесів. Наприклад, впровадження електронних систем обробки замовлень дозволяє зменшити час очікування для клієнтів, а також мінімізувати помилки в обслуговуванні. Крім того, використання соціальних мереж, зокрема Instagram, допомагає підтримувати контакт із клієнтами, інформувати їх про спеціальні пропозиції та залучати нових відвідувачів. Такі інновації створюють конкурентні переваги для ресторану.

Серед переваг технологій у «Mirax» також слід відзначити можливість аналізу даних для покращення обслуговування. Використання спеціалізованих програм для збору й аналізу інформації про вподобання клієнтів допомагає створювати персоналізовані пропозиції. Це сприяє підвищенню задоволеності гостей і зміцнює їхню лояльність. Також інтеграція сучасних технологій дозволяє оптимізувати роботу персоналу, даючи змогу офіціантам більше уваги приділяти взаємодії з гостями, а не рутинним завданням. Такий підхід позитивно впливає на загальний досвід клієнтів у ресторані.

Однак впровадження технологій не позбавлене недоліків. Перш за все, значні фінансові витрати на придбання, впровадження та підтримку обладнання можуть стати викликом для ресторану. Крім того, використання нових технологій вимагає навчання персоналу, що також потребує часу та ресурсів. Деякі клієнти можуть негативно реагувати на автоматизацію,

віддаючи перевагу більш традиційному обслуговуванню. Таким чином, ресторану важливо враховувати баланс між технологічними інноваціями та збереженням традиційних методів обслуговування.

Ще одним викликом є залежність від технічної інфраструктури. У разі технічних несправностей або перебоїв у роботі систем можливе виникнення затримок в обслуговуванні, що негативно впливає на репутацію закладу. Також важливо дотримуватися вимог безпеки даних, оскільки використання електронних систем може бути пов'язане з ризиками витоку конфіденційної інформації клієнтів. Вирішення цих питань потребує додаткових зусиль і ресурсів з боку ресторану.

Попри певні недоліки, технології є потужним інструментом для покращення роботи ресторану «Mirax». Їхнє впровадження сприяє оптимізації процесів, підвищенню якості обслуговування та залученню нових клієнтів. Важливо забезпечити належний баланс між інноваціями та персоналізованим підходом до гостей, щоб зберегти їхню лояльність і задоволеність.

Таблиця 3.1

Переваги та недоліки використання технологій у «Mirax»

Переваги	Недоліки
Автоматизація процесів обслуговування	Високі фінансові витрати на впровадження та підтримку
Підвищення ефективності роботи персоналу	Потреба в навчанні персоналу
Використання даних для персоналізації обслуговування	Можливі негативні реакції клієнтів на автоматизацію
Оптимізація часу очікування клієнтів	Залежність від технічної інфраструктури
Розширення можливостей маркетингу через соціальні мережі	Ризики витоку даних і необхідність забезпечення кібербезпеки

Джерело: Розроблено автором самостійно

Інновації є важливим фактором успіху в сучасному бізнес-середовищі, зокрема в ресторанній індустрії, де конкуренція вимагає постійного вдосконалення. Впровадження нових технологій дозволяє закладам

оптимізувати внутрішні процеси, покращити взаємодію з клієнтами та створити унікальний досвід відвідування. Завдяки інноваціям, ресторани мають змогу адаптуватися до сучасних потреб споживачів, забезпечуючи їм швидке, зручне й персоналізоване обслуговування. Інноваційний підхід допомагає не лише підвищити якість послуг, але й формує конкурентні переваги, що є вирішальним для збереження позицій на ринку та залучення нових клієнтів. У результаті, інновації стають не лише засобом покращення роботи, але й стратегічним інструментом розвитку бізнесу.

Формулювання та реалізація інноваційної стратегії відіграють вирішальну роль в ефективному управлінні та вирішенні проблем, пов'язаних із плануванням та впровадженням інноваційних проектів. Цей цілісний підхід охоплює різні процеси, які включають передбачення змін в економічному ландшафті організацій, визначення та виконання комплексних рішень, які гарантують їх довголіття та стійке зростання на основі визначених факторів, які сприяють майбутньому успіху.

В Додатку Д представлені складові інноваційного потенціалу підприємства «Mirax». Всі складові інноваційного потенціалу є взаємозалежними, дозволяють підняти рівень продаж, збільшити прибуток, створити вільні грошові потоки, які необхідні для здійснення подальших циклів інвестицій в матеріальні, інтелектуальні, ринкові, інфраструктурні та людські активи. Завдяки накопиченню капіталу формуються нові можливості компанії і стабільні моделі розвитку бізнесу.

На інноваційний розвиток ресторану впливають різноманітні чинники, які можна розділити на зовнішні та внутрішні. Ці фактори включають нові вимоги ринку, конкурентів, постачальників, товари-замінники, національне інноваційне середовище, а також потенціал організації та цілі інноваційної політики. Як теоретичні, так і прикладні дослідження свідчать про вплив цих факторів на кожен складову інноваційного розвитку.

Водночас існує сильна кореляція між складовими та ймовірними напрямками, а також очікуваними результатами інноваційного розвитку організації. Це з'єднання зображено на рис. 3.1.

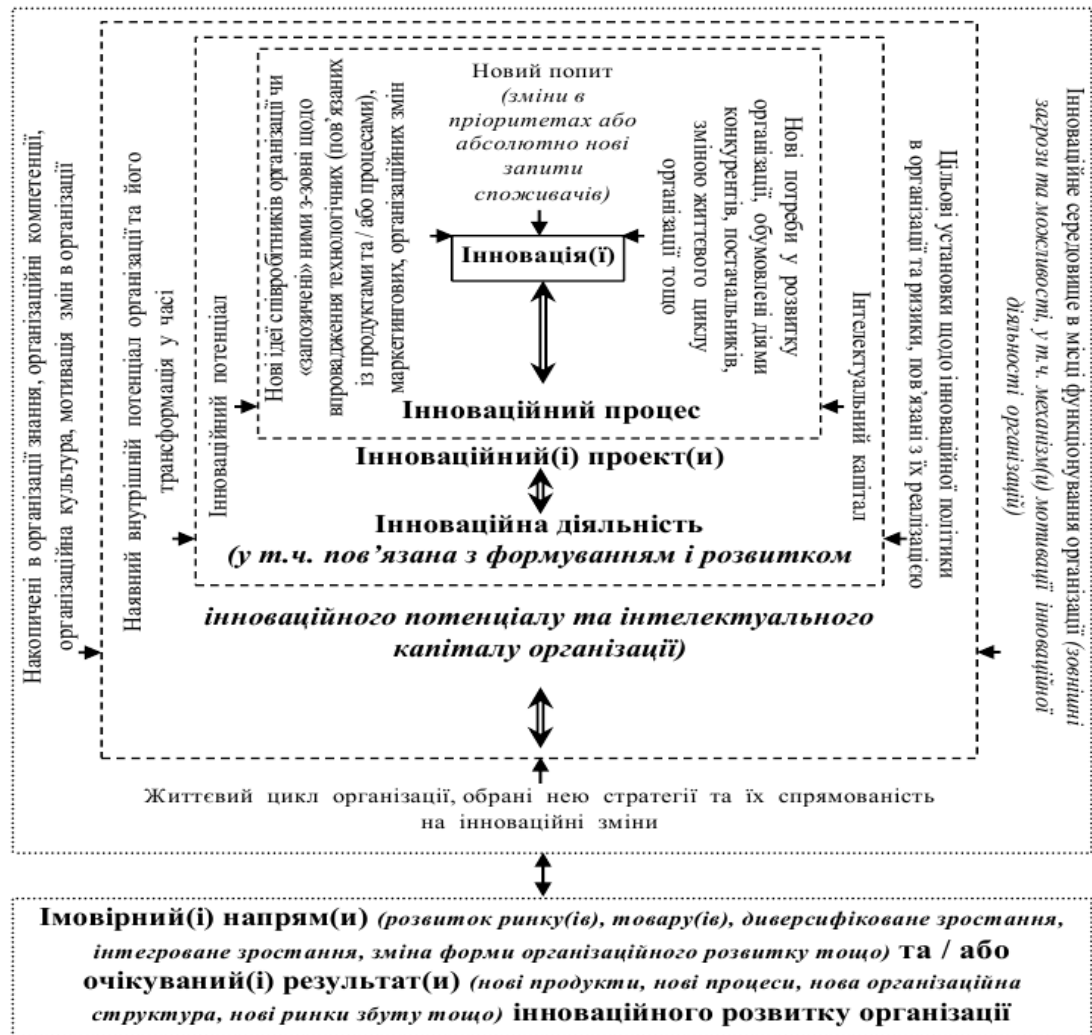


Рисунок 3.1 Складові інноваційного розвитку організації та основні чинники впливу на них

Джерело: Розроблено автором на основі [Error! Reference source not found.].

