

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-150>

УДК 338.48:004.8

МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

HOSPITALITY AND RESTAURANT MANAGEMENT: EXPERIENCE AND PROSPECTS OF IMPLEMENTING ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Турчіна Світлана Григорівнакандидат економічних наук, доцент,
Сумський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3110-6647>**Шпетний Володимир Володимирович**аспірант,
Сумський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-3488-9046>**Turchina Svitlana, Shpetny Volodymyr**

Sumy National Agrarian University

Стаття присвячена впровадженню технологій штучного інтелекту (ШІ) у підприємства готельно-ресторанного господарства як інструменту адаптації менеджменту до сучасних умов функціонування. Розглянуто ключові напрями застосування ШІ, зокрема автоматизацію процесів, підвищення ефективності управління, персоналізацію обслуговування, прогнозування попиту, управління запасами, контроль якості та автоматизацію маркетингових кампаній. Проаналізовано основні складові інтеграції штучного інтелекту в управління готельно-ресторанним бізнесом, а також розкрито досвід і перспективи його застосування. На основі дослідження сформовано рекомендації щодо вдосконалення менеджменту підприємств галузі. Доведено, впровадження ШІ відкриває нові можливості для покращення процесів прийняття управлінських рішень і підвищення конкурентоспроможності підприємств та допомагає готельно-ресторанним підприємствам ефективно реагувати на зміни в умовах ринку та забезпечує високий рівень обслуговування клієнтів.

Ключові слова: менеджмент готельно-ресторанного господарства, штучний інтелект, управління, менеджер, інноваційні рішення.

The article is dedicated to the implementation of artificial intelligence (AI) technologies in the hospitality and restaurant industry as a tool for adapting management to modern operational conditions. It emphasizes that one of the key directions for adapting enterprises to current conditions is the introduction of AI technologies, which help automate processes, improve management efficiency, and enhance customer interaction. The use of AI allows optimizing business processes, personalizing services, reducing costs, and increasing staff productivity. AI technologies play a crucial role in demand forecasting, inventory management, quality control, and the automation of marketing campaigns. The article analyzes the main components of integrating artificial intelligence into hospitality management, including the factors driving AI implementation, areas of AI application, expected outcomes, and future prospects. The experience of implementing and using AI technologies in managing the hospitality industry is reviewed. The article discusses the advantages and challenges that accompany their integration, as well as the potential impact on the effectiveness of management processes. The results show an increase in the level of automation, optimization of operational activities, and improvement in customer service quality. The practical value of the article lies in identifying key aspects of AI application that can be used to enhance management decisions in the hospitality industry. The use of intelligent systems opens up new opportunities for increasing the competitiveness of enterprises, contributing to more effective decision-making processes. The findings provide valuable insights that can guide future research and the practical implementation of AI technologies to optimize management practices and enhance service delivery in the hospitality industry. The article employs general scientific methods of analysis

and synthesis for the theoretical generalization of the obtained materials, which allowed formulating an author's approach to the identified problem. The research results may be useful both for scientists and practitioners working in the hospitality and restaurant industry.

Keywords: hospitality and restaurant management, artificial intelligence, management, manager, innovative solutions.

Постановка проблеми. Сучасне готельно-ресторанне господарство функціонує в умовах глобалізації, технологічного прогресу, змінних споживчих уподобань і зростаючої конкуренції. Підприємства цієї сфери змушені адаптувати управлінські стратегії, підвищувати рівень сервісу та оптимізувати бізнес-процеси. Важливим аспектом є залучення та утримання цільової аудиторії, що потребує ефективних стратегій, орієнтованих на очікування клієнтів і використання переваг цифровізації для менеджменту та комунікації [1].

Одним із ключових напрямів розвитку галузі є впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ), що сприяють автоматизації, підвищенню ефективності управління та покращенню клієнтського досвіду. Водночас соціально-економічна ситуація, загострена війною в Україні, суттєво впливає на розвиток готельно-ресторанного бізнесу [3]. Руйнування інфраструктури, переміщення населення, зміни в платоспроможності споживачів та перебої в постачанні ресурсів ускладнюють управління підприємствами.

