

УДК 338.48:640.43

Чайка І. М.*i.4haika@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1931-5750**доктор філософії, асистент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів***Дністрянська Н. І.***d_natalja@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-6465-9902**кандидат географічних наук, старший викладач кафедри туризму, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів*

СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ЇХНІ МАРКЕТИНГОВІ МОЖЛИВОСТІ

Анотація. У статті розглянуто особливості систем автоматизації ресторанного бізнесу в Україні. Для досягнення мети дослідження було використано загальнонаукові методи: порівняльний, пошуковий, аналізу та синтезу. Публікація містить інформацію про наявні на ринку інформаційні системи, які сприяють автоматизації ресторанного бізнесу, зокрема, зацікавлено саме на маркетингових функціях програмного забезпечення. Основними проблемами у сфері використання ресторанными підприємствами систем автоматизації є: недоступність окремих іноземних програм, використання російського програмного забезпечення. Позитивним моментом є розвиток та поширення для ресторанного бізнесу програмного забезпечення від національного виробника. Проведений порівняльний аналіз популярних систем автоматизації, а саме “Poster” та “Servio” засвідчив, що основними маркетинговими функціями програм є: ведення клієнської бази (клієнтів з доставки, корпоративних, постійних відвідувачів); встановлення системи лояльності та її автоматизація; можливості групування клієнтів для диференціації системи знижок; виділення товарів винятків, на які не поширюється система знижок, якщо такі є; автоматизація акційних програм; налаштування розсилок. Розширили можливості реалізації маркетингових завдань окремі цифрові платформи, зокрема сервіси системи “Choice”. Ключовими його функціями є доступ до створення зручного електронного меню чи сайту за певними шаблонами, можливість управління агрегаторами (“Glovo”, “Bolt Food”, сайт доставки та самовиносу, онлайн-меню з замовленням до столу) та ін. Допоміжні платформи для цифровізації ресторанного бізнесу та забезпечення маркетингових функцій реалізував “Мопобанк”, який також дає можливість розробки електронного меню за шаблоном. Напрацювання цієї статті мають перспективи бути використаними при підготовці навчальних матеріалів для фахівців спеціальності «Готельно-ресторанної справа». Також, зроблений порівняльний аналіз програм та висновки актуальні для організаційно-управлінських та комунікаційних відділів підприємств ресторанного бізнесу.

Ключові слова: ресторанний бізнес, інформаційна система, система автоматизації, CRM, діджитал-маркетинг

Chaika Iryna*i.4haika@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1931-5750**Ph.D., Assistant at the Department of Hotel and Restaurant Business and Food Technologies, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv***Dnistrianska Nataliia***d_natalja@ukr.net, ORCID: 0000-0001-6465-9902**Candidate of Geographic Sciences, Senior Lecturer at the Department of Tourism, Lviv Polytechnic National University, Lviv*

MARKETING OPPORTUNITIES OF RESTAURANT BUSINESS AUTOMATION SYSTEMS

Abstract. *The article examines the features of restaurant business automation systems in Ukraine. General scientific methods were used to achieve the study's goal: comparative, search, analysis, and synthesis. The publication contains information about information systems available on the market that contribute to the automation of the restaurant business, with a particular emphasis on the marketing functions of the software. The main problems in the use of automation systems by restaurant enterprises are: the unavailability of certain foreign programs and the use of russian software. A positive point is the development and distribution of software for the restaurant business from a national manufacturer. A comparative analysis of popular automation systems, namely "Poster" and "Servio", showed that the main marketing functions of the programs are: customer base management (delivery customers, corporate customers, regular visitors); loyalty system installation and automation; customer grouping options to differentiate the discount system; allocation of goods as exceptions that are not covered by the discount system, if any; automation of promotional programs; newsletter settings. Was have expanded the possibilities for implementing marketing tasks by individual digital platforms, in particular the services of the "Choice" system. Its key functions are access to creating a convenient electronic menu or website using certain templates, the ability to manage aggregators ("Glovo", "Bolt Food", delivery and takeaway site, online menu with ordering to the table), etc. Auxiliary platforms for the digitalization of the restaurant business and the provision of marketing functions were implemented by Monobank, which also allows the development of an electronic menu using a template. The findings of this article have the potential to be used in the preparation of educational materials for specialists in the specialty "Hotel and Restaurant Business". Also, a comparative analysis of programs has been developed and the conclusions are relevant for the organizational, management, and communication departments of restaurant business enterprises.*

Key words: restaurant business, information system, automation system, CRM, digital marketing.

