

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-192>

УДК 641.5:658.8:004.42

ІННОВАЦІЇ В БАРНІЙ СПРАВІ: ВІД CRM ДО ОБЛАДНАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

INNOVATIONS IN THE BAR INDUSTRY: FROM CRM TO EQUIPMENT IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Ратинський Вадим Віталійович

кандидат економічних наук, доцент,
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9283-6371>

Шерстюк Роман Петрович

доктор економічних наук, доцент,
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6253-9421>

Паляниця Віктор Анатолійович

кандидат економічних наук, доцент,
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8412-8970>

Ratynskiy Vadym, Sherstiuk Roman, Palianytsia Viktor
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

У сучасному світі готельно-ресторанний бізнес стрімко трансформується під впливом цифрових технологій та інноваційних рішень. Барна справа, яка є однією з найдинамічніших складових цієї індустрії, не стоїть осторонь – інтеграція сучасних CRM-систем, автоматизованого обладнання та аналітичних інструментів відкриває нові можливості для оптимізації процесів та підвищення якості обслуговування. У даній статті ми розглянемо ключові аспекти впровадження інновацій, проаналізуємо їх вплив на бізнес та продемонструємо графічні схеми, що ілюструють синергію технологій у барній справі. Також у статті розглядаються сучасні інновації в барній справі, зокрема інтеграція CRM-систем та сучасного обладнання в готельно-ресторанному бізнесі, що сприяє оптимізації операційних процесів і підвищенню рівня персоналізації сервісу. Проаналізовано переваги цифрової трансформації, визначено ключові виклики впровадження інноваційних технологій та запропоновано рекомендації щодо їх ефективного використання для забезпечення конкурентоспроможності підприємств у сучасних ринкових умовах.

Ключові слова: інновації, CRM, барна справа, обладнання, готельно-ресторанний бізнес.

In today's world, the hotel and restaurant business is rapidly transforming under the influence of digital technologies and innovative solutions, and the bar industry, as one of the most dynamic and vibrant segments of this sector, is experiencing profound changes in both its operational and strategic paradigms. The integration of modern Customer Relationship Management (CRM) systems, state-of-the-art automated equipment, and advanced analytical tools is opening unprecedented opportunities for process optimization, enhanced service quality, and increased operational efficiency. This article examines the key aspects of implementing these innovations, provides a detailed analysis of their multifaceted impact on business performance, and demonstrates the synergy of these technologies through comprehensive graphical schemes that illustrate the flow of information and the interconnection between various system components. Furthermore, the study delves into the latest trends and best practices in adopting innovative solutions within the bar sector, with particular attention paid to how the integration of CRM systems and cutting-edge equipment is revolutionizing the hotel and restaurant business. This technological transformation not only optimizes operational processes but also elevates the level of personalized service, thereby fostering stronger customer engagement and loyalty. The article critically assesses the tangible benefits of digital transformation, including improvements in efficiency, service quality, and data-driven decision-making, while also addressing the

inherent challenges. It identifies key obstacles such as technological compatibility issues, the need for extensive staff training, and cybersecurity risks that may arise during implementation. Moreover, the paper offers practical recommendations for overcoming these challenges and for leveraging digital solutions to secure a competitive edge in an increasingly dynamic market environment. By providing strategic insights and a comprehensive overview of the current state and future potential of innovation in the bar industry, this article aims to guide industry stakeholders in their efforts to thrive in a rapidly evolving business landscape, ensuring sustainable growth and long-term success in the competitive world of hospitality.

Keywords: innovations, CRM, bar industry, equipment, hospitality business.

Постановка проблеми. Сучасний ринок гостинності характеризується високою конкуренцією та постійно зростаючими вимогами клієнтів. Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, бари та ресторани активно впроваджують інноваційні технології. Основними напрямками розвитку стають цифровізація процесів, автоматизація обслуговування, використання CRM-систем для управління клієнтськими даними та інтеграція сучасного обладнання. Ці заходи дозволяють не лише підвищити ефективність роботи закладу, а й створити унікальний клієнтський досвід, який забезпечує лояльність та стимулює зростання прибутковості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження у сфері інновацій у барній справі демонструють, що як українські, так і зарубіжні науковці приділяють значну увагу інтеграції сучасних цифрових технологій для оптимізації операційної діяльності та підвищення якості обслуговування у готельно-ресторанному бізнесі. Українські дослідники, зокрема Головня О. М. [3,4], Лопатюк Р. І. [10; 15], Постова В. В. [9] та Ставська Ю. В. [13], акцентують увагу на впровадженні CRM-систем як засобу персоналізації клієнтського досвіду, автоматизації внутрішніх процесів та адаптації технологічних рішень до специфіки локального ринку. Їхні роботи розглядають питання ефективного збору та аналізу даних, підкреслюючи, що інтеграція сучасного обладнання в комбінації з CRM-системами дозволяє не лише оптимізувати роботу закладу, але й забезпечити конкурентну перевагу через зниження операційних витрат та підвищення рівня задоволеності клієнтів. У зарубіжних дослідженнях, представлених, наприклад, працями O'Brien F. A. та Meadows M. [16], розглядаються глобальні тенденції цифрової трансформації в галузі гостинності, де інтеграція інноваційних технологій, таких як штучний інтелект, машинне навчання та Інтернет речей, сприяє створенню динамічних моделей прийняття рішень і формуванню інтегрованих сервісних платформ. Ці роботи підкреслюють, що синергія між CRM-системами та сучасним