Попри ці виклики, криза стимулює пошук інноваційних рішень для підтримки діяльності галузі. ШІ може оптимізувати витрати, підвищити продуктивність персоналу, покращити взаємодію з клієнтами та зміцнити конкурентні позиції. Автоматизація управління, прогнозування попиту, персоналізація послуг і зниження ризиків є важливими перевагами використання ШІ [4]. Також слід проаналізувати внутрішні фактори конкурентоспроможності готельних закладів, зокрема ефективність управління, якість обслуговування, інноваційність та адаптивність до нових тенденцій.

Дослідження досвіду успішних готелів допоможе розробити рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності в умовах глобалізації та цифрової трансформації. Водночас впровадження ШІ потребує ретельного аналізу та адаптації до специфічних умов воєнного часу. Важливими питаннями є вибір ефективних технологій, забезпечення кібербезпеки, оптимізація інвестицій в інноваційні рішення та інтеграція ШІ в управлінські процеси. Перспективи впровадження цих технологій мають ключове значення для створення стійкої моделі розвитку підприємств у сучасних реаліях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Серед вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків, які досліджували вплив інноваційних технологій на готельно-ресторанний бізнес, зокрема цифровізацію та використання штучного інтелекту, варто виокремити праці: Серед вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків, які досліджували вплив інноваційних технологій на готельно-ресторанний бізнес, зокрема цифровізацію та використання штучного інтелекту, варто виокремити праці: В. Буряк, Л. Могилюної, В. Постової, Р. Рея, Дж. Руса, Е. Свейбі, В. Сент Онжа, Н. Тарасенко, К. Хаврова та інших дослідників. Водночас інтеграція штучного інтелекту в управління готельно-ресторанними закладами потребує подальших досліджень, адже ці технології здатні суттєво покращити ефективність управління, оптимізувати процеси та зміцнити конкурентні позиції підприємств.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження впливу технологій штучного інтелекту на ефективність менеджменту готельно-ресторанного господарства. Зосереджено увагу на оптимізації внутрішніх процесів, покращенні обслуговування клієнтів та адаптації підприємств до змін ринку. Аналіз перспектив застосування ШІ дозволяє оцінити його потенціал для підвищення конкурентоспроможності та інтеграції в управлінські стратегії задля стабільного розвитку в умовах економічної нестабільності.

У рамках статті використовуються загальнонаукові методи аналізу та синтезу для теоретичного узагальнення отриманих матеріалів, що дозволило сформулювати авторський підхід до визначеної проблеми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Заклади готельно-ресторанного бізнесу є важливим елементом індустрії гостинності, активно розвиваються як у нашій країні, так і за її межами. Попри складну ситуацію, цей сектор залишається важливою культурною та економічною складовою. Успіх у готельно-ресторанному господарстві визначається високими стандартами якості, що забезпечує конкурентоспроможність і сприяє розвитку підприємств [5].

Забезпечення високих стандартів якості та конкурентоспроможності вимагає від підприємств готельно-ресторанного бізнесу постійного вдосконалення. У сучасних умовах важливу роль у цьому процесі відіграють цифрові технології. Перехід до Індустрії 4.0 безумовно змінює споживчі звички та виробничі процеси, зокрема завдяки впровадженню інформаційних технологій та автоматизації бізнес-процесів.

У цьому контексті дедалі більше уваги привертає штучний інтелект. Його можливості постійно розширюються, відкриваючи нові перспективи для різних галузей, зокрема сфери гостинності. Водночас у готельно-ресторанному бізнесі технології ШІ поки що застосовуються обмежено. Найчастіше вони інтегруються через готові рішення сторонніх розробників, тоді як власні системи штучного інтелекту створюють здебільшого великі готельні та ресторани мережі. Проте навіть адаптація вже існуючих технологій сприяє підвищенню ефективності управління, покращенню рівня обслуговування клієнтів і оптимізації внутрішніх процесів [8].

З огляду на високий рівень конкуренції в галузі, впровадження інноваційних технологій, зокрема ШІ, стає необхідним для підвищення якості послуг і зниження витрат. Стратегії підприємств мають орієнтуватися на адаптацію до технологічних змін, що дозволить не лише зберегти конкурентні переваги, а й забезпечити сталий розвиток.

