

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-77-121>

УДК 338.46:339.138

МОБІЛЬНІ ЗАСТОСУНКИ – ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ У СФЕРІ ПОСЛУГ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

MOBILE APPLICATIONS – INNOVATIVE MARKETING TOOLS IN THE FIELD OF SERVICES: ECONOMIC ASPECT

Яценко Олександр Володимирович

доктор економічних наук, професор,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7756-4125>

Дроботова Марина Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2676-0588>

Вінник Вячеслав Іванович

аспірант,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7716-8061>

Yatsenko Oleksandr, Drobotova Marina, Vinnyk Vyacheslav
Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy

У статті розглянуто мобільні застосунки як інноваційні маркетингові інструменти у сфері послуг з акцентом на їх економічні аспекти. Обґрунтовано актуальність використання мобільних технологій для підвищення конкурентоспроможності підприємств, оптимізації витрат, зростання доходів та формування лояльності клієнтів. Проведено аналіз переваг і недоліків створення власних застосунків та використання готових рішень, визначено вартісні параметри їх розробки й підтримки. Окрему увагу приділено прикладам впровадження мобільних додатків у ресторанному бізнесі (Expirenza від Monobank, Poster QR) та оцінці їх економічної ефективності. Запропоновано критерії оцінювання економічного ефекту від застосування мобільних рішень у сфері послуг. Результати дослідження доводять, що мобільні застосунки є ключовим фактором цифрової трансформації, сприяють сталому розвитку підприємств і відкривають нові можливості для формування сучасних бізнес-моделей.

Ключові слова: мобільні застосунки, сфера послуг, маркетинг, економічні аспекти, витрати, якість послуг, інновації.

The article investigates mobile applications as innovative marketing tools in the service sector, with particular emphasis on their economic implications. In the context of digital transformation, mobile technologies have become essential for enhancing business competitiveness, optimizing operational costs, increasing revenues, and improving customer loyalty. The study highlights the growing role of mobile applications in shaping new business models and driving sustainable enterprise development. The authors provide a comprehensive analysis of the advantages and disadvantages of developing proprietary applications versus adopting ready-made solutions, paying special attention to financial parameters such as development costs, maintenance expenses, and long-term return on investment. The paper also explores key universal functions of mobile applications, including online booking, payments, personalization, geolocation, chatbot integration, and customer feedback, which significantly improve business efficiency and customer experience. Particular emphasis is placed on the restaurant industry, where mobile solutions such as Expirenza by Monobank and Poster QR have been implemented. Their comparative analysis demonstrates how digital tools can optimize service processes, reduce errors, improve staff motivation, and increase profitability. The findings show that proprietary applications offer strategic advantages for brand development and direct customer engagement, while ready-made solutions provide cost efficiency and faster market entry, especially

for small businesses. The authors also propose a set of evaluation criteria for measuring the economic efficiency of mobile application adoption, including revenue growth, cost reduction, service quality improvement, and customer satisfaction. These criteria may serve as practical guidelines for enterprises in different service industries when deciding on the feasibility of mobile application implementation. The research concludes that mobile applications are not only a technological trend but also a key driver of digital business transformation. They enable enterprises to strengthen their market positions, increase customer loyalty, and ensure sustainable growth in an increasingly competitive digital economy.

Keywords: mobile applications, service sector, marketing, economic aspects, costs, service quality, innovation.

Постановка проблеми. Сфера послуг у сучасних умовах трансформації цифрової економіки набуває нових форм розвитку, де мобільні застосунки виступають ключовим інструментом комунікації з клієнтами, підвищення ефективності бізнес-процесів та створення доданої вартості. Однак, попри активне поширення мобільних технологій, залишається низка невирішених економічних питань. Зокрема, потребує поглибленого аналізу економічна доцільність впровадження мобільних застосунків у різних сегментах сфери послуг, їх вплив на структуру витрат і доходів підприємств, рівень конкурентоспроможності та формування довгострокових переваг.

Крім того, існує проблема недостатньої оцінки економічного ефекту від використання мобільних застосунків: від скорочення транзакційних витрат і підвищення продуктивності персоналу до зміни моделей споживчої поведінки та зростання лояльності клієнтів. В умовах високої конкуренції та швидких технологічних змін підприємства часто впроваджують цифрові рішення без належного прогнозування фінансових результатів та врахування ризиків, що створює загрозу їх економічної нестабільності.