обладнанням дозволяє здійснювати комплексну оптимізацію бізнес-процесів, що включає як оперативне реагування на змінні запити споживачів, так і стратегічне планування на основі аналітики великих даних. Спільно аналіз українських та зарубіжних підходів свідчить про необхідність поетапного впровадження інноваційних технологій із застосуванням локальних адаптацій і глобальних стандартів, що забезпечує створення умов для стійкого розвитку галузі, підвищення якості обслуговування та задоволення вимог сучасних клієнтів. Цей комплексний підхід до цифрової трансформації в барній справі відкриває нові перспективи для інтеграції технологічних рішень у традиційні бізнес-моделі, стимулюючи як економічну ефективність, так і інноваційний розвиток підприємств у сфері гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова трансформація стає основою сучасної барної справи. Вона охоплює впровадження інтегрованих систем, що забезпечують автоматизацію процесів, аналіз даних та управління взаємовідносинами з клієнтами. До основних напрямків цифровізації належать:

– **Автоматизація процесів:** Від прийому замовлень до управління запасами та обслуговування клієнтів.

– **Персоналізація сервісу:** Завдяки аналітиці даних можна пропонувати клієнтам індивідуальні рішення, виходячи з їхніх уподобань.

– **Ефективне управління ресурсами:** Сучасні системи дозволяють оптимізувати роботу персоналу та зменшити витрати на експлуатацію обладнання.

Цифрова трансформація в барній справі є багатовимірним процесом, що включає інтеграцію інноваційних інформаційних технологій у всі аспекти операційної діяльності закладів, спрямованих на оптимізацію процесів управління, підвищення якості сервісу та забезпечення конкурентоспроможності на динамічно змінному ринку. Завдяки впровадженню сучасних CRM-систем, інтерактив-

них POS-терміналів, систем аналізу великих даних та технологій Інтернету речей (IoT) заклади отримують можливість здійснювати моніторинг операцій у режимі реального часу, точно прогнозувати попит і адаптувати асортимент продукції відповідно до індивідуальних вподобань клієнтів. Цей процес цифровізації сприяє формуванню інтегрованої екосистеми, де дані з різних точок взаємодії об'єднуються для оптимізації логістики, управління запасами, контролю якості продуктів та автоматизації внутрішніх процесів, що в сукупності веде до значного підвищення операційної ефективності та зниження експлуатаційних витрат. Водночас, впровадження таких технологій вимагає суттєвих початкових інвестицій, комплексного навчання персоналу та розробки ефективних механізмів захисту даних, що підкреслює складність і багатовимірність даної трансформації. Науковий аналіз цього процесу [4; 12] свідчить, що цифрова трансформація в барній справі не лише забезпечує персоналізований підхід до клієнтів, але й сприяє формуванню стійких довгострокових взаємовідносин, оптимізації бізнес-процесів та створенню умов для інноваційного розвитку, що в кінцевому рахунку є ключем до досягнення високої рентабельності та стійкості на сучасному ринку гостинності.

Ці фактори сприяють не тільки зростанню прибутковості, але й підвищенню рівня задоволеності клієнтів, що є ключовим для формування позитивного іміджу закладу. Одним з елементів формування основи успішного проєкту є CRM-системи (системи управління взаємовідносинами з клієнтами), вони стають центральним елементом сучасного обслуговування в барній справі. Основні переваги впровадження CRM:

- **Збір та обробка даних:** CRM дозволяє накопичувати інформацію про клієнтів – їхні вподобання, історію замовлень, реакції на акції та спеціальні пропозиції.

- **Персоналізований підхід:** На основі зібраних даних менеджери можуть створювати індивідуальні пропозиції для кожного клієнта, що сприяє збільшенню лояльності.

- **Оптимізація маркетингових кампаній:** Аналітичні інструменти CRM допомагають визначити найбільш ефективні стратегії залучення та утримання клієнтів.

