

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-60>

УДК 005.336.3:640.43]:006.83(100)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

DIGITALIZATION AND INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE RESTAURANT BUSINESS: CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT

Русавська Валентина Андріївнапрофесор, кандидат історичних наук,
Київський національний університет культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2741-6597>**Кожухівський Сергій Юрійович**аспірант,
Приватний вищий навчальний заклад «Київський університет культури»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-5263-8644>**Rusavska Valentyna**

Kyiv National University of Culture and Arts

Kozhukhivskiy Serhii

Private Higher Educational Institution «Kyiv University of Culture»

Стаття присвячена аналізу сучасних тенденцій цифровізації ресторанного бізнесу та впливу інноваційних технологій на розвиток індустрії гостинності. Проаналізовано комплекс інноваційних управлінських рішень, який включає впровадження CRM-системи, інтеграцію з соціальними мережами, систему зворотного зв'язку, аналітичну панель BI, інтелектуальну програму лояльності, хмарну POS-систему та формує єдину цифрову систему ресторану. Стверджено, що цифрова трансформація індустрії гостинності відкриває нові можливості для впровадження інноваційних підходів до управління та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Дослідження цих процесів дозволяє оцінити сучасний стан галузі та прогнозувати її розвиток у контексті глобальних технологічних змін. Окреслено перспективи розвитку в українському ресторанному бізнесі, що ґрунтуються на подальшій інтеграції цифровізації та інноваційних технологій.

Ключові слова: цифровізація, ресторанний бізнес, CRM-системи, інноваційні технології, POS-системи, BI-аналітика.

The article is devoted to the analysis of current trends in the digitalization of the restaurant business and the impact of innovative technologies on the development of the hospitality industry. The relevance of the research significantly increases in the context of complex economic conditions, particularly during the war in Ukraine, which has critically affected the functioning of various economic sectors. The purpose of this study is to conduct a comprehensive analysis of the specifics, key directions and results of implementing digital technologies that enhance operational efficiency and contribute to the formation of competitive advantages in the service market. Research methods include logical generalization – for determining the current trends in the digitalization of the restaurant business and identifying the influence of innovative technologies on the hospitality industry development; a systematic approach and system-structural analysis – for examining innovative measures aimed at strengthening competitiveness; functional analysis – to adapt digital technologies to the changing conditions of the contemporary market. The article analyzes a set of innovative managerial solutions, including the implementation of a CRM system, integration with social media, a real-time feedback system, BI-based analytical dashboards, an intelligent loyalty program, a cloud-based POS system, forming an integrated digital environment of the restaurant. It is argued that the digital transformation of the hospitality industry opens new opportunities for the application of innovative management approaches, improvement of customer interaction, and enhancement of enterprise competitiveness. Research into these processes enables assessment of the current state of the industry and forecasting its development in the context of global technological

shifts and increasing customer expectations. The study outlines the prospects for development in the Ukrainian restaurant business, based on further digital integration and innovative technologies within service and production processes to ensure adaptation to global trends.

Keywords: digitalization, restaurant business, CRM systems, innovative technologies, POS systems, BI analytics.

Постановка проблеми. У контексті глобальних технологічних трансформацій цифровізація та інноваційні технології формують принципово нові умови ведення бізнесу, відкриваючи широкі перспективи для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності. Застосування цифрових інструментів дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, автоматизувати рутинні операції, формувати персоналізовані сценарії взаємодії зі споживачами та впроваджувати інноваційні управлінські рішення.

Розвиток цифрових технологій формує сучасні вимоги до функціонування підприємств індустрії гостинності, виходячи далеко за межі дотримання традиційних стандартів сервісу. Нині конкурентоспроможність підприємств визначається не лише якістю обслуговування, а й здатністю інтегрувати інноваційні рішення, які сприяють підвищенню ефективності бізнес-процесів, індивідуалізації пропозицій та формуванню унікального клієнтського досвіду.

За умов посилення конкуренції на ринку гостинності цифровізація виступає стратегічним ресурсом, який дає змогу підвищити рівень сервісу, забезпечити оперативну взаємодію з клієнтом, скоротити часові витрати на обслуговування та підвищити точність управлінських рішень. Впровадження цифрових технологій дозволяє підприємствам створювати цінність для споживача на принципово новому рівні, забезпечуючи швидкість, прозорість, персоналізацію сервісних процесів та покращення якості комунікації.