На рис. 1 представлено основні складові впровадження технологій ШІ у готельно-ресторанному бізнесі, зокрема фактори, що зумовлюють їх інтеграцію, сфери застосування, очікувані результати та перспективи розвитку.

Значущість інноваційного підходу для готельно-ресторанного бізнесу важко переоцінити. Використання штучного інтелекту відкриває нові можливості для різних напрямків діяльності, зокрема:

Прогнозування попиту та управління запасами – автоматизовані системи замовлень допомагають мінімізувати втрати та оптимізувати постачання.

– Контроль якості продукції – ШІ аналізує відповідність стандартам та виявляє можливі відхилення.

– Оцінка продуктивності персоналу – автоматизовані системи можуть аналізувати роботу кухарів і офіціантів, оптимізуючи їхню зайнятість.

– Персоналізовані рекомендації для клієнтів – аналізуючи поведінку гостей, ШІ допомагає створювати індивідуальні пропозиції.

– Автоматизація маркетингу – генерація контенту для рекламних кампаній і взаємодія з клієнтами через чат-боти.

– Оптимізація меню – алгоритми штучного інтелекту допомагають розробляти нові страви, аналізуючи популярність позицій.

– Мовні технології – автоматизовані перекладачі та голосові помічники спрощують комунікацію з іноземними гостями.



Рис. 1. Основні складові інтеграції штучного інтелекту в управлінні готельно-ресторанним бізнесом

Джерело: авторська розробка

Таким чином, застосування ШІ в готельно-ресторанному бізнесі є не лише трендом, а й необхідністю для підвищення ефективності, якості послуг і довгострокового розвитку підприємств.

Однією з основних сфер, де технології ШІ можуть продемонструвати свою ефективність, є автоматизація процесу замовлення продуктів або готових страв для точок продажу. Для цього необхідно здійснити максимально точне прогнозування попиту, що дозволяє передбачити, скільки конкретних продуктів буде продано в певній точці продажу на конкретний день. Невідповідність у замовленні може призвести до фінансових втрат через списання або дефіцит продукції, що в свою чергу погіршує загальні фінансові результати. Окрім того, якщо у ресторані чи готелі відсутня популярна страва, це може негативно позначитися на лояльності клієнтів, знижуючи їхню ймовірність повернутися або рекомендувати заклад.

Ще одним важливим аспектом автоматизації є управління запасами, яке тісно пов'язане з прогнозуванням попиту. За допомогою ШІ можна оптимізувати не лише кількість замовлених продуктів, а й їхнє розташування на складах та в точках продажу, що забезпечує максимальну зручність для персоналу та зменшує витрати на зберігання [7].

Іншою важливою метою автоматизованого замовлення є спрощення роботи керівника закладу. Для самостійного розрахунку замовлення йому потрібно витягувати таблиці з інформаційної системи, узагальнювати дані, будувати прогнози та приймати рішення, що потребує значних часових витрат. Окрім того, ймовірність помилки при такому розрахунку є досить високою. Наприклад, для прогнозування попиту в мережі кав'ярень Drinkit (компанія Dodo Brands) застосували комбінацію статистичних методів та моделей машинного навчання, зокрема бустінг. Бустінг – це техніка в машинному навчанні, яка допомагає зменшити кількість помилок під час прогнозування даних. Основна мета бустінгу полягає в мінімізації розбіжності між фактичними результатами та прогнозами. Завдяки використанню цього підходу компанія Drinkit змогла значно знизити кількість помилок у замовленнях, що позитивно вплинуло на ефективність їхніх бізнес-процесів і фінансові результати.

Контроль за дотриманням стандартів є важливою задачею в будь-якому мережевому бізнесі, і цей процес також варто автоматизу-

вати. У цьому може допомогти комп'ютерний зір – технологія, що здатна розпізнавати об'єкти в навколишньому середовищі. Так у Dodo Pizza за допомогою комп'ютерного зору перевіряють якість піци. Щотижня мережа отримує звіти від таємних покупців і клієнтів, які купують продукцію та фотографують її. Ці зображення надходять до системи, де проходять обробку. У результаті можна виявити порушення, такі як неправильний розмір шматочків, недостатня кількість соусу, занадто товстий бортик тощо. На основі аналізу звітів формується рейтинг піцерій, що допомагає визначити напрями розвитку та сфери для вдосконалення. Це дає змогу оперативно виявляти проблеми та вживати необхідних заходів. Якщо рейтинг протягом певного періоду знижується до критичного рівня, може постати питання про закриття закладу.