- **Підвищення ефективності роботи персоналу:** Автоматизація рутинних процесів дозволяє співробітникам зосередитися на креативних та комунікаційних завданнях.

CRM як основа управління клієнтськими взаємовідносинами виступає як стратегічний інструмент, що забезпечує цілісне та систематичне управління взаємодією з клієнтами на всіх етапах їхнього життєвого циклу. Інтеграція CRM-систем дозволяє збирати, аналізувати та обробляти великі обсяги даних про клієнтів, що включають історію покупок, поведінкові патерни, вподобання та відгуки, забезпечуючи таким чином можливість створення високоточної сегментації аудиторії та формування індивідуальних пропозицій. Завдяки цьому підприємства отримують змогу не тільки підвищити рівень персоналізації сервісу, а й оптимізувати маркетингові кампанії, що сприяє зростанню лояльності клієнтів та збільшенню їхньої утриманості. Наукові дослідження підтверджують [1; 5], що ефективно впровадження CRM сприяє підвищенню оперативності прийняття управлінських рішень за рахунок інтеграції даних з різних каналів комунікації та продажів, що дозволяє в режимі реального часу реагувати на зміни ринкових умов та потреб споживачів. Крім того, синергія CRM із сучасними технологіями, такими як штучний інтелект, аналітика великих даних та автоматизація процесів, створює можливості для прогнозування ринкових трендів, оптимізації бізнес-процесів та зниження операційних витрат. Таким чином, CRM не лише формує основу для ефективного управління клієнтськими взаємовідносинами, але й виступає каталізатором інновацій, сприяючи розвитку стійких довгострокових партнерських відносин, що є критично важливими для досягнення конкурентних переваг у сучасному динамічному ринковому середовищі.

Нижче наведено спрощену графічну схему, яка демонструє основні етапи роботи CRM-системи в барній справі (рис. 1).

Ця схема ілюструє, як за допомогою CRM-системи дані збираються, обробляються та використовуються для створення персоналізованого клієнтського досвіду. Вона демонструє, як CRM-система виступає центральним елементом у створенні персоналізованого клієнтського досвіду: вона не тільки об'єднує дані з різних джерел, але й забезпечує їх аналіз, що дозволяє автоматично генерувати індивідуальні пропозиції та постійно вдосконалювати стратегію взаємодії з клієнтами. Такий підхід сприяє підвищенню задоволеності клієнтів, зміцненню їх лояльності та, зрештою, збільшенню прибутковості бізнесу.

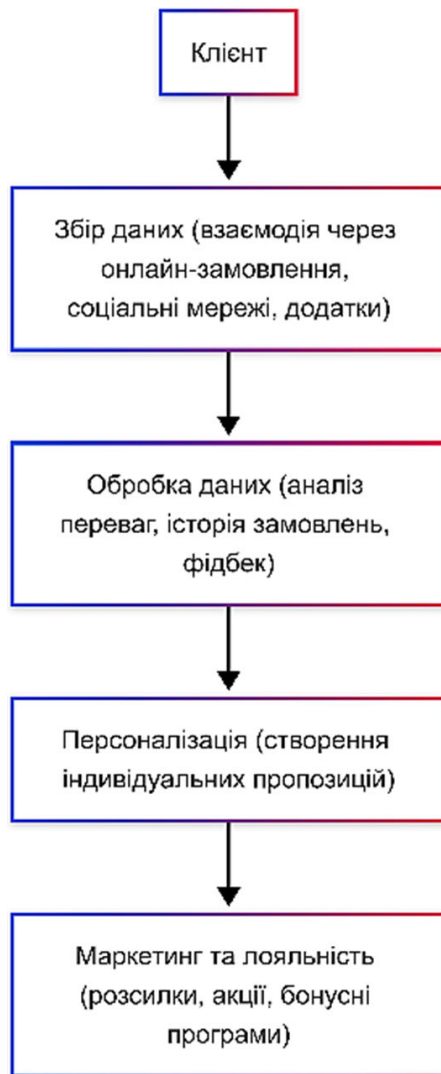


Рис. 1. Основні етапи роботи CRM-системи

Джерело: власна розробка авторів

У сучасній CRM-системі дані збираються з численних каналів взаємодії – від онлайн-інтерфейсів, мобільних додатків та соціальних мереж до офлайн-точок продажу, телефонних дзвінків і електронних розсилок – що дозволяє створити всеохоплюючу базу інформації про клієнтів; ці дані автоматично інтегруються в єдину систему, де формується детальний профіль кожного клієнта з історією покупок, поведінковими патернами, вподобаннями та зворотним зв'язком, після чого застосовуються інструменти аналітики, сегментації та алгоритми машинного навчання для обробки інформації, що дозволяє визначити індивідуальні потреби та прогнозувати майбутню поведінку; отримані результати використовуються для генерації персоналізованих маркетингових пропозицій і рекомендацій, які доставляються клієнтам через зручні для них

канали комунікації, такі як електронна пошта, SMS або повідомлення в мобільних додатках, тим самим забезпечуючи максимально індивідуальний підхід та підвищення рівня задоволеності; крім того, система постійно аналізує реакції клієнтів на отримані пропозиції, збирає зворотний зв'язок та автоматично оновлює профілі, що створює безперервний цикл оптимізації взаємодії і дозволяє бізнесу оперативно коригувати свої стратегії, забезпечуючи тим самим інтегроване управління клієнтським досвідом та стійке зростання ефективності комунікаційних процесів.