Тому, цифрові трансформації та інноваційні технології стають визначальними чинниками розвитку підприємств індустрії гостинності, сприяючи зміцненню їх ринкових позицій, формуванню конкурентних переваг, підвищенню лояльності клієнтів та забезпеченню стійкості у динамічному ринковому середовищі. Відповідно, дослідження процесів цифровізації в межах ресторанного бізнесу набуває актуального теоретичного та прикладного значення. Дослідження цієї проблеми дозволяє не лише зрозуміти сучасний стан галузі, але й прогнозувати її подальший розвиток, що є особливо важливо в умовах

глобальних технологічних змін та зростаючих очікувань споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження останніх років свідчать, що цифрові технології, включаючи CRM-системи, мобільні додатки, онлайн-бронювання, аналітичні платформи та інструменти Business Intelligence, відіграють ключову роль у трансформації ресторанного бізнесу [1; 3; 4; 7; 8]. Особливу увагу приділяють інтеграції соціальних мереж у цифрову систему ресторану, що дозволяє не лише просувати бренд, а й формувати єдиний профіль клієнта для персоналізованих пропозицій і таргетованих маркетингових стратегій [3; 5; 7]. Українські дослідники підкреслюють, що впровадження CRM-систем та аналітики даних є недостатньо поширеним, що відкриває можливості для оптимізації внутрішніх процесів та підвищення ефективності закладів [5; 6]. Водночас, українські дослідники вказують на те, що для українських закладів ресторанного бізнесу цифровізація може стати одним із шляхів підвищення конкурентоспроможності, особливо в аспекті інтеграції до європейських стандартів та реагуванні на зміни ринку [2; 3; 7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри наявність значної кількості досліджень, присвячених цифровізації індустрії гостинності, низка аспектів залишається недостатньо опрацьованою. Зокрема, потребують подальшого розгляду питання адаптації цифрових технологій до умов українського ресторанного бізнесу з урахуванням економічних ризиків, технологічної нестабільності та специфіки споживчої поведінки. Невирішеними залишаються проблеми оцінки ефективності цифровізації бізнес-процесів на різних етапах діяльності ресторанних підприємств, а також формування оптимальних моделей поєднання традиційних сервісних практик із цифровими рішеннями. Попри численні дослідження цифровізації індустрії гостинності, ще залишаються невирішеними питання ефективного впровадження комплексних цифрових платформ, інтеграції CRM-систем із соціальними мережами та застосування аналітики великих даних для

персоналізації обслуговування в українських умовах.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є комплексне дослідження особливостей та визначення ключових напрямів упровадження цифрових технологій, що сприяють підвищенню ефективності діяльності підприємств та формуванню конкурентних переваг на ринку послуг.

Для досягнення поставленої мети в статті передбачається вирішення таких завдань: визначити особливості впровадження цифрових технологій у ресторанному бізнесі з урахуванням специфіки сервісно-виробничих процесів; розглянути ключові технологічні інновації, що трансформують бізнес-процеси закладів ресторанного бізнесу; дослідити сучасні тенденції цифровізації ресторанного бізнесу; проаналізувати впровадження інноваційних технологій у процеси обслуговування та управління; дослідити вплив цифровізації на ефективність управління та окреслити проблемні аспекти реалізації цифровізації в умовах українського ринкового середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна епоха технологій вимагає від індустрії гостинності не лише відповідності базовим стандартам обслуговування, але й впровадження інноваційних рішень, які підвищують якість сервісу та забезпечують неперевершений клієнтський досвід. В умовах зростаючої конкуренції на ринку послуг індустрії гостинності важливість цифровізації та інноваційні технології в ресторанному бізнесі важко переоцінити, адже вони є ключовим фактором, що визначає успіх та забезпечує конкурентоспроможність [3; 7].

Такий інноваційний розвиток набуває особливої значущості в умовах інтенсивної цифрової трансформації суспільства, коли рівень вимог споживачів до технологічності, комфорту та персоналізованості сервісу постійно зростає. Тому, цифровізація перетворилася на органічний елемент сучасного способу життя, істотно змінюючи функціональні засади різних галузей, зокрема індустрії гостинності [4].

Специфіка функціонування ресторанного бізнесу визначається сукупністю взаємопов'язаних чинників, що формують його винятковість та зумовлюють потребу в особливих підходах до управління й організації діяльності. Глибоке розуміння цих характеристик слугує підґрунтям для формування ефективних моделей розвитку ресторанних підприємств та підтримання їх конкурентної позиції в умовах динамічного ринкового середовища.

Ресторанна індустрія перебуває під впливом численних соціальних, економічних та технологічних перетворень та вирізняється інтенсивними процесами трансформації, що спричинені глобалізаційними процесами, зміною поведінкових моделей споживачів, а також активним упровадженням цифрових технологій [1]. Унаслідок цього підприємства ресторанної сфери стикаються з низкою нових тенденцій, які змінюють логіку їх функціонування, управлінські підходи та структуру сервісних процесів [6].

Актуальні тренди розвитку ресторанного бізнесу свідчать про суттєву модернізацію галузі, що спрямована на посилення технологічного складника, переорієнтацію на концепції здорового харчування й імплементацію принципів екологічності та соціальної відповідальності. Лідируючі ресторани формати сьогодення – це концепції, які гармонійно поєднують класичні підходи до сервісу з інноваціями у сфері гастрономії, управління та організації споживчого досвіду. Технологічна модернізація перетворюється не просто на можливість розвитку, а на ключову умову функціонування підприємств ресторанної сфери [2]. Заклади, які ігнорують інновації або впроваджують їх із запізненням, поступово втрачають конкурентні переваги, оскільки не здатні забезпечити належний рівень сервісу, швидкість реагування та персоналізацію пропозицій, що є очікуваними для сучасного споживача [6].