Для Dodo Pizza автоматизація стала необхідністю, оскільки мережа налічує понад тисячу точок. Команда контролінгу обробляє близько 10000 звітів щотижня, і в майбутньому їх кількість буде лише зростати. Це пов'язано як з відкриттям нових піцерій, так і з бажанням компанії проводити більше перевірок для підвищення об'єктивності рейтингу.

Застосування комп'ютерного зору у контролі роботи персоналу демонструє, як аналітика на основі ШІ може сприяти підвищенню ефективності управління. Однак технології штучного інтелекту використовуються не лише для оптимізації внутрішніх процесів, а й для покращення взаємодії з клієнтами. Для цього на кухні та в залі встановлюють камери, які записують потокове відео. Так у мережі Dodo Pizza завдяки такому підходу вдалося виявити неоптимальне навантаження працівників на кухні, що сприяло зниженню кількості порушень у розподілі обов'язків. У мережі було виявлено залежність: чим більше порушень у розподілі обов'язків, тим гірші результати за ключовими показниками якості роботи піцерії, такими як швидкість виконання замовлень. Наприклад, працівник перебував у холодному цеху, коли мав бути в гарячому і допомагати задовольняти пік попиту. Завдяки впровадженню системи контролю вдалося знизити кількість порушень втричі та зменшити відставання за замовленнями у півтора рази.

Одним із ключових напрямів такого використання є персоналізація, яка стає все більш актуальною у сучасному менеджменті. Правильно налаштовані алгоритми персоналіза-

ції сприяють підвищенню лояльності клієнтів і зростанню продажів, що безпосередньо пов'язано з концепцією CVM (Customer Value Management) – управління цінністю клієнта. Для досягнення цієї мети необхідно аналізувати великі обсяги даних, створюючи персоналізовані пропозиції, і саме тут ШІ відіграє ключову роль, зокрема через використання методів машинного навчання, таких як регресійний аналіз.

У великих мережах швидкого харчування або кав'ярнях зазвичай використовуються кілька інструментів, таких як персоналізовані акції, знижки та пакети послуг. Усі ці пропозиції клієнт може побачити в мобільному додатку, SMS, електронних листах та інших каналах зв'язку. Комбінація цих інструментів дозволяє створити кілька сотень варіантів персоналізованих пропозицій для кожного клієнта.

Ще одним аспектом персоналізації є гнучке ціноутворення, яке дозволяє компаніям ефективніше управляти попитом. Наприклад, у Dodo Pizza впроваджено систему динамічного коригування вартості доставки. Це дає змогу балансувати навантаження на кухню та уникати перевантаження виробничих процесів. Як результат, компанія не лише підтримує високу якість обслуговування, а й покращує фінансові показники, збільшуючи середній чек замовлення.

Окрім управлінських рішень, штучний інтелект намагаються застосовувати і в кулінарії. Деякі шеф-кухарі експериментують із генеративними моделями ШІ для створення нових страв. Однак на даному етапі технологія ще не досягла бажаного рівня, і багато результатів не відповідають очікуванням професіоналів. На початку 2025 року відбувся Міжнародний гастрономічний конгрес Madrid Fusión 25 – один з найважливіших заходів у світі високої кухні, на якому зібралися знамениті шеф-кухарі з усього світу. Під час одного з виступів Енецо Атча (Azurmendi, Сан-Себастьян) поділився власним досвідом використання ШІ для створення нових рецептів. Проте його експерименти виявилися невдалими. За його словами, штучний інтелект надавав списки інгредієнтів і методи приготування, які здавалися реалістичними, але текстура та смак страв були неприйнятними. Попри це, кулінарні фахівці дійшли висновку, що нейронні мережі можуть бути корисними в окремих випадках, наприклад, для адаптації рецептів під індивідуальні особливості гостей, зокрема алергії чи харчові уподобання. У дискусії з колегами один із найвідоміших шеф-кухарів

світу Ферран Адрія зазначив, що алгоритми ШІ навчаються на рецептах із відкритих джерел, які не завжди є якісними та надійними. Відповідно, запропоновані страви часто не відповідають очікуванням професійних кухарів [2]. Незважаючи на труднощі, шеф-кухарі продовжують інтегрувати штучний інтелект у свою роботу, особливо в рамках маркетингових стратегій. Поєднання інноваційних технологій із традиційним кулінарним мистецтвом відкриває нові можливості для залучення клієнтів та створення унікального гастрономічного досвіду.