Це включає реалізацію інноваційних стратегій, встановлення інноваційних цілей та досягнення інноваційних результатів у виробничій

діяльності, таких як створення нових товарів, послуг, підвищення ефективності, підвищення конкурентоспроможності тощо. Усі ці аспекти включені в тактичні та стратегічні плани організації. Крім того, організація використовує інноваційні засоби для досягнення цих цілей, які можуть включати впровадження нового обладнання, технології, а також реорганізацію та мотивацію робочих і виробничих процесів. Вкрай важливо, щоб організація мала здатність відтворювати свою інноваційну спрямованість у добре збалансований спосіб. Це вимагає від системи менеджменту наявності необхідних організаційних і управлінських навичок, ресурсів і мотиваційних факторів. Крім того, організація використовує спеціальні методи дослідження ринку, щоб отримати цінну інформацію. У міру розвитку інновацій відбувається значне зростання обсягу інформації, яка постійно накопичується. Це вимагає глибшого рівня прогнозування, яке враховує численні змінні.

Інноваційні технології є важливим інструментом для підвищення ефективності роботи ресторану, покращення якості обслуговування клієнтів і забезпечення конкурентоспроможності. У випадку ресторану «Батьківська хата» впровадження новітніх технологій може охоплювати як виробничі процеси, так і комунікацію з клієнтами та організацію обслуговування. З огляду на специфіку закладу, орієнтованого на автентичну українську кухню та особливу атмосферу, основний акцент робиться на поєднанні традицій з сучасними технологіями.

Першочерговою пропозицією є впровадження автоматизованих систем обслуговування клієнтів. Зокрема, йдеться про встановлення електронних меню на столах у вигляді планшетів, які дозволяють гостям самостійно обирати страви, переглядати їх опис і фото, а також здійснювати замовлення. Такий підхід не тільки прискорює обслуговування, а й знижує ризик помилок, пов'язаних із людським фактором. Крім того, інтеграція електронного меню з

системою автоматизації дозволяє отримувати аналітику щодо популярності страв, що сприятиме ефективнішому плануванню меню.

Ще одним важливим кроком є модернізація кухонного обладнання. Рекомендується впровадження енергоефективних приладів, таких як багатофункціональні печі, вакуумні машини для су-від і системи збереження тепла. Це дозволить оптимізувати виробничі процеси, скоротити витрати енергії та забезпечити стабільно високу якість страв. У поєднанні з цим можна розглянути впровадження інтелектуальних систем контролю за станом обладнання, які вчасно сповіщатимуть про необхідність технічного обслуговування або ремонту.

Для розширення аудиторії клієнтів доцільно розробити мобільний додаток для ресторану. У ньому можна інтегрувати функціонал онлайн-замовлення, бронювання столиків і доставки страв. Особливу увагу варто приділити можливості персоналізації: збереження улюблених замовлень клієнтів, пропозиції на основі їхніх вподобань і повідомлення про акції або спеціальні події. Це сприятиме підвищенню лояльності клієнтів і залученню нових відвідувачів.

Враховуючи сучасні тенденції, важливо інтегрувати екологічні інновації. Зокрема, пропонується перейти на використання біорозкладного пакування для доставки їжі. Це не тільки відповідає вимогам екологічності, але й підсилює імідж ресторану як соціально відповідального бізнесу. Крім того, можна впровадити систему сортування відходів і співпрацювати з партнерами для переробки харчових залишків у біогаз чи компост.

Інновації також можуть стосуватися організації простору закладу. Наприклад, варто створити інтерактивні зони для гостей, де вони можуть брати участь у майстер-класах з приготування українських страв. Такі зони дозволять поєднати гастрономічний досвід із культурним і залучити нових клієнтів, особливо серед туристів. Також можна створити інтерактивний стенд

або куточок з інформацією про історію української кухні, що підкреслить унікальність ресторану.

Окремо варто розглянути впровадження сучасних систем управління персоналом. Наприклад, використання хмарних платформ для розподілу змін, аналізу продуктивності працівників і планування навчальних заходів. Це допоможе підвищити ефективність роботи персоналу, знизити рівень плинності кадрів і забезпечити краще управління закладом.

Таблиця 3.2

**Пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій у
ресторані «Mirax»**

Напрямок впровадження	Пропозиція	Очікуваний результат
Автоматизація обслуговування	Електронні меню на столах	Скорочення часу обслуговування, зниження помилок
Модернізація кухонного обладнання	Впровадження енергоефективних приладів	Зниження витрат енергії, підвищення якості страв
Мобільний додаток	Розробка додатка з функціями замовлення, бронювання, персоналізації	Підвищення лояльності клієнтів, розширення аудиторії
Екологічні ініціативи	Біорозкладне пакування, сортування відходів	Поліпшення іміджу, дотримання екологічних стандартів
Інтерактивні зони	Майстер-класи з приготування страв, інтерактивні стенди	Залучення туристів, розширення клієнтського досвіду
Управління персоналом	Використання хмарних платформ для організації роботи	Підвищення ефективності управління, зниження плинності кадрів

Джерело: Розроблено автором самостійно

Впровадження запропонованих інновацій дозволить ресторану «Mirax» зміцнити свої позиції на ринку, підвищити задоволеність клієнтів і забезпечити довгострокову конкурентоспроможність.

Підприємство, яке приділяє значну увагу інноваціям, використовує особливий підхід до сприяння інноваційному розвитку. Цей підхід передбачає встановлення інноваційних процесів і систему управління, яка ефективно контролює ці процеси на підприємстві. Обрана модель інноваційного розвитку є основою майбутньої економічної стратегії підприємства та відіграє вирішальну роль у формуванні загальної корпоративної стратегії. У деяких випадках модель інноваційного розвитку підприємства передбачає її інтеграцію в структуру та систему управління організації, що забезпечує безперебійне впровадження в її господарську діяльність. Важливо розглядати

модель інноваційного розвитку як словесну чи візуальну репрезентацію підходів, які використовуються в організації та управлінні інноваційним процесом на підприємстві. Ця модель охоплює різні елементи, такі як мотивація, рушійні сили, джерела, методи, інструменти, організаційні структури, методи управління та фінансові механізми, які всі сприяють створенню та комерціалізації інновацій. Ці різні моделі інноваційного розвитку надають підприємствам комплексну структуру для стимулювання та підтримки інновацій. Прийнявши відповідну модель або комбінацію моделей, підприємства можуть ефективно орієнтуватися в складнощах інноваційного процесу та залишатися конкурентоспроможними в сучасному динамічному бізнес-ландшафті.

Щоб узагальнити різні моделі інновацій, можна зробити висновок, що інноваційна діяльність сучасного підприємства повинна обертатися навколо активного пошуку широкого спектру можливостей для підвищення свого інноваційного потенціалу. Цього можна досягти шляхом впровадження системного та комплексного комплексу методів та організаційних механізмів управління, які відповідають стратегічним цілям інноваційного розвитку. Ці стратегії включають використання внутрішніх можливостей, дослідження зовнішніх ринкових середовищ для потенційних джерел інновацій, участь у партнерстві для співпраці та використання можливостей, що відкриваються інноваційними інфраструктурами ринку. Завдяки постійному моніторингу як внутрішніх факторів, так і зовнішнього середовища, підприємства можуть встановлювати чіткі цілі інноваційного розвитку, визначати завдання досліджень і розробок, а також розвивати відносини співпраці та інтеграційні зусилля. Ці дії зрештою допомагають мінімізувати витрати та часові обмеження, а також сприяють поєднанню унікальних ресурсів, особливо в міжнародному масштабі. Тому для підприємств у сучасному сучасному

контексті дуже вигідно прийняти комплексну та інтегровану модель інноваційного розвитку.

3.2. Аналізування опитування клієнтів щодо якості обслуговування в ресторані

Аналізування опитування клієнтів щодо якості обслуговування в ресторані проводилося з метою визначення сильних і слабких сторін сервісу, а також пошуку шляхів для покращення обслуговування. Усього було опитано 150 клієнтів ресторану, які оцінили якість обслуговування за кількома ключовими параметрами. Результати опитування представлені нижче.