Інноваційне обладнання: сучасні технології в дії. Сучасне обладнання для барів є невід'ємною частиною цифрової трансформації готельно-ресторанного бізнесу. Воно дозволяє підвищити швидкість обслуговування, забезпечити стабільну якість продукції та знизити операційні витрати. До ключових інноваційних напрямків у сфері обладнання належать:

– **Автоматизовані системи приготування напоїв:** Сучасні барні машини та автоматичні системи приготування коктейлів дозволяють скоротити час обслуговування, зберігаючи при цьому високу якість продукції.

– **Інтелектуальні POS-системи:** Інтерактивні системи прийому замовлень, інтегровані з CRM, допомагають швидко реагувати на потреби клієнтів, відслідковувати замовлення та аналізувати дані в режимі реального часу.

– **Системи моніторингу обладнання:** Завдяки спеціалізованим датчикам та програмним засобам здійснюється контроль за технічним станом обладнання, що дозволяє запобігати збої та проводити профілактичне обслуговування.

– **Енергозберігаючі технології:** Використання сучасних технологій дозволяє зменшити споживання електроенергії, що позитивно впливає на фінансові результати закладу.

Інноваційне обладнання є ключовим чинником сучасної цифрової трансформації, адже інтеграція високотехнологічних рішень у виробничі та сервісні процеси дозволяє досягати безпрецедентного рівня автоматизації, точності та ефективності. Сучасні технології, зокрема системи Інтернету речей (IoT), штучного інтелекту (AI) та машинного навчання, забезпечують безперервний моніторинг, аналіз та регулювання параметрів роботи обладнання в режимі реального часу, що сприяє оперативному реагуванню на

змінні умови експлуатації і зниженню ризику збоїв. Інтегровані платформи, що поєднують високоточні датчики, автоматизовані системи контролю якості та оптимізації енергоспоживання, дозволяють підприємствам ефективно управляти ресурсами, мінімізувати експлуатаційні витрати та забезпечувати високу продуктивність при збереженні стабільного рівня якості послуг. Завдяки використанню алгоритмів обробки великих даних, інноваційне обладнання здатне не лише прогнозувати можливі відхилення у роботі систем, але й генерувати рекомендації щодо оптимізації виробничих процесів, що сприяє реалізації концепції «розумного виробництва». Такий комплексний підхід дозволяє не тільки автоматизувати рутинні операції, а й створити гнучку та адаптивну інфраструктуру, здатну швидко реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, забезпечуючи конкурентоспроможність підприємств у динамічних умовах ринку. Наукові дослідження підтверджують, що впровадження інноваційних технологій у виробничі системи сприяє суттєвому зниженню операційних витрат, підвищенню рентабельності та створенню умов для стійкого економічного зростання, адже інтегроване управління даними та обладнанням відкриває нові горизонти для оптимізації бізнес-процесів, що є критично важливим у сучасному світі стрімких технологічних змін.

Для досягнення максимальної ефективності важливо забезпечити безшовну інтеграцію обладнання з CRM-системою. Схема інтеграції обладнання з CRM базується на створенні єдиного інформаційного простору, де дані, отримані з різноманітних пристроїв і систем (наприклад, POS-терміналів, автоматизованих систем приготування напоїв, IoT-сенсорів та систем моніторингу технічного стану обладнання), миттєво передаються до CRM-системи через стандартизовані протоколи обміну даними, що дозволяє консолідувати інформацію про транзакції, поведінку клієнтів та операційні параметри в одному місці; далі, за допомогою потужних алгоритмів обробки даних та аналітичних інструментів, ця інформація інтегрується з існуючими клієнтськими профілями для формування більш точного та персоналізованого бачення кожного користувача, що дозволяє не лише прогнозувати майбутні потреби, але й адаптувати маркетингові стратегії в режимі реального часу; таким чином, CRM-система виступає як центральний елемент інтегрованої екосистеми, що забезпечує безперервний зворотний

зв'язок між операційними процесами та взаємодією з клієнтами, стимулюючи оптимізацію бізнес-процесів, підвищення ефективності обслуговування та конкурентоспроможності підприємства через синергію технологічних рішень та персоналізованих сервісів.