Одним із прикладів такого поєднання є Dodo Pizza в Дубаї, яка додала до меню піцу за рецептом, створеним ChatGPT. Нейронна мережа запропонувала використати кюфти з баранини, сир фета, соус із сумаху та тахіні, а також посипати піцу заатаром. Проте шеф-кухар доопрацював рецепт, замінивши баранину на курку, яка є більш поширеною в Еміратах, а сир фета – на панір.

Інший цікавий кейс впровадження ШІ у ресторанній сфері демонструє ресторан She, що належить компанії White Rabbit Family. Там було створено віртуального шеф-кухаря Сашу Вайнера – штучного інтелектуального агента, розробленого командою експертів Агентства штучного інтелекту під керівництвом Романа Душкіна. Розробники наділили Сашу обличчям, голосом, цифровою особистістю та унікальною історією. Як зазначають у компанії, цей ШІ може створювати власні рецепти під керівництвом бренд-шефа Володимира Мухіна, який безпосередньо брав участь у навчанні нейромережі.

Окрім кухні, штучний інтелект активно застосовується і в сфері обслуговування. Зокрема, комунікацію з гостями в готелях і ресторанах дедалі частіше перекладають на чат-боти, що працюють на основі генеративного ШІ. Це особливо ефективно в готелях, де такі системи здатні швидко відповідати на запити гостей, зменшуючи навантаження на персонал. У разі потреби співробітники можуть коригувати відповіді, забезпечуючи високу якість сервісу.

Цікаво, що використання чат-ботів зазвичай не викликає дискомфорту в клієнтів. Дослідження показують, що 40% гостей віддали б перевагу взаємодії з ботом, а не розмовам із людиною по телефону. Деякі клієнти навіть раді розширити свій досвід взаємодії з новими технологіями, що свідчить про поступову зміну сприйняття цифрових помічників у сфері гостинності.

Вплив технологій штучного інтелекту (ШІ) на менеджмент готельно-ресторанного господарства має значний економічний ефект. Інтеграція ШІ в управлінські процеси забезпечує ефективне використання ресурсів, знижує витрати та підвищує продуктивність. Автоматизація рутинних операцій, таких як управління запасами, обробка замовлень, планування графіків персоналу та обслуговування клієнтів, зменшує трудові витрати та мінімізує ймовірність помилок. ШІ відкриває широкі можливості для оптимізації внутрішніх процесів. Наприклад, автоматизоване бронювання номерів, обробка замовлень у ресторанах та управління персоналом дозволяють скоротити витрати на 10-30%, залежно від масштабу підприємства. Система ШІ, аналізуючи дані про клієнтів, може автоматично коригувати ціни в реальному часі, що сприяє збільшенню прибутку на 5-15%.

Одним із найефективніших способів використання ШІ є чат-боти для взаємодії з клієнтами. Вони забезпечують якісне обслуговування 24/7, відповідають на запити, приймають бронювання та надають персоналізовані рекомендації, що зменшує навантаження на персонал і підвищує ефективність обслуговування. Використання чат-ботів дозволяє скоротити час відповіді на запити клієнтів на 30-50% і збільшити рівень їхньої задоволеності на 20-25%. Так, у мережі Hilton система ШІ використовує чат-боти для прийому бронювань, відповідей на запитання клієнтів і управління спеціальними послугами. Вона аналізує настрій гостя, враховуючи його попередній досвід, що сприяє підвищенню рівня персоналізації обслуговування. У результаті кількість повторних відвідувань зросла на 15-20%, підвищуючи прибутковість.