Таблиця 3.3

Загальна задоволеність сервісом

Рівень задоволеності	Кількість клієнтів	Відсоток
Дуже задоволені	45	30%
Задоволені	75	50%
Нейтральні	20	13.3%
Незадоволені	10	6.7%

Більшість клієнтів (80%) залишилися задоволеними або дуже задоволеними якістю обслуговування. Однак 20% висловили нейтральну або негативну думку, що свідчить про потребу вдосконалення деяких аспектів сервісу.

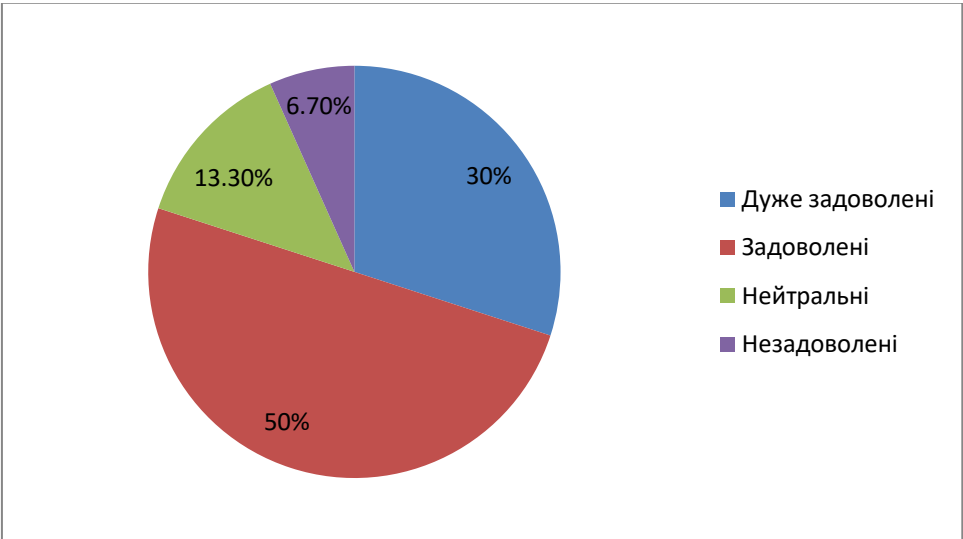


Рис. 3.2 Оцінка рівня задоволеності обслуговуванням

Таблиця 3.4

Оцінка швидкості обслуговування

Швидкість обслуговування	Кількість клієнтів	Відсоток
Дуже швидко	40	26.7%
Швидко	80	53.3%
Задовільно	20	13.3%
Повільно	10	6.7%

79% клієнтів оцінили швидкість обслуговування як високу або задовільну. Тим не менш, 6.7% зазначили, що час очікування був надто довгим, що потребує покращення комунікації між персоналом і кухнею.

Таблиця 3.5

Якість обслуговування офіціантами

Оцінка	Кількість клієнтів	Відсоток
Дуже професійні	50	33.3%
Професійні	70	46.7%
Задовільні	20	13.3%
Непрофесійні	10	6.7%

Більшість клієнтів (80%) вважають офіціантів професійними. Однак 20% клієнтів зазначили, що рівень обслуговування був недостатньо високим, що вказує на необхідність додаткових тренінгів для персоналу.

Таблиця 3.6

Оцінка комфорту та атмосфери

Оцінка комфорту	Кількість клієнтів	Відсоток
Дуже комфортно	60	40%
Комфортно	70	46.7%
Задовільно	15	10%
Незручно	5	3.3%

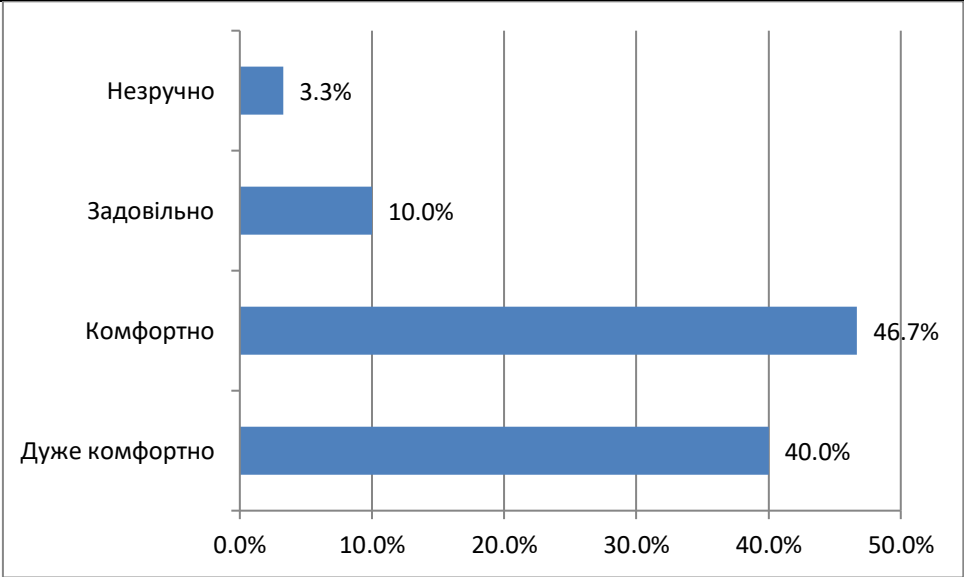


Рис. 3.3 Оцінка комфортності перебування в ресторані

Клієнти оцінили атмосферу ресторану переважно позитивно (86.7% задоволені). Лише 3.3% опитаних висловили незадоволення комфортом, що свідчить про високий рівень організації простору.

Серед основних пропозицій, які висловлювали клієнти, були такі:

- Скорочення часу очікування замовлення (20%);

- Розширення меню з урахуванням сучасних тенденцій у харчуванні, таких як вегетаріанські або безглютенові страви (15%);
- Підвищення рівня професійної підготовки офіціантів (10%);
- Впровадження інтерактивних елементів, таких як фотозони чи розважальні програми для дітей (8%).

Результати опитування свідчать про загалом високий рівень якості обслуговування в ресторані. Однак є кілька напрямів, які потребують вдосконалення:

- Організація додаткових тренінгів для офіціантів, спрямованих на покращення комунікаційних навичок і швидкості обслуговування.
- Впровадження нових технологій для автоматизації процесу замовлення та комунікації між персоналом і кухнею.
- Розширення меню з урахуванням потреб сучасних клієнтів, зокрема вегетаріанських і дієтичних страв.
- Створення інтерактивних зон для покращення вражень клієнтів, особливо для сімей із дітьми.

Запровадження цих заходів дозволить ресторану підвищити рівень задоволеності клієнтів та зміцнити свою репутацію на ринку.

3.3. Рекомендації щодо подальшого розвитку технологічної складової в ресторані Mirax

Ресторан «Mirax» має значний потенціал для покращення процесу обслуговування клієнтів за рахунок технологічних інновацій. Це дозволить забезпечити максимальний комфорт гостей, зменшити навантаження на персонал і підвищити загальну якість сервісу. Розглянемо основні напрями

вдосконалення, які можуть позитивно вплинути на якість обслуговування в ресторані.

Одним із найефективніших шляхів вдосконалення є активне використання сучасних технологій для автоматизації процесу замовлення та комунікації між персоналом. У ресторані «Mirax» доцільно впровадити спеціалізовані програми для обліку замовлень та інвентарю. Це дозволить офіціантам і кухарям оперативно обмінюватись інформацією про замовлення, що готуються, та страви, які необхідно швидко подати гостям. Встановлення планшетів для замовлень на деяких столах або використання мобільних додатків для зв'язку з офіціантами сприятиме скороченню часу очікування замовлення і підвищенню загальної ефективності роботи. Такі технології допоможуть уникнути затримок у роботі та забезпечити швидкий зворотний зв'язок із гостями.

Ефективна комунікація між кухнею та офіціантами – ключовий аспект успішної організації бенкетів. У ресторані «Mirax» впровадження системи зв'язку між кухонним та обслуговуючим персоналом дозволить уникнути помилок і затримок у подачі страв. Завдяки цьому офіціанти зможуть швидко реагувати на зміну замовлень чи інші потреби гостей. Така система сприяє створенню чітко організованого процесу обслуговування, який забезпечує високий рівень сервісу навіть за умов великої кількості гостей на заході. Це дозволить створити гармонійний баланс між швидкістю подачі страв та якістю обслуговування.