Таким чином, постає необхідність наукового обґрунтування економічних аспектів використання мобільних застосунків у сфері послуг, визначення їх ролі у формуванні нових бізнес-моделей та оцінки ефективності для забезпечення сталого розвитку підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед досліджених публікацій присвячених використанню мобільних застосунків в бізнесі слід відзначити наступні. Машіка Г. В. досліджувала особливості використання мобільних додатків в організації та проведенні екскурсій та визначила переваги та складності їх використання [1].

Ільїна О. В., Бояр Л. П., при дослідженні мобільних додатків як складової інтернет-технологій у туристичній діяльності сформулювали теоретичні та практичні рекомендації щодо розробки авторського мобільного додатку [2; 3].

Корпанюк Т. М., Мулик Я. І. при дослідженні перспектив застосування технології мобільних додатків в сучасному бізнесі визначили проблеми, пов'язані з їх обліком [4].

Аронов А. О., Миронюк М. Ю., Бажан Т. О. розглядають роль та вплив мобільних додатків на цифрову трансформацію України і визначають проблеми та недоліки, пов'язані з розвитком застосунків в контексті цифрової трансформації України [5].

Дорош Ю. С., Цимбала О. С. досліджують особливості використання мобільних застосунків в ресторанній індустрії і визначають класифікацію груп застосунків для закладів харчування [6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження публікацій з тематики використання мобільних застосунків та огляд інтернет-джерел щодо використання мобільних додатків в різних сферах в умовах цифрової трансформації в Україні дозволяє визначити що більшість присвячена визначенню різних видів застосунків, їх типології та функціоналам, перевагам та проблемам використання. Особливо це стосується застосунків у сфері охорони здоров'я, у сфері туризму, ресторанному господарстві. Також досліджуються досвід користувача (UX) і дизайн, якість мобільної послуги, ефекти для бізнесу. Практично відсутні дослідження щодо економічної ефективності створення та впровадження мобільних застосунків, а також потребує удосконалення підходів щодо стандартів оцінювання, обрахунку економічної ефективності їх застосування.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення економічних складових використання мобільних застосунків як маркетингового інструменту при впровадженні інновацій. Завдання статті: визначити напрямки застосування мобільних застосунків у сфері послуг; виокремити інноваційні підходи щодо застосування мобільних застосунків; обрахувати економічні складові їх створення та використання; зазначити економічні аспекти їх використання.

Викладення основного матеріалу дослідження. Мобільні застосунки (використання терміну застосунки є більш правильним для програм, призначених для мобільних пристроїв, тоді як "додаток" є застарілим або стилістично кращим для позначення програмного забезпечення, що доповнює основний функціонал, але не є нативним мобільним рішенням) стали невід'ємною частиною нашого життя, а їх вплив на сферу послуг особливо помітний. У сфері послуг вони спрощують взаємодію між компаніями та клієнтами, автоматизують багато процесів і створюють нові можливості для бізнесу та споживачів.

Мобільні додатки у сфері послуг забезпечують такі конкурентні переваги:

- зручність для клієнтів (можливість замовити послугу в кілька кліків, отримати інформацію про компанію та її послуги 24/7, відстежувати статус замовлення тощо);
- лояльність клієнтів (персоналізовані пропозиції, програми лояльності, швидка підтримка – все це допомагає підвищити задоволеність клієнтів і їхню лояльність);
- ефективність бізнесу (автоматизація поточних завдань, збір даних про клієнтів, аналітика – все це підвищує ефективність роботи компанії та допомагає приймати обґрунтовані рішення).

Наявність мобільного застосунку виділяє підприємство на тлі конкурентів і демонструє її сучасність та орієнтацію на клієнта. Мобільні застосунки – цифровий тренд, який найлегше реалізувати у сфері послуг.

Основні універсальні функціональні можливості мобільних додатків для послуг слід виокремити наступні:

1. Онлайн-замовлення та бронювання – можливість замовити послугу або забронювати час без дзвінків і візитів до офісу.
2. Оплата онлайн – інтеграція з платіжними системами для зручної оплати послуг.
3. Персоналізація – створення персоналізованих пропозицій на основі історії замовлень та інших даних користувача.
4. Геолокація – визначення місця розташування користувача для надання релевантних пропозицій та послуг.
5. Чат-боти – автоматична обробка простих запитів клієнтів та надання швидких відповідей.
6. Відгуки та рейтинги – можливість залишати відгуки про компанію та її послуги.