JEL Classification: L83, M31

DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-12-9>

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток цифрових технологій створює нові можливості для підприємництва. Корпоративні інформаційні системи дозволяють злагоджено управляти значною частиною виробничих процесів у ресторанному бізнесі. Відповідно, актуально дослідити, які маркетингові функції забезпечують інформаційні системи та які проблеми наявні на українському ринку цифрових продуктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Базові напрямки роботи систем автоматизації розглянуто в публікації Камушкова О.С., Жилко О.В., Незвещук-Когут Т.С. [3]. Питання класифікації та функціональних можливостей систем автоматизації ресторанного бізнесу досліджено у працях Бутельського Я.Ю. [1; 2]. Детальний огляд POS-систем для сфери готельно-ресторанного бізнесу наявний у публікації Лисюк Т.В. [4]. У статті Фостолович В., Боцян Т., Павлової С., Фостоловича Р., Гуртового Ю. виконано аналіз функцій програми автоматизації ресторанного бізнесу "Poster" [5]. Аналіз користувацького досвіду

застосування POS-систем у різних типах ресторанів США представлений у публікації Чавушоглу М. [7]. Загальна оцінка тенденцій цифровізації ресторанної індустрії подана у праці Альта Р. [6].

Попри наявний вагомий науковий доробок у питаннях програмного забезпечення для автоматизації ресторанного бізнесу, актуально поглиблено розглядати програми, що представлені на українському ринку, їхні функціональні можливості, зокрема, в контексті маркетингових завдань.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ринку автоматизованих інформаційних систем ресторанного бізнесу на предмет забезпечення маркетингових функцій. Для її досягнення необхідно: проаналізувати предметні напрацювання українських та іноземних науковців; на основі коментарів рестораторів, виокремити основні проблеми впровадження інформаційних систем; провести моніторинг доступних інформаційних систем для ресторанного бізнесу України; оцінити маркетингові можливості систем автоматизації.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Впровадження автоматизованих інформаційних систем у ресторанний бізнес розпочалося з використання перших програм та обладнання касового і бухгалтерського обліку. У межах цього дослідження були проведені консультації з рестораторами, які стверджують, що частина підприємств галузі продовжує використовувати лише програмне забезпечення для роботи каси та бухгалтерського обліку.

На ринку програмного забезпечення для ресторанної сфери існує проблема: невелика кількість програм українського виробництва, мала кількість представлених іноземних програм (“Toast”, “Open Table”, поки що не доступні для українського ринку) та, особливо гостра, – це використання російського ПЗ українським бізнесом. Проте, наявні тенденції щодо зростання національного виробництва програм автоматизації для ресторанної сфери.

Програмне забезпечення може функціонувати через придбане підприємством стаціонарне обладнання, яке передбачає наявність власного локального сервера, але є громіздким та менш ергономічним, дорожчим, або завдяки хмарним програмам автоматизації, які передбачають купівлю підписки та збереження даних на віддаленому сервері. Обидва технічні рішення мають свої переваги та недоліки. Однак можливість роботи через хмарний сервер робить програми автоматизації більш доступними для малих підприємств ресторанного бізнесу.

Сучасні програми розширили спектр своїх можливостей, зокрема розробники POS (Point Of Sale)-систем доповнили функціонал своїх програм, і фактично є комплексними корпоративними системами автоматизації ресторанного бізнесу. Більшість програм такого типу містять CRM (Customer Relationship Management) модуль, який фактично допомагає реалізувати основні маркетингові функції на підприємстві. Вони створені для збору інформації про клієнта, забезпечення довготривалих взаємовідносин з ними, через інструменти стимулювання збуту, які вдало персоналізовані. Впровадження такої системи ресторанним закладом сприяє збільшенню влучності маркетингової політики, передусім комунікацій. Ефективність ведення CRM-систем підтверджується збільшенням продажів.