Організація простору в ресторані «Mirax» є важливим аспектом для забезпечення комфорту гостей під час бенкету. Доцільно використовувати індивідуальний підхід до розташування столів, враховуючи особливості заходу, кількість гостей та формат бенкету. Наприклад, зонування простору для різних груп гостей або створення спеціальних зон для часткового самообслуговування дозволить уникнути скупчення людей та підвищить

комфорт відвідувачів. Використання мобільних або розсувних столів сприятиме гнучкому адаптуванню простору до конкретних потреб заходу, створюючи зручну атмосферу для гостей.

Меню ресторану «Mirax» також потребує адаптації для забезпечення зручності подачі та відповідності сучасним потребам гостей. Введення страв, які легко ділити на порції, може значно полегшити процес обслуговування та зменшити навантаження на офіціантів. Важливо врахувати сучасні тенденції у харчуванні, зокрема включення в меню вегетаріанських або безглютенових страв. Додатково можна запровадити меню для часткового самообслуговування, де гості самостійно обирають страви, що надасть їм більше свободи вибору та забезпечить різноманітність у форматі обслуговування.

Високий рівень обслуговування під час бенкетів залежить від професійної підготовки офіціантів. Регулярне проведення тренінгів, спрямованих на покращення комунікаційних навичок і адаптацію до специфіки часткового обслуговування, дозволить персоналу краще взаємодіяти з гостями. Навчальні програми можуть включати як загальні аспекти сервісу, так і практичні знання щодо роботи під час масштабних заходів. Завдяки цьому персонал буде готовий оперативно реагувати на потреби гостей, забезпечуючи їм комфорт та високий рівень сервісу.

Інтерактивність – важливий чинник створення позитивних вражень у гостей. У ресторані «Mirax» можна впровадити різноманітні інтерактивні елементи, такі як фотозони або спеціальні розважальні програми. Це сприятиме створенню унікальної атмосфери та підвищенню рівня задоволеності клієнтів. Інтерактивні зони можуть бути особливо корисними для сімей із дітьми, дозволяючи батькам насолоджуватися заходом, поки діти розважаються. Такі елементи додають святковості та роблять перебування гостей у закладі незабутнім.

Програма лояльності – ефективний інструмент для залучення клієнтів у ресторан «Mirax». Наприклад, надання знижок або бонусів постійним клієнтам за повторні замовлення бенкетів може стимулювати збільшення кількості заходів у закладі. Програма може також включати спеціальні пропозиції для клієнтів, які організовують масштабні заходи, наприклад дегустаційні сети або безкоштовні додаткові послуги. Це сприятиме формуванню лояльності клієнтів і підвищенню їхньої прихильності до ресторану.

Отримання зворотного зв'язку від гостей – важливий етап у покращенні якості обслуговування. Ресторан «Mirax» може впровадити регулярні опитування клієнтів щодо рівня сервісу під час бенкетів. Залучення клієнтів до процесу вдосконалення сервісу дозволяє виявити сильні та слабкі сторони обслуговування. Це допоможе не лише врахувати побажання гостей, але й адаптувати послуги відповідно до їхніх потреб. Постійний аналіз зворотного зв'язку стане основою для сталого вдосконалення сервісу в ресторані.

Таким чином, впровадження зазначених удосконалень сприятиме створенню ефективної системи організації обслуговування клієнтів у ресторані «Mirax», що відповідатиме сучасним стандартам якості обслуговування та задовольнятиме потреби клієнтів.

РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

Охорона праці є системою заходів та правил, спрямованих на запобігання нещасним випадкам на робочому місці, професійним захворюванням та забезпечення безпеки та здоров'я працівників. Вона орієнтована на створення безпечних і здорових умов праці.

Приміщення закладу ресторанного господарства розміщені на 1-му поверсі. Складські, підсобні та технічні приміщення розташовані в цокольному поверсі, мають відокремлений зв'язок із будівлею ресторану через службовий вантажний ліфт, що забезпечує розмежування потоків обслуговуючого персоналу, гостей і відвідувачів блоків громадського призначення, які працюють у м. Тернопіль, де розміщується ресторан.

У приміщеннях ресторану дотримуються гігієнічних нормативів щодо вентиляції, кондиціонування та прибирання, а також розташування меблів, обладнання та деталей інтер'єру.

Для харчування персоналу передбачений буфет для персоналу з розрахунку одночасної мінімальної посадки 50 % найбільшої зміни.

В таблиці 4.1. наведено площі та об'єми приміщень, на одне робоче місце.

Таблиця 4.1

Площа та об'єм приміщень на одне робоче місце

Приміщення	Чисельність працівників зміни	На одного працівника	
		Площа, м ²	Об'єм, м ³
Доготівельний цех	4	5,0	16,5
Холодний цех	3	5,7	18,8
Гарячий цех	4	6,5	21,5
Торговельна зала	12	30,0	99,0
Мийна тари	2	4,5	14,9
Мийна столового посуду	2	8,0	26,4
Мийна кухонного посуду	2	4,5	14,9
Адміністративні приміщення	5	4,0	13,2

Таблиця 4.2

Заходи і засоби захисту працівників у приміщеннях ресторану

Приміщення	Речовина	Клас небезпеки	Заходи і засоби захисту працівників
Гарячий цех	Акролеїн	2	Витяжна вентиляція
Гарячий цех, мийні столового та кухонного посуду, тари, комора	Окис вуглецю	4	Витяжна вентиляція, регулярне прибирання
Комора сухих продуктів	Пил борошна	4	Витяжна вентиляція, регулярне прибирання
Комора сухих продуктів	Пил цукру	4	Витяжна вентиляція, регулярне прибирання
Мийні столового та кухонного посуду, тари, комора	Пари синтетичних мийних засобів	3	Витяжна вентиляція, регулярне прибирання
Загальнодоступні приміщення	Пари, аерозолі синтетичних мийних засобів	3	Витяжна вентиляція, регулярне прибирання
Підсобні приміщення, санітарні приміщення закладу ресторанного господарства	Пари дезінфекційних засобів	3	Витяжна вентиляція, регулярне прибирання
Білизняна	Пил бавовняний лляний, вовняний або інший	4	Витяжна вентиляція, регулярне прибирання

Параметри мікроклімату та освітлення для виробничих приміщень, які дотримуються в ресторані «Mirax», наведено в таблицях 4.3. та 4.4. відповідно.

Таблиця 4.3

Параметри мікроклімату виробничих приміщень

Виробничі приміщення	Холодний період			Теплий період		
	Тем-ра, °C	Відносна вологість, %	Швидкість руху, м/с	Тем-ра, °C	Відносна вологість, %	Швидкість руху, м/с
Доготівельний цех	17-19	75	0,2	20-22	70	0,3
Гарячий/холодний цех	19-21	75	0,2	23-25	70	0,3
Мийна кухонного посуду	17-19	75	0,2	20-22	70	0,3
Мийна столового посуду	17-19	75	0,2	20-22	70	0,3

Роздавальна	17-19	75	0,2	20-22	70	0,3
Кабінет генерального директора	21-23	75	0,1	22-24	60	0,2
Адміністрація	21-23	75	0,1	22-24	60	0,2

Таблиця 4.4

Показники освітлення

Виробничі приміщення	Системи освітлення	Норми освітлення	
		Штучне, лк	Природне (коеф.), %
Гарячий/холодний цех	Комбіноване	300	0,9
Доготівельний цех	Комбіноване	300	0,9
Мийна кухонного посуду	Штучне, загальне	200	-
Мийна столового посуду	Штучне, загальне	200	-
Роздавальна	Штучне, загальне	300	-
Кабінет директора	Комбіноване	300	0,9
Адміністрація	Комбіноване	300	0,9

Джерелами шуму та вібрації вважається виробниче обладнання безпосередньо у цехах виробництва (кухонні машини, печі, міксери, овочерізки, м'ясорубки, холодильні шафи, мікрохвильові печі, тощо), а також обладнання охолоджувальних комор. Проте використання сучасних технічних рішень, сучасної техніки дозволяє отримати рівні шуму та вібрацій в межах допустимих. Тому розроблення окремих засобів захисту не є потрібним.

Теплове устаткування кухні ресторану є економічним та безпечним для персоналу, тому додаткових засобів захисту, окрім використання рукавичок та фартухів, не передбачено.

