

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-189>

УДК 640.4:[004:005.33:316.77]"20"

# ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

## USE OF DIGITAL PLATFORMS TO IMPROVE SERVICE EFFICIENCY IN RESTAURANT BUSINESS ESTABLISHMENTS

Кожухівський Сергій Юрійович

аспірант,

Приватний вищий навчальний заклад «Київський університет культури»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-5263-8644>

**Kozhukhivskiy Serhii**

Private Higher Educational Institution «Kyiv University of Culture»

Стаття присвячена аналізу сучасних тенденцій створення цифрових платформ в ресторанному бізнесі та їх впливу на цифрову культуру обслуговування. Актуальність дослідження набуває особливої ваги в контексті використання цифрових платформ, як інструменту підвищення ефективності обслуговування. Стверджено, що важливим елементом розвитку ресторанного бізнесу є використання цифрових платформ в контексті цифровізації процесів обслуговування, зокрема впровадження інтерактивного віртуального туру, 3D-меню, системи онлайн-бронювання з кастомізацією замовлення та мобільного застосунку, що сприятиме формуванню сучасного цифрового іміджу закладу, покращенню комунікації з клієнтами, залученню нової техноорієнтованої аудиторії бренду. Окреслено перспективи розвитку в українському ресторанному бізнесі, щодо подальшої інтеграції цифрових платформ в контексті цифровізації процесів обслуговування.

**Ключові слова:** цифровізація, цифрові платформи, бізнес-процеси, ресторанний бізнес, цифрова культура обслуговування.

The article is devoted to the analysis of current trends in the development of digital platforms in the restaurant business and their impact on the digital service culture. The relevance of the study is of particular importance in the context of the use of digital platforms as a tool for improving service efficiency in restaurant establishments, driven by the rapid development of digital technologies. The aim of the article is to substantiate the theoretical and practical foundations for the formation of a digital ecosystem of a restaurant enterprise based on the integration of innovative technological solutions (VR tours, 3D menus, online reservation systems, and a mobile application) in order to improve service efficiency, personalize customer experience, and strengthen competitive positions. Research methods: methods of logical generalization were used to identify current trends in digital platforms in the restaurant business; a systems approach and system-structural analysis were applied to examine innovative measures for the use of digital platforms in improving service efficiency; functional analysis was employed to adapt the implementation of digital technologies to enhance the competitiveness of restaurant enterprises under the influence of transformational changes in a dynamic market environment. It is argued that an important element in the development of restaurant enterprises is the use of digital platforms in the context of the digitalization of service processes, in particular the implementation of interactive virtual tours, 3D menus, online reservation systems with order customization, and mobile applications. The implementation of such solutions will contribute to the formation of a modern digital image of the establishment, improvement of communication with customers, and attraction of a new tech-oriented audience. Digital platforms create an immersive effect, allowing customers to experience the brand atmosphere even before visiting the establishment, thereby ensuring a competitive advantage in the service market. The prospects for the development of the Ukrainian restaurant business are outlined, based on the further integration of digital platforms in the context of the digitalization of service processes.

**Keywords:** digitalization, digital platforms, business processes, restaurant business, digital service culture.



**Постановка проблеми.** Ресторанна сфера є складною, динамічною та мультифункціональною галуззю економіки, що поєднує виробничу діяльність, сервісні процеси та елементи індустрії гостинності. Ефективне функціонування підприємств у XXI столітті передбачає не лише адаптацію до зовнішніх змін, а й активне впровадження інноваційних управлінських і технологічних рішень, що інтегруються в усі складові бізнес-процесів – від виробничих операцій і сервісного обслуговування до систем управління клієнтськими відносинами.