Мобільний застосунок для туристичної сфери, як правило, може мати функціонал за

двома напрямками – для туристичних компаній і для туристів (рис. 1).

Тоді як мобільний застосунок для медичної сфери має функціонал за трьома напрямками: додатки для пацієнтів; медичні та оздоровчі додатки для бізнесу; медичні додатки для лікарів.

Найбільш чисельними та популярними на сьогодні мобільними додатками у сфері послуг є: доставка їжі, таксі, сервіси краси, ремонт побутової техніки (додаток для виклику майстра), каршерінг (оренда авто), фітнес і здоров'я, бронювання готелів, публічні послуги/е-уряд. В Україні лідерами в ТОП-20 найбільш популярних застосунків за 2023 рік є: додатки для обміну повідомленнями, банківські послуги, торгівельні, розважальні, доставка вантажів (Nova Poshta), таксі [8].

Тараненко О.О. узагальнює, що сучасні мобільні застосунки охоплюють широкий спектр послуг для планування та проведення туристичних подорожей (табл. 1).

Огляд туристичної сфери за останні роки показав, що половина операцій з онлайн-бронювання відбувається з мобільних пристроїв. Цей цифровий тренд найлегше впровадити в сучасну туристичну індустрію. Мобільні застосунки можуть не лише полегшити процедуру бронювання, але й у поєднанні з технологією IoT – Інтернету речей – можуть дозволити гостям готелю, наприклад, керувати технікою в номері.

Мобільні застосунки відкривають широкі можливості для розвитку бізнесу в сфері послуг. Вони дозволяють підвищити рівень задоволеності клієнтів, збільшити продажі та зміцнити позиції компанії на ринку.

Створити власний мобільний застосунок або використати готове рішення – це питання для бізнесу, яке потребує економічного обґрунтування. Окрім того в обох варіантах є переваги і недоліки, які потрібно врахувати (табл. 2).

Для невеликих бізнес-одиниць або тих, що тільки виходять на ринок, доцільніше використати готове рішення, щоб швидко отримати клієнтів і перевірити ефективність каналу. В інших випадках вигідніше створити власний застосунок як стратегічний інструмент утримання клієнтів.

Вартість розробки мобільного додатку в Україні залежить від складності проекту, обраної платформи та кількості функцій. Вартість створення мобільного застосунку залежить від багатьох факторів (табл. 3).

Для компаній турсфери	Для туристів
• сторінка з інформацією про компанію; • список турів; • каталог додаткових послуг (страхування, гід, перекладач та інші); • каталог закладів та визначних пам'яток під країни, в які є тури; • сторінка акцій та гарячих пропозицій; • розклад рейсів, інтеграція із сервісами замовлення квитків; • робота з картами та геолокацією; • фільтри, сортування та інструменти швидкого пошуку; • інструменти оформлення замовлення, наповнення документів.	• пошук готелів по країні з рейтингом та відгуками; • картка з відображенням значних місць; • інформаційні сторінки, які допомагають туристу зібратися у подорож; • рейтинги ресторанів, готелів та інших закладів; • інструменти взаємодії з об'єктами, можливість залишати відгуки, додавати фото; • візуальний контент; • фільтр та пошук потрібних об'єктів; • інформаційні сторінки із цінним контентом; • необхідні номери екстрених служб; • кнопки зв'язку з представниками компанії.

Рис. 1. Основний функціонал мобільних застосунків у сфері туризму

Джерело: узагальнено авторами на основі [7]