У будівлях і спорудах ресторану на випадок пожежі буде передбачена і забезпечена евакуація людей з приміщень, що горять, через запасні евакуаційні виходи.

Рішення про включення системи оповіщення людей про пожежу й евакуацію приймає черговий по ресторану. Евакуація гостей здійснюється відповідно до наявних планів евакуації, а персоналу ресторану – відповідно до спеціальних пам'яток, що наявні у всіх відділах, службах і підрозділах. Евакуаційне освітлення і світлові покажчики напрямку евакуації мають бути включені постійно, цілодобово.

ВИСНОВКИ

В роботі було поставлено і виконано наступні завдання:

1. Досліджено поняття якості обслуговування у ресторанах. Якість обслуговування є багатовимірним поняттям, яке включає швидкість, професійність персоналу, комфорт і задоволення очікувань клієнтів. У ресторанному бізнесі це поняття є ключовим фактором для формування лояльності відвідувачів та підвищення конкурентоспроможності закладу. Дослідження показало, що важливо враховувати як об'єктивні аспекти якості, такі як швидкість подачі страв, так і суб'єктивні, включаючи емоційне враження клієнтів. Таким чином, якісне обслуговування в ресторані створює базу для сталого розвитку та залучення нових клієнтів.

2. Проаналізовано основні технологічні інновації в сфері ресторанного бізнесу. Аналіз технологічних інновацій показав, що автоматизація процесів, використання інтерактивних технологій і соціальних мереж є найбільш перспективними напрямками. Зокрема, електронні системи для замовлень, QR-коди для меню та аналітика даних дозволяють покращити взаємодію з клієнтами та оптимізувати роботу персоналу. Впровадження таких технологій значно знижує навантаження на працівників і підвищує ефективність. Важливо також зазначити, що соціальні мережі стають інструментом не лише для маркетингу, але й для збору зворотного зв'язку, що допомагає адаптувати послуги до потреб гостей.

3. Визначено вплив сучасних технологій на досвід споживача. Сучасні технології позитивно впливають на досвід споживача, створюючи комфорт і забезпечуючи зручність. Інтерактивні меню, програми лояльності та автоматизація процесів обслуговування дозволяють клієнтам швидше отримувати послуги та відчувати персоналізований підхід. Аналіз показав, що інтерактивні елементи, такі як фотозони чи дитячі зони розваг, сприяють

створенню емоційного зв'язку з клієнтами. Завдяки технологіям ресторани мають змогу пропонувати більш якісний сервіс, адаптований до сучасних запитів відвідувачів.

4. Надано загальну характеристику ресторану Mirax. Ресторан «Mirax» характеризується як сучасний заклад, орієнтований на високий рівень обслуговування та комфорт клієнтів. Заклад активно впроваджує нові технології для покращення сервісу, включаючи електронні платформи для збору відгуків і інтерактивні рішення для презентації меню. Окрім того, увага приділяється організації простору, що забезпечує гнучкість у проведенні заходів різного формату. Використання соціальних мереж дозволяє ресторану підтримувати зв'язок із клієнтами та зміцнювати свою репутацію на ринку.

5. Проаналізовано технології обслуговування клієнтів в ресторані Mirax. У ресторані «Mirax» активно використовуються інтерактивні рішення, такі як QR-коди для меню, інтерактивні екрани та соціальні мережі для комунікації з клієнтами. Основна увага приділяється персоналізації сервісу через аналіз зібраних даних і впровадження програм лояльності. Це допомагає оптимізувати роботу персоналу та забезпечувати комфортне перебування гостей. Також впроваджено гнучкі підходи до організації простору, що дозволяє проводити заходи різного формату.

6. Оцінено вплив використання сучасних технологій на якість обслуговування клієнтів Mirax. Використання сучасних технологій значно підвищує якість обслуговування в «Mirax». Завдяки автоматизації замовлень і швидкому збору відгуків, персонал закладу може оперативно реагувати на потреби клієнтів. Інтерактивні рішення забезпечують зручність у взаємодії з меню та прискорюють процес обслуговування. Однак технології також вимагають постійного контролю за їхньою роботою, щоб уникнути технічних проблем і забезпечити безперебійний сервіс.

7. Окреслено переваги та недоліки використання сучасних технологій у Mirax. Серед основних переваг технологій у «Mirax» – зручність для клієнтів, оптимізація роботи персоналу та збільшення задоволеності гостей. До недоліків можна віднести високі витрати на впровадження та підтримку технологій, а також потребу в постійному навчанні персоналу. Крім того, залежність від технічної інфраструктури може створювати ризики у разі збоїв. Попри це, впровадження інновацій є ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності ресторану.

8. Здійснено аналізування опитування клієнтів щодо якості обслуговування в ресторані. Аналіз опитування клієнтів показав високий рівень задоволеності якістю обслуговування в ресторані «Mirax». Основні сильні сторони – привітність персоналу, комфорт простору та зручність замовлення. Водночас клієнти відзначили потребу у скороченні часу очікування та розширенні асортименту меню. Отримані результати допомогли визначити напрямки для вдосконалення, що дозволить підвищити якість обслуговування.

9. Сформовано рекомендації щодо подальшого розвитку технологічної складової в ресторані Mirax. Для подальшого розвитку технологічної складової ресторану «Mirax» рекомендується розширити функціонал інтерактивних платформ, включаючи можливості для бронювання столів та інформування про спеціальні пропозиції. Також варто впровадити системи аналітики для прогнозування попиту на страви та оптимізації меню. Додаткову увагу слід приділити створенню інтерактивних зон для гостей різного віку. Впровадження нових рішень допоможе ресторану зміцнити свої позиції на ринку та залучити нових клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акулов М. Г., Драбаніч А. В., Євась Т. В. та ін. Економіка праці і соціально трудові відносини. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 328 с.
2. Алексеєнко В.І. Вплив продуктивності персоналу на ефективність роботи підприємства. URL: http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_1/Alekseenko.pdf (дата звернення 29.09.2024)
3. Андреева Т. Є., Терещенко Д.А., Величко В.А. Мотиваційний механізм як засіб підвищення ефективності праці в банківській сфері. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. № 42. 2013. С. 259-263.
4. Архіпов В. В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані : навчальний посібник. К. : Фірма «ІЙКОС», Центр навчальної літератури, 2007. 382 с.
5. Архіпов В.В., Русавська А. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.]. К. : Центр учбової літератури, 2009. 342 с.
6. Бабік Ю. Позитивний імідж підприємства як фактор підвищення конкурентоспроможності. *Сучасні проблеми розвитку підприємств харчової промисловості: теорія та практика : програма і матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених і студентів, 13–14 листопада 2014 р. К.: НУХТ, 2014. С.122-123.*
7. Баксалова О.М. Формування ефективної системи мотивації праці на підприємстві в кризових умовах господарювання. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 6, Т. 3. С. 194-197.

8. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури. 2011. 468 с.
9. Бевз О.М. Проектування програмних засобів систем управління / О.М. Бевз, В.М. Папінов, Ю.А. Скидан. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://posibnyky.vntu.edu.ua/bevz/>
10. Безрукова Н.В., Свічкарь В.А. Особливості бренд-менеджменту в транснаціональних корпораціях. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*, 2014. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2748> (дата звернення 15.11.2024)
11. Безугла Л.С. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
12. Бичковська Л. Корпоративна соціальна відповідальність: отримати перепустку до добропорядного товариства. Житомир інфо. 17.03.2011. URL: http://www.zhitomir.info/news_82058.html (дата звернення 29.09.2024)
13. Біліченко О.С. Класичні і сучасні моделі мотивації трудової діяльності. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2012. № 4. С. 119-125.
14. Богацька Н. М. Мотивація як основний чинник підвищення ефективності праці на підприємстві *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 3. С. 210-214.
15. Богиня Д., Шевченко А. Ефективність праці в ринковій економіці. *Україна: аспекти праці*. 2018. №4. С. 3–6.
16. Богиня Д.П., Грішнова О.А. Основи економіки праці: навч. посіб. 5-те вид. К.: Знання-Прес, 2016. 222 с.
17. Богун Л.Ю., Розумей С.Б. Класифікація інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. № 1. С. 79-82.