У контексті використання цифрових платформ, як інструменту підвищення ефективності обслуговування в закладах ресторанного бізнесу доцільно констатувати, що на сучасному етапі розвитку ресторанна сфера перебуває під впливом глибоких трансформаційних змін, зумовлених стрімким розвитком цифрових технологій, еволюцією споживчих очікувань та загальносвітовими соціально-економічними викликами. Розгляд означеної проблематики є актуальним та набуває особливої значущості в умовах посилення конкуренції, зростання технологічної залежності бізнес-процесів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок в проблематику використання цифрових платформ в контексті цифровізації процесів обслуговування індустрії гостинності зробили українські дослідники: Барна М., Мельник І., Русавська В., Неїленко С. [1; 6] актуалізують значення цифрових платформ як ключового фактора підвищення ефективності управління, оптимізації бізнес-процесів та підвищення рівня якості обслуговування; Братусь Г., Кривоберець М., Скиба Г., Олійник О. та інші [2; 4] розглядають напрями цифровізації обслуговування в ресторанному бізнесі як індивідуальний підхід до надання послуг для досягнення нових конкурентних переваг; Каламан О., Дишкантюк О., Власюк К. [3] аналізують потенціал цифрових платформ як каталізатора для економічних перетворень та реалізації дієвих стратегій у напрямі сталого розвитку; Батченко Л., Гончар Л., Русавська В., Завадинська О., Голубець І. [9; 10; 11] розглядають основні виклики цифрової економіки та необхідність швидкої адаптації до змін шляхом впровадження цифрових платформ для підвищення інноваційного потенціалу підприємств; Тищенко С., Чернявський І. [7; 8] розглядають цифрові платформи як цифрове лідерство активізації інтелектуального капіталу підприємства.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на активний розвиток цифрових технологій у сфері ресторанного бізнесу, низка аспектів їх комплексного впровадження залишається недостатньо дослідженою. Зокрема, потребує подальшого наукового обґрунтування питання інтеграції окремих цифрових інструментів (VR-турів, 3D-меню, онлайн-бронювання, мобільних застосунків) у єдину цифрову екосистему обслуговування, орієнтовану на формування цілісного клієнтського досвіду. Недостатньо вивченими залишаються механізми впливу інтерактивних технологій на поведінку техноорієнтованого споживача, зокрема щодо формування довіри, емоційної залученості та лояльності до бренду ресторанного закладу.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є обґрунтування теоретичних та практичних засад формування цифрової екосистеми ресторанного закладу на основі інтеграції інноваційних технологічних рішень (VR-турів, 3D-меню, систем онлайн-бронювання та мобільного застосунку) з метою підвищення ефективності обслуговування, персоналізації клієнтського досвіду та зміцнення конкурентних позицій підприємства в умовах цифрової трансформації. Для досягнення поставленої мети в статті передбачається вирішення таких завдань: визначити роль цифрових платформ у формуванні сучасної моделі сервісної діяльності; дослідити функціональні можливості інноваційних цифрових інструментів (VR-турів, 3D-меню, систем онлайн-бронювання, мобільних застосунків) у контексті підвищення ефективності обслуговування; обґрунтувати значення інтеграції цифрових рішень у єдину цифрову екосистему ресторану, орієнтовану на персоналізацію сервісу; визначити управлінські та маркетингові переваги впровадження цифрових платформ, зокрема щодо оптимізації бізнес-процесів, аналітики клієнтських даних та підвищення лояльності споживачів; оцінити стратегічне значення цифрових інструментів у формуванні конкурентних переваг ресторанного закладу в умовах розвитку цифрової культури обслуговування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу свідчать про системну трансформацію галузі, що відбувається в напрямі глибокої технологічної інтеграції, популяризації концепцій здорового харчування та впровадження принципів сталого розвитку. Тому,

сучасні ресторани формати функціонують в умовах посилення інноваційної складової, яка охоплює як виробничі процеси, так і сервісні та управлінські механізми. Конкурен-тоспроможні ресторани концепції характеризується здатністю поєднувати традиційні засади гостинності з інноваційними підходами у сфері кулінарії, обслуговування та менеджменту, забезпечуючи формування комплексного та ціннісно орієнтованого споживчого досвіду.

Доцільно наголосити, що ресторанный бізнес відзначається підвищеною чутливістю до впливу зовнішніх чинників, зокрема економічних коливань, політичної нестабільності, сезонних змін попиту, епідеміологічних обмежень та інших форс-мажорних обставин. Така вразливість обумовлює необхідність стратегічного управління діяльністю закладів сфери гостинності із урахуванням потенційних ризиків, формуванням фінансових резервів та розробленням альтернативних бізнес-моделей, здатних забезпечити оперативну адаптацію до змін зовнішнього середовища [9].

Суб'єкти ресторанного бізнесу функціонують в умовах необхідності оперативної адаптації до динамічних змін споживчих уподобань, що зумовлює трансформацію їхніх бізнес-моделей відповідно до актуальних соціальних трендів - від зростання попиту на страву з урахуванням дієт-чних обмежень до активного розвитку сервісів доставки та альтернативних форматів обслуговування.

Отже, систематичний моніторинг технологічних інновацій, змін споживчої поведінки та соціокультурних тенденцій стає ключовою передумовою забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємств ресторанної індустрії. Важливою характеристикою ресторанної індустрії виступає високий рівень конкурентного середовища, що обумовлює потребу в систематичному аналізі ринкової кон'юнктури, своєчасному реагуванні на трансформації споживчих тенденцій та безперервному впровадженні інноваційних рішень. У таких умовах суб'єкти господарювання сфери гостинності змушені забезпечувати стратегічну рівновагу між збереженням ідентичності бренду, підтриманням усталених традицій закладу та інтеграцією сучасних форматів, технологій, сервісних підходів, які відповідають еволюції смаків і очікувань цільової аудиторії [6].