Таблиця 1

Мобільні застосунки у сфері туристичних подорожей

Призначення застосунку	Можливості	Приклад застосунку
Застосунки для самостійного планування поїздки	дозволяють самостійно формувати маршрут, користуватися послугами пунктів оренди автомобілів бронювати готелі тощо	mTrip, Lonely Planet, TripAdvisor, Amadeus, Redigo, Foodspotting
Застосунки для пошуку та бронювання житла	дають можливість вибору місця проживання як у готельній мережі так і в приватному секторі по всьому світу;	Booking.com, Hotel Reservation Service, Hotels.com, Expedia.com, AirBNB
Застосунки для бронювання авіаквитків	дозволяють як обирати рейс, ціну квитка та місце в салоні літака, так і орієнтуватися в найбільших аеропортах світу	Flight Status, Aviasales, Seatguru, Airports by TravelNerd, AnyWayAnyDay (AWAD), Momondo або Kayak) (наприклад, AppInTheAir);
Застосунки для орієнтації на місцевості	дозволяють орієнтуватися на місцевості під час подорожі та скласти необхідні маршрути подорожі	Google maps, Яндекс карти, City Guide, City Maps, Off Road maps Europe, Navitel, CheckMyTrip, IKnowMyWay
Застосунки для організації і проведення екскурсій	допомагають самостійно скласти маршрут екскурсії та надають довідкову інформацію про об'єкти відвідування;	NearestWiki, Layar, Spotted by Locals, Wikitude
Застосунки-перекладачі	дозволяють подолати мовний бар'єр під час закордонних подорожей	Lingopal 44, Lingopal Voyage, Word Lens, Speech Trans, Google.Translate

Джерело: складено авторами на основі [9]

Таблиця 2

Порівняльні критерії «власний мобільний застосунок» або «готове рішення»

Критерій	Власний мобільний застосунок	Готове рішення (агрегатори / SaaS)
Початкові витрати	Високі (5 000–20 000\$+ залежно від функціоналу та дизайну).	Низькі або відсутні (або абонплата 50–300\$ / міс., або комісія 10–35% з замовлення).
Витрати на підтримку	Постійні витрати на оновлення, сервери, безпеку (500–2000\$ / рік).	Включені у вартість підписки / комісії.
Швидкість запуску	3–6 місяців (залежно від розробника).	1–2 тижні (інтеграція та налаштування).
Доступ до клієнтів	Прямий (база даних, історія замовлень, аналітика).	Обмежений (дані зберігаються у провайдера, часто недоступні ресторану).
Маркетинг та просування	Потрібно інвестувати у рекламу для залучення користувачів (від 1000\$/міс.).	Вбудована база клієнтів агрегатора, але складно конкурувати всередині платформи.
Комісії / додаткові витрати	Відсутні (після розробки усі замовлення напряму ресторану).	Високі комісії (10–35% з кожного замовлення).
Гнучкість та брендінг	Повна кастомізація: дизайн, функціонал, програми лояльності, push-сповіщення.	Обмежений набір функцій, стандартний дизайн.
Довгострокова окупність	Вигідно при великій кількості постійних клієнтів (окупність 1–2 роки).	Вигідно на старті, але при зростанні обсягів замовлень комісії знижують прибуток.
Ризики	Високі інвестиційні ризики, залежність від якості розробника.	Залежність від сторонньої платформи (зміни тарифів, правил, конкуренція з іншими ресторанами).

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 3

Фактори впливу та вартість розробки мобільних застосунків

Фактор	Можливі варіанти	Орієнтовна вартість
Тип і складність застосунку	Прості застосунки	\$5 000 - \$10 000
	Середні за складністю застосунки	\$10 000 - \$50 000
	Складні застосунки	\$50 000 - \$150 000 і вище
Тип платформи	Під одну платформу	від \$8 000
	Кросплатформні рішення	від \$12 000
Дизайн	Простий інтерфейс	\$3 000 – \$5 000
	Унікальний дизайн	до \$15 000 і вище
Функціонал та інтеграції	Кожна додаткова функція	від \$1 000 до \$10 000
Супровід і підтримка	Залежно від обсягу роботи	від \$500 на місяць

Джерело: узагальнено авторами на основі [10]

Застосунки з базовими функціями, що мають простий дизайн, обійдуться від 3000\$, тоді як складні багатофункціональні рішення з інтеграцією сторонніх сервісів і унікальним дизайном можуть коштувати від 6000\$ і вище [10].

При виборі готового рішення мобільного застосунку також необхідні економічні обґрунтування. На українському ресторанному ринку пропонується чимало засобів для автоматизації роботи ресторанів у вигляді мобільних застосунків, на їх прикладі розглянемо

економічне обґрунтування їх впровадження (порівняння мобільного застосунку Expienza від Монобанк та Poster QR).