У таблиці 1 представлено особливості двох систем автоматизації, які використовують на українському ринку ресторанного бізнесу.

Лісюк Т.В. зазначає, що персоналізація послуг готельно-ресторанного бізнесу може здійснюватись через технології: Big Data та штучного інтелекту (AI), чат-ботів, голосових помічників, персональних програм лояльності [4, с. 8].

Окрім загальних програм, наявні спеціальні діджитал платформи, які забезпечують маркетингові функції. Серед таких додаткових ресурсів для ресторанного бізнесу можна виділити сервіс компанії “Choice” [8], який на своїй платформі надає можливості:

- створення сайту закладу та сайту доставки;
- створення додатку закладу через розроблену платформу;
- керування агрегаторами (“Glovo”, “Bolt Food”, сайт доставки та самовиносу, онлайн-меню з замовленням до столу) в закладі на одному планшеті;
- інтеграції з POS системами та забезпечення прийому оплати, відгуків, перегляду меню через єдиний QR-код;
- автоматизації процесів резервації.

Компанія розробила власний CRM модуль, який дозволяє створювати клієнську базу ресторанного закладу, також доступна функція запуску системи лояльності (налаштування промокодів, бонусів та розсилки) для користувачів тарифу “Smart” та “Pro”. Варто звернути увагу на функцію керування агрегаторами, саме вона розширює канали збуту продукції ресторанних закладів.

Потребу ресторанного бізнесу в організації електронного меню, електронних відгуків та безконтактної оплати врахували і банки. Команда “Monobank” запустила сервіс “Expienza” [9], який підтримує такі функції та зменшує торивалість обслуговування клієнта.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Розвиток цифрових технологій створює можливості збільшення функціоналу програмного забезпечення, зниження його вартості та налагодження доступності навіть для малого бізнесу. Ці тенденції відповідають загальним трендам суспільної цифровізації. Помітною є трансформація з часів використання лише касових систем та програм бухгалтерського обліку. POS-системи змінюються, додають модулі та стають інтегрованими корпоративними системами. Помітним саме є розширення функціоналу CRM-модулів або поширення окремих CRM програм для ресторанного бізнесу, саме вони відповідають за

Таблиця 1

Комплексні системи автоматизації ресторанного бізнесу

	Poster	Servio WorkDesk
Платформа:	хмарний сервер	хмарний сервер, локальний сервер + ПЗ Servio
Функціональні блоки:	– Статистика (продажі, клієнти, працівники, цехи, категорії, товари, ABC-аналіз, чеки, відгуки, оплати, податки) – Фінанси (транзакції, cash flow, касові зміни, зарплата, рахунки, категорії, P&L) – Меню (товари, тех.картки, напівфабрикати, інгредієнти, категорії товарів та тех. карток, категорії інгредієнтів, цехи, QR-меню) – Склад (залишки, постачання, переробки, переміщення, списання, звіт за рухом, інвентаризації, постачальники, склади, фасування) – Маркетинг (клієнти, групи клієнтів, програми лояльності, винятки, акції) – ППРО – Застосунки – Налаштування	– Фронт-офіс (номенклатура, прейскурант, модифікатори, онлайн-меню, розклади, торгові акції, планувальники подій, монітор замовлень, зони обслуговування, кейтеринг монітор, замовлення, карта кур'єрів, монітор завантаженості кур'єрів) – Графік роботи – Календар – Бек-офіс (замовлення постачальнику, прибуткові накладні, майстер документів, реалізація та повернення, переміщення, список змін, списання, виробництво, обробка, інвентаризація, гроші, видалені, реєстр документів) – Лояльність та CRM (дисконтні картки, картки, браслети, сервіс розсилки, відгуки, заходи, програма дня) – Звіти – Довідники – Панель керування – Налаштування
Маркетингові можливості:	– встановлення системи лояльності та її автоматизація; – можливості групування клієнтів для диференціації системи знижок; – виділення товарів винятків, на які не поширюється система знижок, якщо такі є; – автоматизація акційних програм (підтримка можливості впровадження акцій «Щасливі години», «2+1», «Шоста філіжанка кави у подарунок») – налаштування розсилок;	– ведення клієнської бази (клієнтів з доставки, корпоративних, постійних відвідувачів); – ведення клієнської бази через введення бази карток; – встановлення акційних програм дня