В умовах посиленої конкуренції та активної інноваційної динаміки в ресторанній індустрії результативність впроваджуваних тех-

нологічних рішень безпосередньо корелює з рівнем клієнтської задоволеності та фінансовими показниками діяльності підприємств [9]. Ефективність використання цифрових та управлінських інструментів стає важливим чинником формування стійких конкурентних переваг. За таких умов, якість обслуговування у ресторанному бізнесі виступає інтегральним показником задоволеності споживачів взаємодією із закладом. Вона охоплює не лише процес безпосереднього надання послуг, а й комплекс супутніх елементів, що формують загальне сприйняття підприємства [6].

Отже, специфіка ресторанного бізнесу формується сукупністю взаємопов'язаних чинників, які визначають його багатокомпонентний характер та обумовлюють підвищені вимоги до організації технологічних процесів виробництва кулінарної продукції, надання сервісних послуг і побудови ефективної системи управління. Усвідомлення та системне врахування зазначених особливостей створює методологічне підґрунтя для формування результативних стратегій розвитку підприємств ресторанної індустрії та забезпечення їхньої довгострокової конкурентоспроможності [10].

В умовах посилення конкурентного тиску в ресторанній індустрії актуалізується потреба переосмислення традиційних підходів до організації обслуговування та управління діяльністю закладів. Це зумовлює активне впровадження інноваційних технологій у сфері виробництва кулінарної продукції, сервісного обслуговування та управлінських процесів як на стратегічному рівні, так і в межах операційної взаємодії з клієнтами [6].

Технологічні й концептуальні нововведення виступають важливими чинниками підвищення економічної ефективності підприємств, стимулюють розвиток малого бізнесу та сприяють забезпеченню фінансової стійкості суб'єктів господарювання в умовах конкурентного ринкового середовища ресторанної сфери [3]. Заклади, що зовікають із впровадженням інноваційних технологій або ігнорують їх значущість, поступово втрачають конкурентні переваги, оскільки не спроможні забезпечити належний рівень сервісу, швидкість обслуговування та персоналізований підхід, які формують очікування сучасних споживачів. При цьому, комплексний аналіз ринкової кон'юнктури та сучасних технологічних можливостей свідчить про наявність значного потенціалу для інтеграції інноваційних рішень, здатних суттєво підвищити ефектив-

ність діяльності та конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу.

Інтеграція інноваційних технологій дозволяє комплексно модернізувати діяльність ресторанного закладу, забезпечуючи одночасне підвищення ефективності виробництва, поліпшення якості обслуговування та оптимізацію управлінських процесів. Вони охоплюють три ключові напрямки: виробничі, сервісні та управлінські технології. Виробничі технології сприяють підвищенню точності та ефективності процесу приготування страв, зменшенню втрат ресурсів та впровадженню нових кулінарних концепцій. Сервісні технології створюють умови для швидкого та персоналізованого обслуговування клієнтів, формуючи позитивний клієнтський досвід та зміцнюючи лояльність споживачів. Управлінські технології забезпечують оперативний контроль, аналітичну підтримку прийняття рішень і планування ресурсів, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства та його здатність адаптуватися до змін ринкових умов. Таким чином, впровадження інноваційних технологій стає стратегічним механізмом забезпечення стійкого розвитку ресторанного бізнесу та формування його унікальної цінності на ринку [10].

Водночас, впровадження інноваційних технологій в ресторанному бізнесі виявляє низку проблемних зон та невикористаних можливостей, реалізація яких могла б суттєво підвищити конкурентоспроможність закладу на динамічному ринку ресторанних послуг та закріпити його лідируючі позиції у сфері технологічних інновацій індустрії гостинності. Особлива значущість цих прогалин проявляється в умовах прискореної цифрової трансформації галузі, підвищення очікувань споживачів щодо персоналізованого обслуговування, а також потреби адаптації до нових викликів, обумовлених мінливими соціально-економічними умовами та еволюцією поведінки клієнтської аудиторії. В умовах швидкої цифровізації та постійних змін у споживчих перевагах, проблемні зони та невикористані можливості впровадження інноваційних технологій у ресторанному бізнесі можуть бути трансформовані на стратегічні переваги [2].

Високий рівень конкуренції на ринку послуг змушує підприємства впроваджувати інноваційні технологічні рішення, які не лише підвищують ефективність та якість сервісу, але й формують нові формати взаємодії між клієнтом і ресторанним закладом. Сучасний споживач дедалі більше орієнтується на

цифровий образ бренду, зручність онлайн-взаємодії, наявність мобільних застосунків, систем онлайн-бронювання, швидкість комунікації та персоналізовані пропозиції, що формує нові стандарти оцінки якості обслуговування та впливає на конкурентоспроможність [1].