Застосунок Expienza від Монобанк. У 2019 році О. Гудков і М. Селецький заснували сервіс Expienza, який в 2021-му придбав Монобанк, у вересні 2023 року, Монобанк також придбав сервіс TakeUsEat для бронювання столиків у закладах і додав його в систему Expienza [11]. В єдиному QR-коді застосунку Expienza передбачені такі опції (табл. 4) [12].

Переваги впровадження застосунку Expienza для ресторанного закладу представлені у табл. 5 [12].

З квітня 2024 року Монобанк тестує додаток Expienza 2.0 для любителів ресторанів, кафе та барів.

Poster QR – це один QR-код з такими можливостями: онлайн-меню, оплата, чайові, відгуки, замовлення на доставку [13]. Можливості і переваги застосунку Poster QR від компанії Poster для ресторанного закладу узагальнено в таблиці 6.

Таблиця 4

Опції застосунку Expienza в єдиному QR-коді

Опція	Можливості	Вартість підключення
Оплата	Миттєве отримання рахунку й оплата з чайовими: 1. Гість сканує QR-код, вибирає «Оплата» і миттєво отримує рахунок 2. Додає чайові й оплачує картою 3. Рахунок закривається автоматично, а співробітники отримують повідомлення на касі та в Telegram-боті 4. Гроші за бар, кухню і чайові розподіляються на відповідні рахунки (кухня → ФОП, бар → ТОВ, чайові → на карту)	1,3% від суми рахунку (1,3% за картками українських емітентів та 2% за картками закордонних емітентів); плати за підключення - немає;
Відгуки	Можливість дізнатись – чи все сподобалося гостю; швидке реагування на відгуки про нове меню; можливість дізнатись, про заклад у соцмережах; можливість ділитись відгуками клієнтів на будь-яких соціальних майданчиках; надсилання анкети із запитаннями про нове меню або співробітника.	щомісячної плати – немає; чайові 4%
Безконтактне меню	На вибір кілька форматів електронного меню або власне меню в будь-якому форматі; завантаження фото, додавання опису і зазначення вартості; за бажанням можна приймати замовлення й оплату від гостя просто з меню	Додатково за підключення від 245 грн/міс

Джерело: узагальнено авторами на основі [12]

Таблиця 5

Переваги впровадження застосунку Expienza

Перевага	Зміст
Більше чайових	Безготівкові чайові — частина процесу оплати рахунку
1 рахунок = 1 транзакція	Поділ на «Кухню», «Бар» і «Чайові» відбувається автоматично
0 помилок	Офіціанти не плутають суми та термінали, а бухгалтеру не потрібно нічого виправляти
Особистий кабінет з аналітикою та обліком	Робота з банківським рахунком і відгуками
Зворотній зв'язок	реагування на оцінки та зворотній зв'язок від гостей для поліпшення досвіду
Електронне меню	Створення електронного меню з можливістю приймати замовлення або «інтеграція» вже існуючого.

Джерело: узагальнено авторами на основі [12]

Таблиця 6

Опції застосунку Poster QR

Опції	Зміст
QR-меню в 1 клік	Автоматичне створення меню страв у Poster-POS - досить завантажити фото та додати опис; За бажанням, можна приймати оплату від гостей просто з меню
Швидка оплата	Гість сканує QR-код, обирає оплату і миттєво отримує свій рахунок; оплачує картою (Apple Pay, Google Pay, Visa, MasterCard); після оплати рахунок на касі закривається автоматично, а співробітники отримують сповіщення в Telegram-бот; оплати за бар, кухню розподіляються на відповідні рахунки, а чайові – на карту офіціанта; після цього кошти миттєво потрапляють на рахунок закладу
Чайові офіціанту	Гість додає чайові при оплаті по QR та оплачує картою разом з рахунком; чайові зараховуються безпосередньо на карту офіціанта будь-якого банку
Відгуки гостей	Гість сканує QR та може залишити відгук про заклад; сповіщення про новий відгук приходять в готовий Telegram-бот; є можливість миттєво реагувати на негатив, щоб виправити ситуацію
Доставка	Автоматичне створення сайту з страв у Poster POS за кілька хвилин; потрібно лише налаштувати дизайн сайту (стиль теми, кольори); безкоштовний домен у зоні ps.me та безплатний хостинг; можна підключити власний домен, налаштувати свій дизайн додавши CSS-стили; відвідувачі сайту оплачують замовлення онлайн (Apple Pay, Google Pay, Visa, MasterCard); підходить, якщо в закладі є доставка, або заклад працює тільки на доставку