Синергія технологій: комплексний підхід до підвищення клієнтського досвіду. Об'єднання можливостей CRM та сучасного обладнання створює синергетичний ефект, який позитивно впливає на всі аспекти роботи барного закладу:

– **Комплексна персоналізація:** Інтеграція даних про клієнтів з технологічними рішеннями дозволяє створити максимально індивідуалізований сервіс – від рекомендацій щодо напоїв до спеціальних акцій, розроблених на основі історії замовлень.

– **Підвищення оперативності:** Автоматизація замовлень та інтеграція систем дозволяє скоротити час обробки запитів, що особливо важливо в пікові години навантаження.

– **Безперервна аналітика:** Системи аналітики, інтегровані з CRM, забезпечують можливість моніторингу ключових показників у реальному часі, що дозволяє оперативно коригувати стратегію розвитку.

– **Підвищення кваліфікації персоналу:** Використання сучасних технологій стимулює професійний ріст співробітників, оскільки вони отримують доступ до новітніх інструментів та методик роботи.

Синергія технологій виступає як комплексний підхід до підвищення клієнтського досвіду, що ґрунтується на інтеграції сучасних цифрових рішень, аналітики великих даних, штучного інтелекту та інтернету речей, і спрямована на створення єдиної інтегрованої екосистеми, де кожен елемент взаємодіє з іншими для забезпечення персоналізованого, оперативного та високоефективного сервісу. Цей підхід дозволяє підприємствам об'єднати дані з різноманітних каналів комунікації та продажів у єдину систему, що сприяє швидкому аналізу споживчих вподобань та поведінки, а також дозволяє прогнозувати майбутні потреби клієнтів за допомогою алгоритмів машинного навчання, що, у свою чергу, забезпечує створення індивідуальних пропозицій і оптимізацію маркетингових стратегій у режимі реального часу. Завдяки інтеграції автоматизованих систем збору та обробки даних, CRM-платформ і сучасних аналітичних інструментів, підприємства отримують можливість не лише підвищувати ефективність внутрішніх

операцій, але й формувати стійкі довгострокові взаємовідносини з клієнтами, що сприяє зниженню операційних витрат і підвищенню рівня лояльності споживачів. Наукові дослідження підтверджують, що синергія технологій створює основу для динамічної та адаптивної системи, яка дозволяє бізнесу оперативніше реагувати на змінні ринкові умови, інтегрувати нові технологічні рішення та реалізовувати інноваційний потенціал, що є критично важливим для досягнення конкурентних переваг у сучасному висококонкурентному середовищі. Таким чином, комплексний підхід до синергії технологій виступає ключовим чинником у трансформації клієнтського досвіду, забезпечуючи безперервне вдосконалення сервісних процесів і стимулюючи стійке економічне зростання підприємств.

Аналітика та прогнозування: використання даних для прийняття рішень. Аналітичні інструменти відіграють вирішальну роль у прийнятті стратегічних рішень. Сучасні CRM-системи, у поєднанні з автоматизованими обладнанням, дозволяють:

– **Аналізувати поведінку клієнтів:** Визначення пікових годин, сезонних змін уподобань та ефективності маркетингових кампаній.

– **Прогнозувати потреби:** Завдяки машинному навчанню та алгоритмам прогнозування можна визначити майбутні тенденції, що дозволить заздалегідь планувати запаси, персонал та ресурси.

– **Оцінювати ефективність:** Регулярний аналіз даних дозволяє відслідковувати успішність впроваджених технологій, коригувати стратегію та підвищувати ефективність роботи закладу.

Аналітика та прогнозування виступають ключовими компонентами сучасних систем прийняття рішень, де використання даних забезпечує обґрунтованість та оперативність управлінських рішень у динамічно змінному середовищі. Завдяки впровадженню технологій великих даних, машинного навчання та штучного інтелекту, організації отримують можливість перетворювати необроблену інформацію з різних джерел – від транзакційних систем до сенсорних мереж IoT – у структуровані дані, які піддаються детальному аналізу та моделюванню. Сучасні аналітичні платформи використовують алгоритми кластеризації, регресійного аналізу та нейронні мережі для виявлення прихованих закономірностей, прогнозування майбутніх тенденцій та ідентифікації потенційних ризи-

ків, що дозволяє створити адаптивні моделі прийняття рішень, оптимізувати бізнес-процеси та мінімізувати невизначеність. У цьому контексті процес прогнозування базується на безперервному моніторингу ключових показників ефективності, що у комбінації з візуалізацією даних забезпечує прозорість і швидкість реагування на змінні ринкові умови, а також сприяє розробці стратегічних ініціатив, орієнтованих на підвищення конкурентоспроможності організації. Наукові дослідження демонструють, що інтеграція аналітичних інструментів у систему прийняття рішень не лише покращує якість управлінських рішень за рахунок зменшення суб'єктивності, але й стимулює інноваційний розвиток підприємств, адже постійна оптимізація процесів на основі даних дозволяє оперативніше реагувати на зовнішні виклики та внутрішні зміни, що є критично важливим для забезпечення стійкості та довгострокового зростання в умовах глобальної економічної нестабільності.