18. Бондаревська К. В., Товмашенко Т. О. Стимулювання персоналу : зарубіжний досвід та вітчизняні реалії. *«Молодий вчений»*. № 3 (18). березень, 2015 р. С. 26-31.
19. Бондаренко І. В., Дубницький В.І. Сучасний маркетинг. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток Лтд», 2011. 326 с.
20. Андрушків Б. М., Мельник Л. М., Малюта Л. Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навч. посіб. Тернопіль : ТНТУ, 2010.
21. Борщ В., Кліменко В. Управління брендом сучасної організації як чинник її конкурентоспроможності. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 4. С.10-13.
22. Бузецький І.Г. Засади формування та ефективного використання персоналу машинобудівного підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2010. № 6, Т.2. С. 91-96.
23. Васильченко Л. С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48–2. С. 27–30.
24. Васильченко Л.С. Розвиток інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства: принципи та фактори. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2019. № 6.1-1 (56). С. 143-147.
25. Вовк І. Класифікація ресурсів підприємства. Сучасні підходи. Соціально-економічні проблеми і держава: електронне наукове фахове видання. 2011. Вип. 1 (4). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11vippsp.pdf>
26. Вечеря С. В. Удосконалення методики оцінки мотиваційного механізму сільськогосподарського підприємства. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4431> (дата звернення 29.09.2024)

27. Виноградський М. Л., Виноградська А.М., Шкапова О.М. Організація праці менеджера : навч. посібн. для студ. екон. вузів. К. : Кондор, 2022. 518 с.
28. Власенко Т.А. Обґрунтування комплексу заходів з підвищення ефективності менеджменту персоналу. *Проблеми науки*. 2011. №2. С.33-39.
29. Волинець В.В. Засоби переконання та стимулювання (заохочення) у забезпеченні зобов'язань за трудовим договором. *Форум права*. 2016. № 1. С. 92-98
30. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами : філософські засади: навч. посібник. Київ, 2016. 212 с.
31. Воронюк Т.А. Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства : автореферат дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Одеса, 2019. 26 с.
32. Гавкалова Н.А., Криворучко А.С. Дослідження впливу витрат на персонал на ефективність діяльності підприємства. *Інвестиції : практика та досвід*. 2011. №21. С. 18-20.
33. Малюта Л. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства. Соціально-економічні проблеми і держава. 2011. Вип. 1 (4). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11mlyrpp.pdf>
34. Галасюк С.С., Реус Н.М. Виявлення особливостей організації обслуговування в кафе. *Механізми економічного зростання і конкурентоспроможності національного господарства: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 08.12.2018 р.)*. У 2-х частинах. К.: ГО «Київський економічний науковий центр», 2018. Ч. 1. С. 57-62.
35. Галасюк С.С., Реус Н.М. Сучасні тренди розвитку кафе в Україні. *Science, Research, Development № 11: Zbiór artykułów naukowych z Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej zorganizowanej dla pracowników*

naukowych uczelni, jednostek naukowo-badawczych oraz badawczych (29.11.2018, Rotterdam, Netherlands). Warszawa, Sp.z.o.o. «Diamond trading tour», 2018. С. 45-48.

36. Гарматюк О. В., Автомеєнко А.А. Маркетингова політика комунікацій у фармації. *Науковий журнал «Економічні горизонти»*. 2017. № 1(2). С. 35-41.

37. Гевко О. Етапи розроблення стратегії брендингу. *Галицький економічний вісник*. 2011. № 1 (30). С. 185—197.

38. Голубкова Е.Н. Інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу. К. : Літера, 2013. 130 с.

39. Григорець Л.Р., Гончаренко І.М., Шевчук Ю.А. Впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність підприємства. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні : матеріали III-ої Всеукр. наук.-практ. конф. (28 березня 2019 р., м. Київ)*. Київ : КНУТД, 2019. С. 41-45.

40. Григорчук Т.В. Брендинг : навчальний посібник. Київський національний університет культури і мистецтв, 2018. 163 с.

41. Дерек Томпсон Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу. Yakaboo Publishing, 2018. 432 с.

42. ДСТУ 3946-2000. Продукція харчова. Основні положення. К.: Держстандарт України, 2000. 6 с.

43. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 11 с.

44. Журавель Н. О. Організаційна регламентація бізнес-процесів як умова забезпечення їх ринкової безпеки. *Управління розвитком*. 2014. № 2. С. 121-124.

45. Завадинська О. Ю., Литвиненко Т.Є. Організація ресторанного господарства за кордоном : навч. посіб. К. : КНТЕУ, 2013. 200 с.

46. Козенков Д.Е. Проектування бізнес-процесів як основа створення архітектури підприємства. *Вісник СумДУ. Серія Економіка*, №3'2011. с. 126-136.
47. Лаврінський Г.В. Моделювання системних характеристик в економіці /Г.В. Лаврінський, О.С. Пшенишнюк, С.В. Устинко, О.Д. Шарапод. К.: ЕКМО, 2004. – 169с.
48. Литвиненко Т. Є. Організація виробництва : опорний конспект лекцій. 5-е вид. К. : КНТЕУ, 2022. 217 с.
49. Моделювання бізнес-процесів [Текст]/ Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України” ; [уклад. О. І. Подоляка, К. М. Жулінська]. Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2013. 20 с.
50. Огляд ринку. Вендінг. Вільна каса! URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=26917> (дата звернення 22.11.2024)
51. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / за ред. Н. О. П’ятницької. 2-ге вид. перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
52. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства : підручник / за ред. Н. О. П’ятницької. К. : КНТЕУ, 2005. 632 с.
53. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства : Постанова Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України № 219 від 24.07.02 р.
54. Ростовський В. С., Шамаян С.М. Барна справа. К. : Центр учбової літератури, 2009. 398 с.
55. Усов В. В. Організація обслуговування в ресторанах : практичний посібник. К. : Наукова думка, 2015. 246 с.
56. Чудковський В. Н. Ресторанний бізнес. К. : Академія ІІІ, 2014. 124 с.
57. Шкіль Р.А. Аналітичний огляд методів моделювання бізнес-процесів в електронній комерції. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту*, № 6, 2015. с. 194-198.

58. Шулік Н. В. Організація обслуговування в ресторанах. К. : Наукова думка, 2015. 89 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Звітність ТОВ «Міракс» за 2023 рік
Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	0.00	
накопичена амортизація	1002	0.00	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	
Основні засоби:	1010	461.40	289.60
первісна вартість	1011	475.20	339.00
знос	1012	13.80	49.40
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	
Інші необоротні активи	1090	382.60	93.80
Усього за розділом I	1095	844.00	383.40
II. Оборотні активи Запаси:	1100	242.30	1 560.60
у тому числі готова продукція	1103	0.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	105.60	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	407.00	
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0.00	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	16.90	25.90
Витрати майбутніх періодів	1170	3.00	7.50
Інші оборотні активи	1190	0.00	
Усього за розділом II	1195	774.80	1 594.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	1 618.80	1 977.40

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5.00	5.00
Додатковий капітал	1410	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	53.80	253.60
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Усього за розділом I	1495	58.80	258.60
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	0.00	
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	47.60	235.40
розрахунками з бюджетом	1620	65.40	93.40
у тому числі з податку на прибуток	1621	10.00	43.90
розрахунками зі страхування	1625	9.40	
розрахунками з оплати праці	1630	47.60	
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	1 390.00	1 390.00
Усього за розділом III	1695	1 560.00	1 718.80
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
Баланс	1900	1 618.80	1 977.40

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3 884.00	2 203.80
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1 170.30	734.60
Інші операційні доходи	2120		0.00
Інші операційні витрати	2180	2 470.00	1 413.60
Інші доходи	2240		0.00
Інші витрати	2270		0.00
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	3 884.00	2 203.80
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	3 640.30	2 148.20
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	243.70	55.60
Податок на прибуток	2300	43.90	10.00
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	199.80	45.60

Додаток Б

Звітність ТОВ «Міракс» за 2022 рік
Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	0.00	
накопичена амортизація	1002	0.00	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	
Основні засоби:	1010	231.10	461.40
первісна вартість	1011	231.10	475.20
знос	1012	0.00	13.80
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	
Інші необоротні активи	1090	379.60	382.60
Усього за розділом I	1095	610.70	844.00
II. Оборотні активи Запаси:	1100	260.40	242.30
у тому числі готова продукція	1103	0.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	542.50	105.60
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	147.20	407.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0.00	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	10.20	16.90
Витрати майбутніх періодів	1170	5.00	3.00
Інші оборотні активи	1190	0.00	
Усього за розділом II	1195	965.30	774.80
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	1 576.00	1 618.80