Джерело: узагальнено авторами на основі [13]

Таблиця 7

Переваги Poster QR для ресторанного закладу

Перевага	Зміст
Зручне керування	Електронне меню завжди актуальне: асортимент, наявність вартість оновлюються автоматично.
Альтернативний спосіб оплати	Оплата за QR-кодом безцінна у випадку несправності банківського терміналу та зручна для гостей.
Швидке обслуговування	Офіціант проявляє турботу та швидко обслуговує гостей, не витрачаючи час на рутину – винесення меню та рахунка.
Мотивація персоналу	Оплата чайових за QR-кодом дає можливість збільшити чайові до 30%, до того ж вони зараховуються безпосередньо на карту офіціантів.
Збільшення середнього чеку	Показ страв та акції відбувається красиво і цікаво, і вони «продають самі себе».
Легке введення змін	Швидке додавання нових чи сезонних страв в онлайн-меню і заощадження часу та грошів на друк традиційного меню

Джерело: узагальнено авторами на основі [13]

Впровадження Poster QR надає такі переваги для ресторанного закладу (табл. 7).

Вартість підключення Poster QR можлива за двома варіантами [13]:

1. QR-меню, оплата, чайові, відгуки – 252 грн/міс. (послуги за еквайринг: 1,3% – при оплаті рахунку, 1,7% – при оплаті чайових);

2. QR-меню, оплата, чайові, відгуки, доставка – 684 грн/міс. (послуги за еквайринг: при оплаті за QR-кодом в закладі: 1,3% – при

оплаті рахунку, 1,7% – при оплаті чайових; при оплаті замовлення на сайті: 1,5% від суми рахунку).

Компанія пропонує використання перші 15 днів безкоштовно.

Порівняння двох представлених інструментів автоматизації в ресторані - все в одному QR-коді за параметрами можливості, переваги для закладу і вартість впровадження приходимо до висновку, що для ресторанного

закладу доцільно впровадити за стосунок Expienza від Monobank – при практично рівних можливостях економічно вигідніше підключення цього мобільного додатку.

Розрахунок економічного ефекту застосування у сфері послуг мобільних застосунків пропонуємо оцінювати за показниками (критеріями) представленими на рис. 2.

Таким чином, економічний ефект використання мобільних застосунків формується на підвищенні доходів, оптимізації витрат та покращенню якості послуг.

Висновки. У ході дослідження встановлено, що мобільні застосунки стають невід'ємним елементом цифрової трансформації сфери послуг, формуючи нові можливості для бізнесу та споживачів. Вони дозволяють підприємствам підвищувати ефективність бізнес-процесів, зменшувати транзакційні витрати, розширювати клієнтську базу, а також сприяти формуванню лояльності споживачів.

Проведений аналіз показав, що вибір між власним мобільним застосунком та готовим

рішенням залежить від фінансових можливостей підприємства, його стратегічних цілей та масштабів діяльності. Готові рішення є більш прийнятними для малих і новостворених бізнесів, тоді як власні застосунки доцільно впроваджувати для формування довгострокових конкурентних переваг.

На прикладі впровадження застосунків у ресторанному бізнесі (Expienza від Monobank та Poster QR) доведено, що мобільні рішення сприяють не лише автоматизації процесів, а й підвищенню якості обслуговування, росту доходів і мотивації персоналу.

Запропоновані критерії оцінювання економічного ефекту від використання мобільних застосунків можуть стати основою для подальших досліджень і практичного впровадження у різних сегментах сфери послуг. Це дозволить підприємствам не лише знижувати витрати та оптимізувати бізнес-моделі, але й забезпечувати сталий розвиток у конкурентному середовищі цифрової економіки.