Виклики впровадження інновацій та шляхи їх подолання. Попри численні переваги, впровадження інновацій супроводжується певними викликами:

– **Висока початкова вартість:** Інвестиції в сучасні технології, обладнання та навчання персоналу можуть бути значними, особливо для невеликих закладів.

– **Складність інтеграції:** Забезпечення безшовної взаємодії між різними системами (POS, CRM, обладнання) вимагає ретельного планування та технічної підтримки.

– **Захист даних:** Збір та обробка особистої інформації клієнтів потребує впровадження високих стандартів кібербезпеки та дотримання законодавчих вимог.

– **Опір змінам:** Не всі співробітники готові до змін. Важливо проводити регулярне навчання та створювати умови для комфортної адаптації до нових технологій.

Для успішного впровадження інноваційних технологій необхідно:

– Розробити поетапний план впровадження з чіткими цілями та контрольними точками.

– Інвестувати у навчання персоналу, забезпечуючи підтримку та мотивацію співробітників.

– Забезпечити тісну співпрацю з постачальниками технологій та фахівцями з кібербезпеки.

– Постійно аналізувати ефективність впроваджених рішень та вчасно вносити корективи.

Впровадження інновацій супроводжується багатомірними викликами, що охоплюють як технічні, так і організаційні, економічні та культурні аспекти, і вимагає системного підходу для їх ефективного подолання. Одним із ключових викликів є технологічна складність інтеграції новітніх рішень у вже існуючу інфраструктуру, що часто вимагає модернізації апаратних засобів, розробки сумісних програмних рішень та забезпечення безперервної роботи критичних систем, що може призвести до значних початкових витрат і ризиків технічних збоїв. Організаційний аспект також є критично важливим, оскільки консервативність корпоративної культури та опір зміні можуть стримувати прийняття нових технологій; тому необхідним є впровадження систематичних програм навчання та перекваліфікації персоналу, а також створення стимулюючих механізмів для підтримки інноваційних ініціатив. Економічні виклики, пов'язані з високими інвестиціями та невизначеністю щодо швидкості повернення витрат, потребують ретельного аналізу вартості впровадження, розробки чітких моделей оцінки ефективності інновацій та використання альтернативних джерел фінансування, зокрема державної підтримки чи партнерських програм. Крім того, питання кібербезпеки та захисту даних стають дедалі актуальнішими у контексті цифровізації, що вимагає впровадження передових рішень для забезпечення надійності систем та зменшення ризиків витоку інформації. Шляхи подолання цих викликів полягають у комплексному підході, який включає поетапне впровадження технологічних новацій, тісну співпрацю між відділами IT та бізнес-структурами, використання досвіду зовнішніх експертів і партнерів, а також створення гнучких систем управління ризиками, що дозволяють оперативно реагувати на змінні умови ринку та внутрішні потреби підприємства. Такий інтегрований підхід сприяє не лише зниженню бар'єрів для впровадження інновацій, а й стимулює стійкий розвиток організації, забезпечуючи її конкурентоспроможність у сучасному високотехнологічному середовищі.

Перспективи розвитку інновацій у готельно-ресторанному бізнесі. Майбутнє барної справи та готельно-ресторанного бізнесу пов'язане з подальшою інтеграцією інноваційних технологій. Серед основних перспективних напрямків можна виділити:

– **Розвиток штучного інтелекту:** Використання алгоритмів машинного навчання

для прогнозування попиту, аналізу поведінки клієнтів та автоматизації рішень у режимі реального часу.

– **Мобільні технології та додатки:** Розширення функціоналу мобільних додатків для онлайн-бронювання, замовлень та отримання персоналізованих пропозицій.

– **Інтерактивні інтерфейси та віртуальна реальність:** Використання VR/AR для створення віртуальних турів, демонстрації нових продуктів та підвищення залученості клієнтів.

– **Інтеграція з соціальними мережами:** Глибша інтеграція CRM-систем із платформами соціальних мереж дозволить отримувати ще більше даних про клієнтів і створювати ще більш персоналізовані маркетингові кампанії.