Прикладом успішного впровадження ШІ є мережа Domino's Pizza, де система прогнозує попит на основі аналізу часу доби, погоди та святкових днів. Це дозволяє оптимізувати закупівлі та зменшити витрати на інгредієнти на 8-12%.

Системи управління запасами на основі ШІ зменшують відходи та забезпечують своєчасне поповнення ресурсів. Наприклад, ресторани Chipotle використовують ШІ для моніторингу рівня запасів інгредієнтів, автоматично підлаштовуючи замовлення для кожного закладу, що мінімізує витрати та кількість відходів.

Важливим напрямом є персоналізація обслуговування клієнтів за допомогою алгоритмів глибокого навчання. Аналізуючи

уподобання гостей, система створює індивідуальні пропозиції. Персоналізовані рекомендації збільшують кількість повторних візитів клієнтів на 15-20%, що позитивно впливає на доходи підприємства. Наприклад, Starbucks використовує ШІ для персоналізації меню та акцій, адаптуючи їх до часу доби, місцезнаходження та погодних умов. Це сприяє збільшенню середнього чеку та рівня задоволеності клієнтів.

Впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ) в готельно-ресторанному бізнесі в Україні сприяє оптимізації бізнес-процесів, підвищенню ефективності управління та покращенню обслуговування клієнтів. Так, мережа ресторанів «Фокстрот Кафе» активно використовує інтелектуальні системи для персоналізації обслуговування, аналізуючи вподобання відвідувачів і пропонуючи індивідуальні страви та акції. Це підвищує лояльність клієнтів та зменшує витрати на закупівлю продуктів.

Подібний підхід успішно реалізує і готель «Premier Palace» у Києві, що застосовує автоматизовані системи бронювання та управління номерами. ШІ аналізує попит і адаптує ціни до сезонних змін, що сприяє підвищенню задоволеності гостей та ефективності управління.

У ресторані «Bilytsia» у Львові практикується застосування чат-ботів для обробки замовлень і запитів гостей, що скорочує час обробки запитів на 40% і покращує комунікацію з клієнтами, зокрема в умовах високої завантаженості. Мережа «Кофе Хауз» використовує ШІ для аналізу вподобань клієнтів, надаючи персоналізовані рекомендації щодо вибору страв і напоїв, що дозволяє збільшити продажі на 10-15%.

Таким чином, застосування ШІ у готельно-ресторанному господарстві не лише підвищує ефективність управління та знижує витрати, а й дозволяє покращити клієнтський досвід і забезпечити конкурентоспроможність підприємств.

Висновки. Впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ) в готельно-ресторанному господарстві оптимізує управлінські процеси, знижує витрати та підвищує якість обслуговування. В умовах економічної нестабільності та війни ці технології дозволяють адаптуватися до змін ринку, покращувати клієнтський досвід і забезпечувати стабільність підприємств. ШІ дає змогу прогнозувати попит, автоматизувати процеси та оперативно реагувати на зміни, що підвищує прибутковість, знижує ризики та зміцнює конкурентні позиції.

Особливо важливим є використання ШІ в менеджменті готельно-ресторанного господарства, оскільки це дозволяє значно покращити планування ресурсів, автоматизувати обслуговування клієнтів і швидко адаптуватися до змін у поведінці споживачів. Інтеграція таких технологій створює умови для подальшого розвитку бізнесу, підвищення