У зв'язку з цим, використання сучасних цифрових платформ набуває статусу стратегічного напрямку підвищення ефективності обслуговування та розвитку ресторанного закладу. Цифрова платформа представляє інтегровану інформаційно-технологічну систему, що забезпечує взаємодію між різними групами користувачів – підприємством, споживачами, постачальниками, партнерами на основі цифрових інструментів, алгоритмів обробки даних та мережевих комунікацій. У сфері ресторанного бізнесу цифрова платформа виступає інфраструктурною основою для автоматизації операційних процесів – приймання замовлень, бронювання, облік продажів, управління. Тому, для ресторанного закладу цифрові платформи стають ключовим елементом розвитку системи обслуговування клієнтів, інтегруючи всі етапи взаємодії – від першого ознайомлення з закладом до повторного бронювання – у єдиний цифровий простір, що забезпечує зручність, швидкість та персоналізований підхід [1; 3].

Конкурентне середовище ресторанної індустрії відзначається високим рівнем насиченості ринку та постійним загостренням боротьби за споживача. За таких умов технологічна модернізація трансформується в обов'язкову передумову збереження ринкових позицій і забезпечення стійкого функціонування підприємств галузі [11].

Одним із пріоритетних напрямів цифрової модернізації стає створення інтерактивного віртуального туру закладом, який забезпечує новий рівень візуальної комунікації з потенційними відвідувачами. Такий формат онлайн-презентації ресторану відповідає сучасним тенденціям розвитку ресторанного маркетингу, що передбачає ефект занурення споживача у бренд ще до фізичного контакту з закладом. Віртуальний тур дозволяє користувачеві в реальному часі здійснити подорож залами ресторану, ознайомитися з інтер'єром, барною зоною, літньою терасою та навіть спостерігати за технологічним процесом на кухні. Візуалізація виконує подвійну функцію – інформаційну – надає клієнтові можливість оцінити рівень комфорту, дизайн і чистоту приміщень, та емоційну – формує довіру до

закладу та позитивне сприйняття бренду, що сприяє залученню нових відвідувачів та підвищенню лояльності існуючих клієнтів [7].

З маркетингової точки зору, інтерактивна VR-презентація виступає ефективним інструментом підвищення цифрової привабливості бренду ресторану. Вона сприяє підвищенню рівня довіри споживачів, демонструє відкритість і прозорість внутрішніх процесів, а також забезпечує диференціацію закладу від конкурентів. Впровадження такого цифрового рішення формує стійкі позитивні асоціації між брендом ресторану та високими стандартами обслуговування, технологічністю та естетичною просторою. У цьому контексті цифровізація виступає ключовим фактором розвитку сучасної моделі сервісної діяльності, впливаючи на персоналізацію клієнтського обслуговування, підвищення операційної ефективності, вдосконалення маркетингових стратегій та зміцнення конкурентних позицій підприємства [7].

Активне використання цифрових каналів, включаючи соціальні мережі та власний веб-сайт із інтегрованим блогом та системою email-маркетингу, дозволяє підтримувати постійний багатовекторний контакт із цільовою аудиторією, оперативно інформувати про сезонні акції, спеціальні пропозиції, тематичні заходи та новинки меню, підвищуючи залучення клієнтів та їх лояльність до бренду. Інтеграція VR-туру на офіційний веб-сайт ресторану та у соціальні мережі (Instagram, Facebook, TikTok) забезпечує максимальне охоплення цільової аудиторії та формує єдину цифрову комунікаційну платформу [3]. З технічної точки зору впровадження цифрових турів закладу в онлайн-просторі, зокрема, інтерактивних віртуальних турів по ресторану з використанням 360°-панорам, передбачає можливість вільного переміщення між локаціями та інтеграцію інтерактивних елементів, зокрема, коротких текстових описів, музичного супроводу, маркерів із посиланнями на меню чи спеціальні акції [7].

Розробка цифрового 3D-меню з мультимедійною візуалізацією страв є одним із ключових напрямів цифрової трансформації ресторанного закладу, спрямованої на вдосконалення сервісу та підвищення якості клієнтського досвіду. В умовах зростання ролі візуального контенту у споживчій поведінці інтерактивне меню здатне стати ефективним інструментом формування позитивного враження про заклад, поєднуючи інформативність, емоційність та технологічність у єдиному форматі [7].

Запровадження 3D-меню трансформує процес вибору страв у інтерактивну взаємодію, що забезпечує ефект візуального занурення та підвищує рівень довіри споживача до продукту. Кожна позиція меню може супроводжуватися реалістичною тривимірною моделлю страви, яку можна роздивитися з різних ракурсів, а також коротким відеороликом, що демонструє процес приготування чи подачі. Такий підхід не лише підвищує привабливість пропозиції, а й виступає засобом емоційного впливу – клієнт бачить, як саме створюється кулінарна страва, що формує почуття прозорості та впевненості в якості та безпечності. Важливою складовою інтерактивного меню є надання детальної інформаційної підтримки споживача. Меню може містити відомості про походження інгредієнтів, технології їх обробки, харчову цінність, наявність алергенів, а також рекомендації сомельє або пропозиції щодо поєднання зі стравами. Така інформаційна прозорість є особливо актуальною для відвідувачів, які дотримуються спеціальних дієт або принципів здорового харчування [6].