Джерело: авторська розробка

переважну частину маркетингових завдань. Також на ринку помітно зростає кількість платформ, які сприяють оптимізації продажів. Вони, через управління агрегаторами, створюють нові шляхи продажу продукції, що позитивно впливає на ресторанний бізнес.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутельський Я. Ю. Системи управління в ресторанному бізнесі: класифікація та особливості. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія «Економічна», серія «Юридична»*. 2024. Вип. 40. С. 70–76. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1064/940>
2. Бутельський Я. Ю. Автоматизовані інформаційні системи управління підприємствами ресторанного бізнесу. *Академічні візії*. 2024. Вип. 29.

URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/942>

3. Камушков О., Жилко О., Незвещук-Когут Т. Технології автоматизації системи управління у закладах ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-48>
4. Лисюк, Т. Інноваційні рішення в готельно-ресторанному бізнесі: технології автоматизації та персоналізації послуг. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-13>
5. Фостолович В., Боцян Т., Павлова С., Фостолович Р., Гуртовий Ю. Poster як інструмент цифровізації системи управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка. Управління. Інновації. Серія «Економічні науки»*. 2024. Вип. 1. URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001491950>

6. Alt R. Digital Transformation in the Restaurant Industry: Current Developments and Implications. *Journal of Smart Tourism*. 2021. Vol. 1(1), P. 69–74. DOI: <https://doi.org/10.52255/smarttourism.2021.1.1.9>

7. Cavusoglu M. An analysis of technology applications in the restaurant industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2019. Vol. 10(1). P. 45–72.

8. Choice. Головна сторінка. URL: <https://choiceqr.com/uk/products/>

9. Expireenza by mono. Головна сторінка. URL: <https://expireenza.com/>

REFERENCES

1. Butelskyi, Y. (2024), “Management systems in the restaurant business: classification and features”, *Scientific notes of Lviv University of Business and Law, Series “Economics” and “Law”*, vol. 40, pp. 70–76., URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1064/940> (Accessed February 20, 2025).

2. Butelskyi, Y. (2024), “Automated information systems for management of restaurant business enterprises”, *Academic Visions*, vol. 29, URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/942> (Accessed February 20, 2025).

3. Kamushkov, O. Zhylko, O. and Nezveshchuk-Kohut, T. (2022), “Management system automation technol-

ogies in restaurant establishments”, *Economy and Society*, vol. 43, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-48> (Accessed February 20, 2025).

4. Lysiuk, T. (2024), “Innovative solutions in the hotel and restaurant business: automation and personalisation technologies”, *Economy and Society*, vol. 67, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-13> (Accessed February 20, 2025).

5. Fostolovych, V. Botsian, T., Pavlova, S. Fostolovych, R. and Hurtovyi, Y. (2024), “Poster as a tool for digitalization of the management system of hotel and restaurant business enterprises”, *Economy, Management, Innovation, Series Economic Sciences*, [Online], vol. 1, URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001491950> (Accessed February 20, 2025).

6. Alt, R. (2021), “Digital Transformation in the Restaurant Industry: Current Developments and Implications”, *Journal of Smart Tourism*, vol. 1(1), pp. 69–74, DOI: <https://doi.org/10.52255/smarttourism.2021.1.1.9> (Accessed February 20, 2025).

7. Muhittin, C. (2019), “An analysis of technology applications in the restaurant industry”, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, vol. 10, pp. 45–72.

8. Choice, URL: <https://choiceqr.com/uk/products/> (Accessed February 20, 2025).

9. Expireenza by mono, URL: <https://expireenza.com/> (Accessed February 20, 2025).

Стаття надійшла до редакції
27 лютого 2025 р.