Збільшення доходів	• розширення клієнтської бази • динамічне ціноутворення • Upselling та cross-selling
Оптимізація витрат	• автоматизація процесів • зниження витрат на маркетинг • скорочення операційних витрат через цифровізацію документів
Покращення клієнтського досвіду	• зручність для користувачів • персоналізація • програми лояльності
Підвищення конкурентоспроможності	• інтеграція з новітніми технологіями • оперативність реагування на запити клієнтів
Збільшення повторних продажів	• програми лояльності • комунікація з клієнтом

Рис. 2. Складові економічного ефекту використання мобільних застосунків

Джерело: розроблено авторами

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Машіка Г. Особливості використання мобільних додатків в організації та проведенні екскурсій. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 1 (11). С. 32–39. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(11\).2024.6](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(11).2024.6) (дата звернення 20.06.2025)
2. Ільїна О. В., Бояр Л. П. Мобільний додаток «Lutsk city guide»: обґрунтування та перспективи використання в туристичній діяльності. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Географічні науки*. 2018. Вип. 8. С. 251–255.
3. Ільїна О. В., Ткачук Т. В. Мобільні додатки як складова Інтернет-технологій у туристичній діяльності України й світу. *Determinants of Innovation and Investment Development of Multi-Branch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry : Collective monograph / V. Yatsenko, S. Pasieka, O. Yatsenko and others: [Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V. M.]*. Nuremberg: Verlag SWG imex GmbH, Germany. 2019. С. 353–362.
4. Корпанюк Т. М., Мулик Я. І. Застосування мобільних додатків в бізнесі та їх облік. *Ефективна економіка*. 2018. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6181> (дата звернення: 26.08.2025).
5. Аронов А. О., Миронюк М.Ю., Бажан Т. О. Розвиток мобільних та web-додатків в контексті цифрової трансформації України на прикладі мобільного додатку Дія. *Телекомунікаційні та інформаційні технології*. 2022. № 4(77). С. 63–73. DOI: <https://doi.org/10.31673/2412-4338.2022.046373>
6. Дорош Ю. С., Цимбала О. С. Особливості використання мобільних застосунків в ресторанній індустрії (на прикладі Львова). *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Черкаси, 18–19 березня 2021 року, Черкаси: ЧДТУ, 2021. Т. 1. С. 85–89.*
7. Мобільний додаток для туризму. Сайт компанії Wezom. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/mobilno-prilozhenie-dlya-turizma> (дата звернення 09.08.25)
8. Як виглядає рейтинг мобільних додатків за 2023 рік? ТОП-20 популярних в Україні. Сайт Агентства інтернет-маркетингу Webpromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/rejting-populyarnyh-mobilnyh-prilozhenij-ukrainy-v-2021-godu/> (дата звернення 19.08.2025)
9. Тараненко О. О. Мобільні інформаційні технології в обслуговуванні туристів. *Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 31 жовтня – 1 листопада 2018 р. Львів : ЛТЕУ, 2018. С. 247–249.*
10. Розробка мобільних застосунків. Сайт вебстудії «iFish». URL: https://ifish.com.ua/ua/rozrobka-mobilnyh-dodatkov/#section-5_8 (дата звернення 19.08.2025)
11. HORECA-Україна – інформаційний аналітичний інтернет-портал про сферу гостинності: веб-сайт. URL: <https://horeca-ukraine.com/onovlenij-zastosunok-expirentza-vid-monobank-z-mapuju-zakladiv/> (дата звернення 24.07.25)
12. Expirentza від Monobank. Офіційний сайт Монобанку. URL: <https://expz.monobank.ua/?lang=uk> (дата звернення 19.07.25)
13. Офіційний сайт компанії Poster – систем автоматизації кафе та ресторанів. URL: <https://joinposter.com/ua/tour/addons/qr-menu> (дата звернення 19.07.25)

REFERENCES:

1. Mashika H. (2024) Osoblyvosti vykorystannia mobilnykh dodatkiv v orhanizatsii ta provedenni ekskursii [Features of using mobile applications in organizing and conducting excursions]. *Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia – Innovations and technologies in the field of services and food*, no 1 (11), pp. 32–39. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(11\).2024.6](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(11).2024.6) (accessed June 20, 2025)
2. Ilina O. V., Boiar L. P. (2018) Mobilnyi dodatok «Lutsk city guide»: obgruntuvannia ta perspektyvy vykorystannia v turystychnii diialnosti [Mobile application "Lutsk city guide": justification and prospects for use in tourism activities]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya Heohrafichni nauky – Scientific Bulletin of Kherson State University. Geographical Sciences Series*, vol. 8, pp. 251–255.
3. Ilina O. V., Tkachuk T. V. (2019) Mobilni dodatky yak skladova Internet-tekhnologii u turystychnii diialnosti Ukrainy y svitu [Mobile applications as a component of Internet technologies in tourism activities in Ukraine and the world]. [Determinants of Innovation and Investment Development of Multi-Branch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry: Collective monograph] / V. Yatsenko, S. Pasieka, O. Yatsenko and others: [Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V. M.]. Nuremberg: Verlag SWG imex GmbH, Germany. 2019. P. 353–362.
4. Korpaniuk T. M., Mulyk Ya. I. (2018) Zastosuvannia mobilnykh dodatkiv v biznesi ta yikh oblik [The use of mobile applications in business and their accounting]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, no 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6181> (accessed August 26, 2025).

5. Aronov A. O., Myroniuk M. Iu., Bazhan T. O. (2022) Rozvytok mobilnykh ta web-dodatkov v konteksti tsyfrovoy transformatsii Ukrainy na prykladi mobilnoho dodatku Diia [Development of mobile and web applications in the context of Ukraine's digital transformation using the example of the mobile application Diya]. *Telekomunikatsiini ta informatsiini tekhnolohii – Telecommunications and information technologies*, no. 4 (77), pp. 63–73. DOI: <https://doi.org/10.31673/2412-4338.2022.046373>
6. Dorosh Yu. S., Tsymbala O. S. (2021) Osoblyvosti vykorystannia mobilnykh zastosunkiv v restorannii industrii (na prykladi Lvova) [Features of using mobile applications in the restaurant industry (using the example of Lviv)]. *Turystychnyi ta hotelno-restorannyi biznes v Ukraini: problemy rozvytku ta rehuliuвання: materialy KhII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (Cherkasy, March 18-19 2021). Cherkasy: ChDTU, 2021, vol. 1, pp. 85–89. (in Ukrainian)
7. Mobilnyi dodatok dlia turyzmu. Sait kompanii Wezom [Mobile application for tourism. Wezom company website]. Available at: <https://wezom.com.ua/ua/blog/mobilno-prilozhenie-dlya-turizma> (accessed August 9, 2025)
8. Yak vyhladaie reitynh mobilnykh dodatkov za 2023 rik? TOP-20 populiarnykh v Ukraini. Sait Ahentstva internet-marketyngu Webpromo [What does the ranking of mobile applications for 2023 look like? TOP-20 popular in Ukraine. Website of the Internet Marketing Agency Webpromo]. Available at: <https://web-promo.ua/ua/blog/rejting-populyarnykh-mobilnykh-prilozhenij-ukrainy-v-2021-godu/> (accessed August 19, 2025)
9. Taranenko O. O. Mobilni informatsiini tekhnolohii v obsluhovuvanni turystiv. *Stalyi rozvytok turyzmu na zasadakh partnerstva: osvita, nauka, praktyka: materialy I Mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, m. Lviv, 31 zhovtnia – 1 lystopada 2018 r. Lviv: LTEU, 2018. S. 247-249.
10. Rozrobka mobilnykh zastosunkiv. Sait vebstudii «iFish» [Mobile application development. Website of the web studio "iFish"]. Available at: https://ifish.com.ua/ua/rozrobka-mobilnykh-dodatkov/#section-5_8 (accessed August 19, 2025)
11. HORECA-Ukraine – informatsiyni analitychnyi internet-portal pro sferu hostynnosti: veb-sait [HORECA-Ukraine – information and analytical Internet portal about the hospitality industry: website]. Available at: <https://horeca-ukraine.com/onovlenij-zastosunok-expirentza-vid-monobank-z-mapuju-zakladiv/> (accessed July 24, 2025)
12. Expirentza vid Monobank. Ofitsiyni sait Monobanku [Expirentza by Monobank. Official website of Monobank]. Available at: <https://expz.monobank.ua/?lang=uk> (accessed July 19, 2025)
13. Ofitsiyni sait kompanii Poster – system avtomatyzatsii kafe ta restoraniv [Official website of Poster – cafe and restaurant automation systems]. Available at: <https://joinposter.com/ua/tour/addons/qr-menu> (accessed July 19, 2025)