Інноваційним елементом інтерактивного меню є функція кастомізації, що передбачає можливість персонального налаштування замовлення з боку клієнта без прямої участі офіціанта. Вона дозволяє споживачу самостійно визначати склад страви та параметри її приготування, зокрема: обирати гарніри та соуси; задавати ступінь просмажування м'яса; додавати або виключати окремі інгредієнти; визначати способи подачі чи оформлення страви. Такий підхід реалізує принцип гнучкого та індивідуалізованого обслуговування, підвищує рівень задоволеності клієнтів, формує відчуття персональної уваги та контролю над замовленням [6].

З маркетингової точки зору, впровадження 3D-меню сприяє підвищенню емоційної залученості гостей. Інтерактивна подача формує у відвідувачів відчуття сучасності, відкритості та турботи про клієнта, що зміцнює позитивне сприйняття бренду та підвищує рівень лояльності [1]. З технічної точки зору, цифрове 3D-меню може бути реалізоване у вигляді QR-кодів на столах, інтегроване в мобільний застосунок або доступне на офіційному веб-сайті закладу. Такий формат дозволяє скоротити навантаження на персонал, мінімізувати вплив людського фактора під час прийняття замовлення та знизити ризики комунікаційних помилок [4]. Таким чином, цифрове 3D-меню виступає не лише як елемент цифрового

сервісу, а як комплексний маркетингово-технологічний інструмент, який інтегрує функції інформування, розважальної взаємодії, персоналізації замовлень.

Ще одним ефективним інструментом для ресторанного закладу є система онлайн-бронювання з можливістю кастомізації замовлення. Такий підхід не лише спрощує процес взаємодії між клієнтом і рестораном, а й формує відчуття персонального підходу, що сприяє підвищенню рівня задоволеності та лояльності гостей. Система електронного резервування столиків, доступна через офіційний веб-сайт закладу, виступає важливим каналом комунікації в цифровому середовищі, забезпечуючи можливість бронювання у режимі 24/7 без необхідності телефонного контакту, що підвищує конверсію потенційних відвідувачів у реальних клієнтів та оптимізує роботу персоналу [1].

Інтеграція системи онлайн-бронювання з основною системою управління рестораном дозволяє оптимізувати завантаженість залу через інтелектуальне планування розсадки гостей. При цьому враховуються кількість та тривалість перебування різних категорій відвідувачів, їхні спеціальні побажання, а також прогнозування необхідних людських і матеріальних ресурсів. Для ресторанного закладу впровадження подібного рішення є стратегічно важливим кроком у напрямі підвищення ефективності обслуговування та цифрової привабливості бренду [8].

Сучасний техноорієнтований споживач у контексті ресторанного бізнесу очікує максимальної зручності та оперативності у взаємодії із закладом шляхом забезпечення інтегрованої цифрової взаємодії – від онлайн-бронювання та цифрового меню до мобільних додатків і персоналізованих пропозицій. Інтеграція системи онлайн-бронювання столиків з цифровим меню дозволяє здійснити повний цикл дій – від вибору місця у залі до формування попереднього замовлення – без необхідності телефонного дзвінка чи участі адміністратора, забезпечуючи персоналізований і зручний сервіс.

Серед ключових переваг впровадження системи онлайн-бронювання слід виділити можливість персоналізації комунікації з клієнтами. Відвідувачі, які користуються онлайн-резервуванням, можуть отримувати автоматичні повідомлення-підтвердження, нагадування про візит або спеціальні пропозиції до дня народження, що формує позитивний досвід взаємодії та відчуття турботи

з боку ресторану. З управлінської точки зору, інтегроване онлайн-бронювання з функцією кастомізації замовлення сприяє оптимізації бізнес-процесів, що дозволяє прогнозувати навантаження на кухню, рівномірно розподіляти робочий час персоналу та уникати скупчення відвідувачів у години пік. Додатково, автоматизація процесу бронювання зменшує ризики втрати бронювань та дублювання замовлень, що підвищує загальну організаційну ефективність. Важливим аспектом є і мінімізація впливу людського фактора, оскільки автоматизовані системи бронювання та прийому замовлень значно знижують ймовірність помилок, характерних для ручного ведення записів або телефонних комунікацій [5].

Отже, інтеграція системи онлайн-бронювання з функцією кастомізації замовлення у діяльність ресторану сприяє формуванню повноцінної цифрової екосистеми обслуговування, яка поєднує зручність, оперативність та індивідуалізацію сервісу. Реалізація такого рішення забезпечує не лише підвищення якості обслуговування, а й формування конкурентної переваги закладу в умовах розвитку цифрової культури обслуговування.