Перспективи розвитку інновацій у готельно-ресторанному бізнесі зумовлені стрімким впровадженням цифрових технологій, автоматизації процесів та персоналізації сервісів, що відкриває нові горизонти для підвищення конкурентоспроможності та ефективності операційної діяльності закладів. У сучасних умовах діджиталізації галузь активно інтегрує інструменти штучного інтелекту, аналітики великих даних та інтернету речей, що дозволяє не лише оптимізувати внутрішні процеси, але й створювати індивідуальний клієнтський досвід через персоналізовані пропозиції та послуги. Завдяки впровадженню мобільних технологій, систем онлайн-бронювання та інтерактивних платформ, готельно-ресторанні заклади отримують можливість оперативно реагувати на запити клієнтів, аналізувати їхні уподобання та прогнозувати майбутні тренди, що забезпечує більш гнучке управління ресурсами та зниження операційних витрат. Сучасні технології дозволяють також впроваджувати інноваційні рішення в сфері енергозбереження, управління запасами та контролю якості продукції, що сприяє екологічній стійкості та підвищенню іміджу закладів як соціально відповідальних підприємств. Наукові дослідження вказують на те, що комплексна інтеграція цифрових інструментів, систем CRM та автоматизованих рішень у поєднанні з гнучкими моделями управління дозволяє створити синергетичний ефект, завдяки якому покращується не тільки внутрішня ефективність бізнесу, але й рівень задоволеності клієнтів, що є критично важливим для довгострокового зростання у висококонкурентному ринковому середовищі. Таким чином, перспективи розвитку інновацій

у готельно-ресторанному бізнесі базуються на адаптації до змін у споживчих очікуваннях, впровадженні передових технологічних рішень та постійному вдосконаленні операційних процесів, що в сукупності забезпечує стійке економічне зростання та відкриває нові можливості для трансформації індустрії гостинності.

Завдяки постійному впровадженню інноваційних технологій, барна справа отримує можливість не лише оптимізувати свої внутрішні процеси, але й створювати абсолютно новий рівень взаємодії з клієнтами, що дозволяє будувати довгострокові та взаємовигідні партнерства.

Висновки. Інновації в барній справі, що базуються на інтеграції сучасних CRM-систем та високотехнологічного обладнання, стають каталізатором змін у готельно-ресторанному бізнесі. Комплексний підхід, який включає цифровізацію процесів, персоналізацію

сервісу та безперервну аналітику, дозволяє досягти високих результатів як в оперативній діяльності закладів, так і у формуванні позитивного іміджу серед клієнтів.

Попри деякі виклики, пов'язані з впровадженням новітніх технологій, перспективи їх застосування є дуже обнадійливими. Інвестиції в інновації відкривають нові можливості для оптимізації процесів, підвищення рівня сервісу та зростання прибутковості. Синергія CRM-систем та сучасного обладнання створює умови для глибокої персоналізації та оперативного реагування на запити клієнтів, що є ключовим фактором успіху в сучасному конкурентному середовищі.

У підсумку, впровадження інноваційних технологій у барній справі є стратегічно важливим кроком для кожного закладу, який прагне залишатися лідером на ринку та задовольняти навіть найвибагливіші потреби своїх клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вислободська Г. Особливості маркетингу готельних та рестораних господарств. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Економіка АПК*. 2021. № 28. С. 172–176.
2. Гірняк Л. І., Глагола В. А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку. Серія: Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. № 16. С. 71–78.
3. Головня О. М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій готельного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2019. № 5. С. 111–116.
4. Головня О. М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1 (41). С. 48–57.
5. Домінська О. Я., Батьковець Н. О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2017. Вип. 52. С. 39–41.
6. Косар О. В. Теоретико-концептуальний базис управління маркетинговою діяльністю мережі підприємств ресторанного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 8. С. 203–210.
7. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2017. Вип. 1 (16). С. 148–158.
8. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Вид. 3-є. переробл. і допов. Київ : *Центр учбової літератури*, 2020, 344 с.
9. Поставова В. В. Особливості розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 65. С. 98–103.
10. Лопатюк Р. І. Управління персоналом як ефективний інструмент удосконалення роботи підприємств індустрії гостинності. *Бізнес-інформ*. 2021. № 12. С. 277–282.
11. Ратинський В. В., Шевелюк М. М., Галицька І. Б. Використання digital-інструментів для підприємств сфери послуг (на прикладі готельно-ресторанного сегменту). *Галицький економічний вісник*. Випуск № 60 / 2024.
12. Ратинський В., Шерстюк Р., Малярський О. Перспективи використання віртуальної та доповненої реальності для підприємств сфери послуг (на прикладі готельно-туристичного сегменту). *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2024. Вип. 1 (30). С. 169–176.
13. Ставська Ю. В., Яхно Л. С. Формування конкурентних переваг ресторанного бізнесу в Україні в умовах Євроінтеграції. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2021. № 2. С. 181–196.
14. Табенська О. І. Інноваційні тенденції розвитку ресторанного бізнесу. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 1. С. 31–34.