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5.00	5.00
Додатковий капітал	1410	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	8.20	53.80
Неоплачений капітал	1425	5.00	
Усього за розділом I	1495	8.20	58.80
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	0.00	
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	302.30	47.60
розрахунками з бюджетом	1620	26.00	65.40
у тому числі з податку на прибуток	1621	1.80	10.00
розрахунками зі страхування	1625	7.40	9.40
розрахунками з оплати праці	1630	27.10	47.60
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	1 205.00	1 390.00
Усього за розділом III	1695	1 567.80	1 560.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
Баланс	1900	1 576.00	1 618.80

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 203.80	1 051.80
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	734.60	492.10
Інші операційні доходи	2120		0.00
Інші операційні витрати	2180	1 413.60	549.70
Інші доходи	2240		0.00
Інші витрати	2270		0.00
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	2 203.80	1 051.80
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	2 148.20	1 041.80
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	55.60	10.00
Податок на прибуток	2300	10.00	1.80
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	45.60	8.20

Додаток В

Анкета опитування клієнтів ресторану

№ з/п	Анкетні запитання	Кількість опитованих, %	Кількість опитованих, чол.
1	2	3	4
1	Як часто Ви відвідуєте ЗРГ?		
	А) часто	30	45
	Б) інколи	60	90
	В) не відвідую взагалі	10	15
2	Якому типу ЗРГ Ви віддасте перевагу?		
	А) ресторан	20	30
	Б) кафе	25	38
	В) бар	15	22
	Г) їдальня	5	8
	Д) інші	35	52
3	Якому спеціалізованому ЗРГ Ви віддасте перевагу?		
	А) кав'ярня	65	98
	Б) ПШО	20	30
	В) піцерія	10	15
	Г) інші	5	8
4	Вкажіть послідовність об'єктів, на які Ви звертаєте увагу при відвідуванні ЗРГ (1-зовнішній інтер'єр, 2-внутрішній інтер'єр, 3-асортимент страв, 4-рівень цін, 5-якість обслуговування)		
	А) 1,2,3,4,5	15	22
	Б) 2,3.4.5.1	10	15
	В) 3.4.5.1.2.	45	68
	Г) 4.5.1.2.3	20	30
	Д) 5.1.2.3.4	10	15
5	Яку суму Ви витрачаєте на послуги ПРБ в місяць?		
	А) до 500 грн.	2	3
	Б) до 1000 грн.	8	12
	В) до 2000 грн.	10	15
	Г) до 50000 грн.	20	30
	Д) до 10000 грн.	35	53
	Ж) більше 10000 грн.	25	37
6	Ваш вік?		
	А) до 17 років	9	14
	Б) 18-25 років	23	34
	В) 26-35 років	25	38
	Г) 36-45 років	18	27
	Д) 46-55 років	14	21
	Ж) 55 і старші	11	16
7	Місце Вашого постійного проживання?		

№ з/п	Анкетні запитання	Кількість опитуваних, %	Кількість опитуваних, чол.
1	2	3	4
	А) місто Київ	55	83
	Б) Київська область	40	60
	В) інше місто	5	8
8	Ваш соціальний статус?		
	А) студент	20	30
	Б) робітник	10	15
	В) службовець	20	30
	Г) підприємець	25	38
	Д) пенсіонер	15	22
	Ж) безробітний	7	11
	З) інвалід	3	4
9	Ваш сукупний дохід за місяць?		
	А) до 10000 грн.	5	8
	Б) до 15000 грн.	10	15
	В) до 20000 грн.	15	22
	Г) до 25000 грн.	35	53
	Д) до 30000 грн.	25	37
	Ж) більше 30000 грн.	10	15
10*	Чи задовольняє Вас якість обслуговування в ресторані?		
	А) так	30	45
	Б) ні	70	105
11*	Чи вважаєте Ви, що потрібно розширити асортимент послуг?		
	А) так	80	120
	Б) ні	20	30

Додаток Г

Анкета споживача

Шановний споживач!

Запрошуємо Вас відповісти на питання нашої Анкети з метою покращення пропозиції наших послуг та підвищення їх якості згідно Ваших потреб.

Анкета споживача

Питання	Варіанти відповіді
1. Оцініть загальний рівень вашого задоволення якістю обслуговування.	Дуже задоволений / Задоволений / Нейтральний / Незадоволений
2. Як ви оцінюєте швидкість обслуговування?	Дуже швидко / Швидко / Задовільно / Повільно
3. Як би ви охарактеризували професійність обслуговуючого персоналу?	Дуже професійні / Професійні / Задовільні / Непрофесійні
4. Чи задовольняє вас комфорт і атмосфера в ресторані?	Дуже комфортно / Комфортно / Задовільно / Незручно
5. Що, на вашу думку, можна покращити в обслуговуванні?	Відкрите питання
6. Чи вважаєте ви меню різноманітним та відповідним вашим уподобанням?	Так / Ні
7. Чи задоволені ви часом очікування вашого замовлення?	Так / Ні
8. Чи були ви проінформовані про спеціальні пропозиції чи акції під час вашого відвідування?	Так / Ні
9. Чи є у вас побажання щодо додаткових послуг або змін у меню?	Відкрите питання
10. Чи порекомендуєте ви ресторан іншим?	Так, обов'язково / Можливо / Ні

Примітка: Усі відповіді збиралися анонімно, і клієнти мали можливість додати свої коментарі у відкритих питаннях.

Додаток Д

Складові інноваційного потенціалу підприємства

Матеріальні ресурси		Інтелектуальний капітал	
Основні засоби (матеріальні активи)	Дослідне, експериментальне і лабораторне обладнання Пілотні установки Дослідна база Комп'ютерний парк Транспортні засоби Будівлі, споруди Передавальні пристрої	Інтелектуальні активи	- Патенти - Винаходи - Промислові зразки - Корисні моделі - Товарні знаки і знаки обслуговування - Ноу-хау - Технології - Інноваційні програми і проекти, які є закінченими і оформленими і які дали позитивні результати
Оборотні активи	Запаси, товари Векселі Дебіторська заборгованість Поточні фінансові інвестиції Грошові кошти Інші оборотні активи	Ринкові активи	- Бренд - Товарна марка - Корпоративна марка - Імідж підприємства - Клієнтська база (кандидат в покупці, потенційний покупець, покупець і т.д.) - Прихильність споживачів - Портфель замовлень - Повторні контракти - Канали розподілення - Франшизні угоди - Ліцензійні угоди - Співробітництво з партнерами
		Інфраструктурні активи	- Філософія управління - Концепції, тобто найкращі і самі нові ідеї і технології, які є результатом безперервних інновацій - Інноваційна культура організації і співробітництво - Організаційна структура - Управлінські процеси - Мереживі системи зв'язку - Інформаційні технології (науково-технічна, економічна і комерційна інформація)

			• Ділові зв'язки (взаємовідносини підприємства з партнерами)
		Людські активи	• Освіта • Рівень знань про технології, ринки, споживачів, конкурентів • Рівень професійних знань • Рівень кваліфікації • Професійні вміння, навички (вміння оцінювати інноваційний потенціал, формулювати інноваційну стратегію і т.д.) • Компетентність, здатність виробляти і поставляти клієнтам продукцію з високими стандартами якості, вкладати капітал в навчання і підвищення кваліфікації працівників • Психометричні характеристики і професійна схильність (тип особистості – ініціативність, напористість, ступінь критичного мислення, стиль мислення, стиль роботи і т.д.; професійна схильність – схильність до саморозвитку, до креативного мислення, до інноваційної діяльності, до роботи з персоналом, до роботи з інформаційними технологіями і т.д.)