Розробка мобільного застосунку виступає одним із ключових напрямів створення єдиної цифрової екосистеми ресторану, орієнтованої на персоналізацію сервісу. У сучасних умовах саме мобільні технології є основним каналом комунікації між споживачем і брендом, забезпечуючи оперативний доступ до послуг, інформації та зворотного зв'язку. Для ресторанного закладу мобільний застосунок виступає як інтеграційна платформа, що об'єднує ключові процеси – онлайн-бронювання, формування замовлень, оплату, програми лояльності та аналітику – у єдину ефективну систему управління клієнтським досвідом [3].

З управлінської точки зору мобільний застосунок виступає як інструмент збору та аналітики клієнтських даних, що дозволяє формувати портрет споживача, аналізувати його поведінку та розробляти персоналізовані маркетингові кампанії. Інтеграція з CRM-системою забезпечує автоматичне збереження історії відвідувань, замовлень і взаємодій кожного користувача, створюючи базу для ефективного маркетингово таргетингу та підвищення повторних візитів [5].

Отже, створення цифрових платформ є стратегічним кроком у побудові цифрової сервісної екосистеми ресторану, яка поєднує функціональність, персоналізацію та інтер-

активність. Впровадження таких рішень не лише оптимізує внутрішні бізнес-процеси, а й суттєво підвищує рівень задоволеності гостей, закріплюючи позиції закладу як інноваційного та клієнтоорієнтованого підприємства нового покоління [8].

Таким чином, цифрові інновації не лише модернізують традиційні підходи до управління та обслуговування, а й визначають стратегічні орієнтири розвитку підприємств сфери гостинності в умовах динамічних ринкових трансформацій. Тому, інноваційні цифрові технології виступають визначальним чинником модернізації ресторанного бізнесу [11].

Комплексна інтеграція цифрових інновацій у діяльність підприємств гостинності забезпечує не лише адаптацію до сучасних технологічних, економічних та поведінкових змін, але й створює додаткові вектори розвитку. Інноваційні заходи, спрямовані на зміцнення конкурентних позицій підприємств, являють собою систему прогресивних рішень і технологічних удосконалень, що забезпечують зростання ефективності діяльності, покращення рівня

сервісу та формування додаткової цінності для споживачів. Впровадження таких заходів дозволяє підприємствам успішно адаптуватися до динамічних ринкових змін, підвищувати продуктивність, оптимізувати витрати та забезпечувати сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

В контексті аналізування в табл. 1 представлено науково-структуровані заходи щодо цифрових платформ для підвищення ефективності обслуговування закладу ресторанного бізнесу.

Таким чином, впровадження сучасних цифрових платформ у діяльність ресторанного закладу формує єдину цифрову екосистему обслуговування, яка поєднує зручність, швидкість та персоналізацію сервісу. Інтерактивні VR-тури дозволяють потенційним клієнтам ознайомитися з інтер'єром та технологічними процесами закладу в режимі реального часу, створюючи ефект занурення та формуючи позитивне сприйняття бренду. Цифрове 3D-меню забезпечує інтерактивну візуалізацію страв із деталізацією інгредієнтів,

Таблиця 1

**Заходи щодо використання цифрових платформ  
у підвищенні ефективності обслуговування ресторану**

<b>Напрямок цифровізації</b>	<b>Зміст заходу</b>	<b>Очікуваний результат</b>
Інтерактивна візуальна презентація ресторану (VR/360° тур)	Створення віртуального туру по залу, кухні та терасі з 360° панорамами. Інтеграція на офіційний веб-сайт закладу.	Підвищення цифрової привабливості закладу, формування ефекту «присутності», демонстрація відкритості та прозорості, залучення нових клієнтів через інтерактивний формат.
Цифрове меню з 3D-візуалізацією страв	Розробка інтерактивного меню з високоякісними фото, відео процесу приготування, 3D-моделями страв; даними про інгредієнти, калорійність і можливість кастомізації.	Підвищення зацікавленості гостей, забезпечення ефекту візуального занурення, скорочення часу на вибір страв, впевненість в якості та безпечності, персоналізація замовлення, створення преміального іміджу закладу.
Онлайн-бронювання столиків із кастомізацією замовлення	Запровадження системи попереднього бронювання через сайт і мобільний застосунок із можливістю вибору столика, часу, кількості гостей, попереднього замовлення страв.	Оптимізація роботи персоналу та завантаженості залу, підвищення ефективності обслуговування, персоналізація комунікації з клієнтами, забезпечення цифрової привабливості бренду.
Мобільний застосунок	Розробка фірмового додатку із функціями бронювання, takeaway-замовлення, онлайн-оплати, програми лояльності та push-повідомлень.	Підвищення повторних візитів шляхом прямого каналу комунікації з клієнтами, формування «портрету» споживача, досягнення персоналізації та інтерактивності сервісу.