15. Lopatiuk R.I. The impact of innovation the development of hotel and restaurant enterprises. *Journal of Education, Health and Sport*. 2021. Vol. 11. № 12. P. 396–404.
16. O'Brien F.A., Meadows M. Scenario orientation and use to support strategy development. *Technological Forecasting and Social Change*. 2013. Vol. 80. Iss. 4. P. 643–656.

REFERENCES:

1. Vyslobods'ka H. (2021) Osoblyvosti marketynhu hotel'nykh ta restorannykh gospodarstv. *Visnyk L'vivs'koho natsional'noho ahrarynoho universytetu. Ekonomika APK*. № 28. P. 172–176.
2. Hirniak L. I., Hlahola V. A. (2018) Suchasnyj stan, perspektyvy ta tendentsii rozvytku restorannoho hospodarstva v Ukraini. *Infrastruktura rynku. Seriya: Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*. Vyp. № 16. P. 71–78.
3. Holovnia O. M. (2019) Suchasni determinanty systemnykh sotsial'noekonomichnykh transformatsij hotel'noho biznesu. *Biznes Inform*. № 5. P. 111–116.
4. Holovnia O. M. (2019) Tendentsii rozvytku hotel'no-restorannoho gospodarstva v umovakh formuvannia sotsial'no oriantovanoi natsional'noi ekonomiky. *Ekonomika, finansy, menedzhment: aktual'ni pytannia nauky i praktyky*. № 1 (41). P. 48–57.
5. Domins'ka O. Ya., Bat'kovets' N. O. (2017) Suchasnyj stan ta innovatsijni protsesy rozvytku hotel'no-restorannoho biznesu v Ukraini. *Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*. Vyp. 52. P. 39–41.
6. Kosar O. V. (2021) Teoretyko-kontseptual'nyj bazys upravlinnia marketynhovoju diial'nistiu merezhi pidpriemstv restorannoho biznesu. *Biznes Inform*. № 8. P. 203–210.
7. Nahorniak H., Maliuta L., Mel'nyk L., Sherstiuk R. (2017) Orhanizatsijnoekonomichni zasady rozvytku innovatsijnogo protsesu vitchezniannykh zakladiv hotel'no-restoranoi sfery v turystychnomu konteksti. *Sotsial'noekonomichni problemy i derzhava*. Vyp. 1 (16). P. 148–158.
8. Nechaiuk L. I. (2020) Hotel'no-restorannyj biznes: menedzhment. Vyd. 3-ie. pererobl. i dopov. Kyiv : *Tsentr uchbovoi literatury*, 344 p.
9. Postova V. V. (2022) Osoblyvosti rozvytku novykh formativ zakladiv restorannoho gospodarstva v Ukraini. *Infrastruktura rynku*. № 65. P. 98–103.
10. Lopatiuk R.I. (2021) Upravlinnia personalom iar efektyvnyj instrument udoskonalennia roboty pidpriemstv industrii hostynnosti. *Biznes-inform*. № 12. P. 277–282.
11. Ratyns'kyj V. V., Sheveliuk M. M., Halyts'ka I. B. (2024) Vykorystannia digital-instrumentiv dlia pidpriemstv sfery posluh (na prykladi hotel'no-restorannoho sehmentu). *Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk*. Vypusk № 60.
12. Ratyns'kyj V., Sherstiuk R., Maliars'kyj O. (2024) Perspektyvy vykorystannia virtual'noi ta dopovnenoj real'nosti dlia pidpriemstv sfery posluh (na prykladi hotel'noturystychnoho sehmentu). *Sotsial'no-ekonomichni problemy i derzhava*. Vyp. 1 (30). P. 169–176.
13. Stavs'ka Yu. V., Yakhno L. S. (2021) Formuvannia konkurentnykh perevah restorannoho biznesu v Ukraini v umovakh Yevrointegratsii. *Ekonomiky, finansy, menedzhment: aktual'ni pytannia nauky i praktyky*. № 2. P. 181–196.
14. Tabens'ka O. I. (2019) Innovatsijni tendentsii rozvytku restorannoho biznesu. *Ekonomika. Finansy. Pravo*. № 1. P. 31–34.
15. Lopatiuk R. I. (2021) The impact of innovation the development of hotel and restaurant enterprises. *Journal of Education, Health and Sport*. Vol. 11. № 12. P. 396–404.
16. O'Brien F. A., Meadows M. (2013) Scenario orientation and use to support strategy development. *Technological Forecasting and Social Change*. Vol. 80. Iss. 4. P. 643–656.