Додаток Е

Міністерство освіти і науки України
 Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
 Хмельницький національний університет
 Державний університет «Житомирська політехніка»
 Львівський державний університет фізичної культури
 імені Івана Боберського
 Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
 Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
 Запорізький національний університет
 Криворізький національний університет
 ПрАТ «Тернопіль-готель»
 Тернопільське обласне закрите акціонерне товариство по туризму та
 екскурсіях «Тернопільтурист»
 ГУ Пенсійного фонду України в Тернопільській області
 Національний заповідник «Замки Тернопілля»
 Академія соціального управління



МАТЕРІАЛИ

XII Всеукраїнської науково-практичної конференції
 пам'яті почесного професора Тернопільського
 національного технічного університету
 імені Івана Пулюя,
 академіка НАН України
 Миколи Григоровича Чумаченка:
**«УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВ У
 КОНТЕКСТІ ІНДУСТРІЇ 4.0»**

11 жовтня 2024 року

Тернопіль

Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН Миколи Григоровича Чумаченка: «Управління бизнес-процесами підприємств у контексті індустрії 4.0», (Тернопіль, 11 жовтня 2024 року)

Гейдарова О.В., Клочко-Доля В.А. ІНТЕГРАЦІЯ ESG-КРИТЕРІЇВ У СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	24
Гризівська Л.О., Берегелська В.В. СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ У НАДАННІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: НОВІ ГОРИЗОНТИ ПОДОРОЖЕЙ.....	26
Грозов А.М., Завідна Л.Д. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	28
Гурик Ю.Т., Луцків І.В. СУТНІСТЬ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ...	30
Діанова К.М. СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ.....	31
Днесь Ю.В., Вовк І.П. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ЗАСТОСУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	33
Дубина Т.Я. ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ.....	35
Завідна Л.Д., Мельничук В.В. ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ.....	36
Зуй А.М. ВЗАЄМОДІЯ ДЕРЖАВИ ТА ІНСТИТУТІВ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....	38
Іваськів Т.М. НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	39
Кальчук Д.В., Машлій Г.Б. РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНИХ НАВИЧОК ПЕРСОНАЛУ.....	41
Кирич Н.Б., Якуб'як О.Р. СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ДО ЗМІН КЛІМАТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	43
Кіналь Н.І., Сороківська О.А. КРИТЕРІЇ ТА ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	45
Клименко К.В., Шахно А.Ю. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК КЛЮЧОВОГО ФАКТОРУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКОВОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ.....	47

Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН Миколи Григоровича Чумаченка: «Управління бізнес-процесами підприємств у контексті індустрії 4.0», (Тернопіль, 11 жовтня 2024 року)

УДК 35; 004.896

Днесь Ю.В., Вовк І.П.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ЗАСТОСУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Dnes Y., Vovk I.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

ARTIFICIAL INTELLIGENCE: APPLICATION IN THE RESTAURANT BUSINESS

Сьогодні людство перебуває на етапі четвертої промислової революції, яка характеризується цифровізацією. Можна спостерігати дуже швидкий технічний прогрес. І якщо попередні технологічні революції розвивалися лінійно, то Четверта революція розвивається експоненціально.

Однією з найпотужніших технологій Четвертої промислової революції є штучний інтелект, який приносить радикальні зміни в економіку, суспільство та ринок праці. Штучний інтелект у бізнесі допомагає оптимізувати процеси управління та виробництва, підвищити ефективність компанії та зберегти фінансову стабільність. Крім того, використання штучного інтелекту дозволяє знизити ризик невдалих рішень, визначити напрямки розвитку та виконати завдання, які потребують великої кількості персоналу.

Штучний інтелект (далі ШІ) все більше проникає у різні сфери людської діяльності, змінюючи способи ведення бізнесу та взаємодії з клієнтами. Однією з галузей, де ШІ набуває популярності, є ресторанний бізнес [1].

ШІ пропонує безліч рішень для автоматизації рутинних завдань у ресторанному бізнесі. Це включає обробку замовлень, керування запасами, прогнозування попиту, аналіз поведінки клієнтів і навіть інтеграцію з програмами лояльності. Використання ШІ дозволяє закладам харчування значно підвищити ефективність своєї роботи, скоротити витрати на обслуговування та оптимізувати виробничі процеси.

Одним із найбільш очевидних застосувань ШІ є автоматизація процесу приймання замовлень. Наприклад, голосові асистенти та чат-боти можуть використовуватися для прийому онлайн-замовлень, звільняючи персонал для виконання більш важливих завдань. Це значно підвищує швидкість обслуговування та знижує ймовірність помилок під час замовлення [2].

Персоналізоване обслуговування стає все більш важливим для сучасних споживачів, і ШІ допомагає досягти цього на високому рівні. Завдяки аналізу даних про замовлення клієнтів, ШІ може створювати індивідуальні рекомендації щодо меню або акцій, виходячи з попередніх уподобань кожного гостя. Це не лише покращує досвід клієнта, але й збільшує ймовірність того, що він знову скористається послугами закладу.

Також ШІ може бути використаний для прогнозування потреб клієнтів. Наприклад, на основі історії замовлень та вподобань, система може автоматично пропонувати відповідні страви, що сприяє зростанню продажів.

ШІ також сприяє підвищенню ефективності управління рестораном. Системи, засновані на ШІ, можуть допомогти керувати запасами продуктів, прогнозувати попит на певні страви в різні періоди часу, аналізувати поведінкові моделі споживачів і приймати рішення щодо оптимізації меню.

Наприклад, аналізуючи попередні дані, система може спрогнозувати, які продукти будуть найпопулярнішими протягом тижня або в сезон, і забезпечити, щоб запаси були

Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН Миколи Григоровича Чумаченка: «Управління бізнес-процесами підприємств у контексті відустрії 4.0», (Тернопіль, 11 жовтня 2024 року)

належним чином підготовлені. Це дозволяє уникнути надлишків або дефіциту продуктів і, таким чином, знизити витрати та втрати.

Ресторанний бізнес значною мірою залежить від ефективної маркетингової стратегії. ШІ надає нові можливості для автоматизації та персоналізації маркетингових кампаній. Системи на основі ШІ можуть аналізувати поведінкові та демографічні дані клієнтів, щоб точніше визначати цільову аудиторію, створювати персоналізовані пропозиції, прогнозувати вплив акцій і кампаній.

Однією з головних переваг впровадження ШІ є скорочення витрат та підвищення ефективності. Автоматизація процесів дозволяє зменшити людські ресурси на певних етапах, таких як обробка замовлень або управління запасами, що скорочує витрати на персонал і знижує рівень помилок.

Ще однією перевагою є покращення якості обслуговування. ШІ допомагає краще розуміти потреби клієнтів і адаптувати пропозиції під їхні очікування, що сприяє підвищенню задоволеності відвідувачів.

Проте впровадження ШІ також супроводжується певними викликами. Перш за все, це високі початкові інвестиції. Впровадження сучасних технологій потребує значних капіталовкладень, що може бути недоступним для малого бізнесу. Також важливою проблемою є адаптація персоналу до роботи з новими технологіями та їх інтеграція в щоденні процеси ресторану.

У перспективі, використання ШІ в ресторанному бізнесі матиме ще більший вплив. З розвитком технологій автоматизація стане доступнішою, а нові рішення будуть спрямовані на подальше покращення взаємодії з клієнтами та оптимізацію процесів. Зокрема, можна очікувати активного використання роботів у ролі обслуговуючого персоналу, систем розпізнавання мови для покращення взаємодії з клієнтами, а також удосконалених систем прогнозування попиту та автоматичного управління запасами [5].

Отже, штучний інтелект відкриває великі можливості для ресторанного бізнесу, зокрема в сфері автоматизації, персоналізації обслуговування та покращення маркетингових стратегій. Впровадження ШІ сприяє зменшенню витрат, підвищенню якості обслуговування клієнтів і кращому управлінню ресурсами. Проте використання таких технологій потребує значних інвестицій і адаптації до нових умов роботи. Перспективи розвитку ШІ в цій галузі є дуже оптимістичними, і в майбутньому ці технології стануть невід'ємною частиною сучасних ресторанів.

Список використаних джерел:

1. Барбашин С. Штучний інтелект: правове регулювання в Україні та ЄС. 2023. URL: <https://barbashyn.law/statti/shtuchnyj>
2. Дячкіна А. Україна підписала міжнародну декларацію щодо безпеки використання ШІ. *Економічна правда*. 2023. URL: <https://www.epravda.com.ua>
3. Домінська О.Я. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 52. С. 39–41.
4. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємства ресторанного господарства. URL: <http://infotour.in.ua/zhuravljova.htm>.
5. Neilenko, S. & Rusavska, V. Implementation of artificial intelligence in restaurants. *Restaurant and Hotel Consulting. Innovations*. Vol. 4(1), 2021. P. 73–86.
6. Zhao, Y. & Pan, Y.-H. Research on service extensor of restaurant serving robot – Taking Haidilao Hot Pot Intelligent restaurant in Beijing as an example. *Journal of the Korean Coverage Society*. Vol. 11(4), 2020. P. 17–25.