*Джерело: сформовано автором*

інформацією про харчову цінність, алергени та можливість кастомізації замовлення, що підвищує емоційну залученість і довіру споживачів. Система онлайн-бронювання з інтегрованою кастомізацією замовлень оптимізує завантаженість залу, передбачає ресурсне планування персоналу та кухні, автоматизує процеси бронювання та формує персоналізований контакт із клієнтами через автоматичні підтвердження, нагадування та спеціальні пропозиції. Мобільний застосунок виступає інтеграційною платформою, яка об'єднує процеси бронювання, замовлення, оплати, лояльності та аналітики, забезпечуючи збір і обробку даних про поведінку споживачів, формування портрету клієнта та розробку персоналізованих маркетингових стратегій.

Комплексне використання цих цифрових інструментів дозволяє створити ефективну інноваційну модель обслуговування, що підвищує ефективність обслуговування, якість сервісу, рівень задоволеності гостей та закріплює конкурентні позиції ресторану в умовах розвитку цифрової культури обслуговування. У результаті реалізації запропонованих заходів заклад ресторанного бізнесу зможе перейти на якісно новий рівень цифрової культури обслуговування, сформувавши власну інтелектуальну сервісну екосистему.

**Висновки.** Проаналізовано комплекс заходів щодо використання цифрових платформ для підвищення ефективності обслуговування. Розглянуто створення інтерактивних віртуальних турів по ресторану з 360-градусними панорамами з можливістю вільного переміщення між локаціями, що дозволить підвищити онлайн-зацікавленість клієнтів та

збільшити кількість бронювань через сайт. Обґрунтовано необхідність розробки цифрового 3D-меню з мультимедійною візуалізацією страв. Підтверджено необхідність впровадження системи онлайн-бронювання із можливістю кастомізації замовлення, що скоротить час обслуговування та оптимізує завантаженість залу. Розглянуто концепцію мобільного застосунку як централізованої платформи для бронювання, замовлення, оплати та участі в програмі лояльності, що підвищить частоту повторних відвідувань та забезпечить ефективну персоналізовану комунікацію з клієнтами. Встановлено, що впровадження запропонованих цифрових рішень дозволить закладу ресторанного бізнесу перейти на якісно новий рівень обслуговування та сформувати власну інтелектуальну сервісну екосистему.

Запропонований комплекс заходів щодо використання цифрових платформ враховує специфіку діяльності закладів ресторанного бізнесу в умовах обмежених ресурсів та необхідності швидкої адаптації до змін у споживчій поведінці, що робить його особливо актуальним для сучасних реалій українського ресторанного ринку послуг.

**Перспективним напрямком подальших досліджень** в українському ресторанному бізнесі є подальша інтеграція цифровізації у сервісно-виробничі процеси з метою адаптації до глобальних тенденцій індустрії гостинності. Доцільно глибше розглянути вплив інтегрованих цифрових платформ на поведінку споживачів, зокрема на лояльність, повторні відвідування та ефективність персоналізації.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Барна М., Мельник І. Стратегія цифровізації готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-66>
2. Братусь Г., Кривоберець М., Скиба Г. Система управління конкурентними перевагами підприємства в сфері інформаційних технологій. *Підприємництво і торгівля*. 2025. № 45. С. 124–132. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2025-45-15>
3. Каламан О., Дишкантюк О., Власюк К. Основні питання цифрової трансформації економіки в контексті розробки оптимальних стратегій розвитку підприємств. *Підприємництво і торгівля*. 2024. № 43. С. 44–51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-43-06>
4. Олійник О. В., Шестакова А. В., Ярмолюк Д. І. Напрями цифровізації ресторанного бізнесу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 1(103). С. 15–21. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-1\(103\)-15-21](https://doi.org/10.26642/ema-2023-1(103)-15-21)
5. Русавська В., Кожухівський С. Цифровізація та інноваційні технології в ресторанному бізнесі: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 81. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-60>
6. Русавська В., Неїленко С. Якість як визначальний фактор задоволення потреб споживачів продукції та послуг ресторанного бізнесу. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2022. Т. 5(1). С. 148–158. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.5.1.2022.260890>