ефективності операцій і зменшення витрат на управлінські процеси. Перспективи впровадження ШІ в цій сфері відкривають нові горизонти для розширення персоналізації обслуговування та поліпшення взаємодії з гостями, що в умовах зростаючої конкуренції на ринку є вирішальним фактором успіху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Буряк В. Г. Підготовка майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи в закладах вищої освіти: теорія та методика : монографія. Київ : Компрінт, 2022. 537 с.
2. Кукулина А. Дело будущего: репортаж с Madrid Fusión 2025. *Simple Wine News*. 2025. URL: <https://www.comunidad.madrid/actividades/2025> (дата звернення: 19.03.2025).
3. Постова В. В. Сучасні тенденції управління проєктами в готельному та ресторанному бізнесі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. № 3 (9). С. 45–48.
4. Тарасенко Н. Штучний інтелект: досягнення в розробці та ризики подальшого розвитку. *Шляхи розвитку української науки: суспільний дискурс*. 2023. № 4(186). С. 15–31.
5. Хаврова К. С. Інтелектуалізація діяльності – основа розвитку підприємства. *Вісник Донецького університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. 2018. № 1(68). С. 23–30.
6. Шматковська Т. О., Стеців І. І., Захарчук І., Гузь М. Суб'єкти державного сектору: бухгалтерська справа та застосування можливостей штучного інтелекту. *Інноваційна економіка*. 2024. No 3. С. 185–192.
7. Штучний інтелект в ресторанному бізнесі. URL: <https://choiceqr.com/uk/news/shtuchnyj-intelekt-v-restorannomu-biznesi/> (дата звернення: 23.03.2025).
8. Mohylna Liudmyla, Xu Tian, Pizniak Dmytro, Dashutina Liudmyla, Turchina Svitlana (2023). Trends in the Development of Innovative Processes in the Global Economy: Ukraine as an Example. *Review of Economics and Finance*. Vol. 21. P. 1893–1903. URL: https://refpress.org/wp-content/uploads/2023/12/Liudmyla_REF.pdf (дата звернення: 19.03.2025).

REFERENCES:

1. Buriak, V. H. (2022). *Pidhotovka maibutnikh fakhivtsiv hotelno-restoranoi spravy v zakladykh vyshchoi osvity: teoriia ta metodyka* [Preparation of future specialists in hotel and restaurant business in higher education institutions: Theory and methodology]. Kyiv: Komprint, 537 p. (in Ukrainian)
2. Kukulyina, A. (2025). Delo budushchego: reportazh s Madrid Fusión 2025 [Business of the future: Report from Madrid Fusión 2025]. *Simple Wine News*. Available at: <https://www.comunidad.madrid/actividades/2025> in Ukrainian (accessed 19 March 2025).
3. Postova, V. V. (2023). Suchasni tendentsii upravlinnia proiektamy v hotelnomu ta restorannomu biznesi [Modern trends in project management in the hotel and restaurant business]. *Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia – Innovations and Technologies in the Field of Services and Catering*, vol. 3(9), pp. 45–48. (in Ukrainian)
4. Tarasenko, N. (2023). Shtuchnyi intelekt: dosiahnennia v rozrobtsi ta ryzyky podalshoho rozvytku [Artificial intelligence: Achievements in development and risks of further advancement]. *Shliakhy rozvytku ukrainskoi nauky: suspilnyi dyskurs – Ways of development of Ukrainian science: public discourse*, vol. 4 (186), pp. 15–31. (in Ukrainian)
5. Khavrova, K. S. (2018). Intelektualizatsiia diialnosti – osnova rozvytku pidpriemstva [Intellectualization of activities as the basis for enterprise development]. *Visnyk Donetskoho universytetu ekonomiky i torhivli imeni Mykhaila Tugan-Baranovskoho – Bulletin of the Mykhailo Tugan-Baranovsky Donetsk University of Economics and Trade*, vol. 1(68), pp. 23–30. (in Ukrainian)
6. Shmatkovska, T. O., Stetsiv, I. I., Zakharchuk, I., & Guzio, M. (2024). Subjekty derzhavnoho sektoru: bukhhalterska sprava ta zastosuvannia mozhlyvostei shtuchnoho intelektu [Public sector entities: Accounting and application of artificial intelligence capabilities]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative Economy*, vol. 3, pp. 185–192. (in Ukrainian)
7. Shtuchnyi intelekt v restorannomu biznesi [Artificial intelligence in the restaurant business]. Available at: <https://choiceqr.com/uk/news/shtuchnyj-intelekt-v-restorannomu-biznesi/> in Ukrainian (accessed 23 March 2025).
8. Mohylna, L., Xu, T., Pizniak, D., Dashutina, L., & Turchina, S. (2023). Trends in the development of innovative processes in the global economy: Ukraine as an example. *Review of Economics and Finance*, vol. 21, pp. 1893–1903. Available at: https://refpress.org/wp-content/uploads/2023/12/Liudmyla_REF.pdf (accessed 19 March 2025). (in Ukrainian)