7. Тищенко С. Цифрові технології в індустрії гостинності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. № 7. С. 131–139. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.16>
8. Чернявський І. Цифрове лідерство як платформа активізації розвитку інтелектуального капіталу підприємств аграрної сфери. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2025. Вип. 22. С. 234–242. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.26>
9. Rusavska V., Batchenko L., Honchar L., Zavadynska O., Tanasiichuk O. Current problems, drivers and dominants of the service economy. *Journal of management Information and Decision Sciences*. 2021. Vol. 24(S2). P. 1–9. URL: <https://www.abacademies.org/articles/current-problems-drivers-and-dominants-of-the-service-economy-11541.html> (date of access: 24.02.2026).
10. Rusavska V., Zavadynska O., Honchar L., Holubets I. Quality Management in Restaurant Businesses: Theoretical Bases and Modern Methodological Approaches. *Socio-Cultural Management Journal*. 2025. Vol. 8(1). P. 23–45. DOI: <https://doi.org/10.31866/2709-846X.1.2025.336355>
11. Zavadynska O., Rusavska V. Formation of the Concept of Development and Modernisation of Competitive Hotel and Restaurant Establishments in Conditions of Global Threats. *Restaurant and Hotel Consulting. Innovations*. 2025. Vol. 8(1). P. 100–111. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.8.1.2025.334835>

## REFERENCES:

1. Barna, M., & Melnyk, I. (2025). Stratehiia tsyfrovizatsii hotelno-restorannoho biznesu [Hotel and restaurant business digitalization strategy]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, vol. 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-66>
2. Bratus, H., Kryvoberets, M., & Skyba, H. (2025). Systema upravlinnia konkurentnymy perevahamy pidpriemstva v sferi informatsiinykh tekhnolohii [Enterprise competitive advantage management system in the information technology sector]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia – Entrepreneurship and Trade*, no. 45, pp. 124–132. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2025-45-15>
3. Kalamani, O., Dyshkantiuk, O., & Vlasniuk, K. (2024). Osnovni pytannia tsyfrovoi transformatsii ekonomiky v konteksti rozrobky optymalykh stratehii rozvytku pidpriemstv [Main issues of the economy digital transformation in the context of developing optimal strategies for the development of enterprises]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia – Entrepreneurship and Trade*, no. 43, pp. 44–51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-43-06>
4. Oliinyk, O. V., Shestakova, A. V., & Yarmoliuk, D. I. (2023). Napriamy tsyfrovizatsii restorannoho biznesu [Directions of the restaurant business digitalization]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia – Economics, Management and Administration*, no. 1(103), pp. 15–21. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-1\(103\)-15-21](https://doi.org/10.26642/ema-2023-1(103)-15-21)
5. Rusavska, V., & Kozhukhivskyyi, S. (2025). Tsyfrovizatsiia ta innovatsiini tekhnolohii v restorannomu biznesi: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [Digitalization and innovative technologies in the restaurant business: current state and prospects for development]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, vol. 81. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-60>
6. Rusavska, V., & Neilenko, S. (2022). Yakist yak vyznachalniy faktor zadovolennia potreb spozhyvachiv produktsii ta posluh restorannoho biznesu [Quality as a Determining Factor of Satisfying the Consumers' Needs in Restaurant Business Products and Services]. *Restoranni i hotelnyi konsaltni. Innovatsii – Restaurant and hotel consulting. Innovations*, vol. 5(1), pp. 148–158. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.5.1.2022.260890>
7. Tyshchenko, S. (2021). Tsyfrovii tekhnolohii v industrii hostynnosti [Technologies in the hospitality industry]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika – Taurida Scientific Herald. Series: Economics*, no. 7, pp. 131–139. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.16>
8. Cherniavskyyi, I. (2025). Tsyfrove liderstvo yak platforma aktyvizatsii rozvytku intelektualnogo kapitalu pidpriemstv ahrarnoi sfery [Digital leadership as a platform for activating the development of intellectual capital of agricultural enterprises]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika – Taurida Scientific Herald. Series: Economics*, vol. 22, pp. 234–242. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.26>
9. Rusavska, V., Batchenko, L., Honchar, L., Zavadynska, O., & Tanasiichuk, O. (2021). Current problems, drivers and dominants of the service economy. *Journal of management Information and Decision Sciences*, vol. 24(S2), pp. 1–9. Available at: <https://www.abacademies.org/articles/current-problems-drivers-and-dominants-of-the-service-economy-11541.html> (accessed February 24, 2026)
10. Rusavska, V., Zavadynska, O., Honchar, L., & Holubets, I. (2025). Quality Management in Restaurant Businesses: Theoretical Bases and Modern Methodological Approaches. *Socio-Cultural Management Journal*, vol. 8(1), pp. 23–45. DOI: <https://doi.org/10.31866/2709-846X.1.2025.336355>

11. Zavadynska, O., & Rusavska V. (2025). Formation of the Concept of Development and Modernisation of Competitive Hotel and Restaurant Establishments in Conditions of Global Threats. *Restaurant and Hotel Consulting. Innovations*, vol. 8(1), pp. 100–111. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.8.1.2025.334835>

Дата надходження статті: 23.03.2026

Дата прийняття статті: 14.04.2026

Дата публікації статті: 23.04.2026