Характерною ознакою інноваційних технологій є їхня здатність докорінно трансформувати усталені підходи до ведення діяльності, формуючи нові концептуальні підвалини та управлінські моделі, що виходять за межі традиційних операційних практик. Завдяки цьому підприємства отримують можливість реалізувати високоефективні механізми вдосконалення виробничих процесів, змінювати якісні параметри продукції чи послуг, а також імплементувати сучасні організаційні рішення з високим рівнем результативності [6].

Тому, інноваційні технології набувають стратегічного значення для розвитку підприємств, оскільки забезпечують оперативну адаптацію до ринкових змін, підвищують продуктивність діяльності, посилюють конкурентні позиції та сприяють реалізації принципів сталого розвитку. Їхнє широке застосування у різних сферах функціонування бізнесу створює можливості для досягнення довгострокових стратегічних орієнтирів та формування стійких конкурентних переваг. Інноваційні технології охоплюють три основні вектори розвитку: технології

виробничого процесу, технології обслуговування клієнтів та управлінські технології [5].

Інноваційна активність закладів ресторанного бізнесу охоплює широкий спектр напрямів – від модернізації технологічного оснащення та автоматизації бізнес-процесів до створення сучасних форм сервісної взаємодії, розвитку новітніх каналів комунікації зі споживачами та впровадження нестандартних моделей клієнтоорієнтованості. Це обумовлює потребу у впровадженні багатомірних інноваційних рішень, які інтегрують технологічні, маркетингові та організаційні підходи [2; 8].

Таким чином, синергетичне поєднання цифрових технологій та інноваційних управлінських інструментів створює підґрунтя для підвищення конкурентних позицій підприємств ресторанного бізнесу, розширення їх ринкових можливостей та формування довгострокової цінності для споживачів.

Цифрові технології нового покоління становлять стратегічний інструментарій розвитку індустрії гостинності, забезпечуючи підвищення продуктивності бізнес-процесів, покращення якості взаємодії з клієнтами та формування умов для сталого зростання. Сучасні рішення – від автоматизованих систем управління до застосування штучного інтелекту, мобільних сервісів, інтерактивних платформ та технологій аналізу великих масивів даних – здійснюють суттєвий вплив на трансформацію функціонування підприємств галузі [8].

Запровадження таких інновацій поступово переходить із сфери конкурентної переваги до категорії необхідності для суб'єктів ринку, які прагнуть не лише відповідати актуальним стандартам, а й формувати майбутні тренди галузевого розвитку. У цьому контексті цифровізація стає ключовим фактором розбудови сучасної моделі сервісної діяльності, впливаючи на персоналізацію клієнтського обслуговування, підвищення його безпеки, зростання операційної ефективності, удосконалення маркетингових стратегій та зміцнення позицій підприємств [7].

Таким чином, цифрові технології активно визначають нову парадигму функціонування сфери гостинності, відкриваючи якісно нові можливості для її учасників та сприяючи формуванню довгострокових конкурентних переваг. При цьому, цифрова складова сучасного функціонування індустрії гостинності набуває статусу ключового драйвера її розвитку, оскільки забезпечує якісне удосконалення

управлінських процесів, сервісних процедур та механізмів комунікації зі споживачами [9]. Технологічна інтеграція дозволяє підприємствам автоматизувати значну частину операційних завдань, що, у свою чергу, сприяє скороченню витрат ресурсів, оптимізації трудових процесів та підвищенню загальної ефективності діяльності. Використання цифрових рішень формує новий формат взаємодії між підприємством і клієнтом, забезпечуючи оперативність, прозорість і персоналізованість сервісу [5].

Цифрові технології не лише модернізують традиційні підходи до управління та обслуговування, а й визначають стратегічні орієнтири розвитку підприємств сфери гостинності в умовах динамічних ринкових трансформацій. Інноваційні цифрові технології виступають визначальним чинником модернізації ресторанного бізнесу, зокрема в частині впровадження автоматизованих систем обслуговування, що охоплюють онлайн-замовлення, електронні меню, безконтактні методи оплати та роботизоване виконання виробничих операцій. Застосування таких рішень забезпечує підвищення швидкості обслуговування, оптимізує використання ресурсів та покращує якість сервісу [3; 5].

У межах внутрішнього управління підприємства відбувається автоматизація таких процесів, як контроль товарних запасів, прогнозування рівня попиту, облік продажів та управління взаємовідносинами зі споживачами на основі CRM-платформ [8]. Результати практичного впровадження цифрових рішень свідчать про те, що підприємства, які використовують системи онлайн-бронювання, безконтактні платіжні інструменти та автоматизовані механізми контролю діяльності, характеризуються вищими показниками операційної ефективності, рівня клієнтської задоволеності та стабільності бізнес-процесів у порівнянні з традиційними моделями функціонування [7].

Узагальнюючи, застосування інноваційних рішень розглядається не лише як тенденція сучасності, а як стратегічно обумовлена необхідність для посилення ринкових позицій підприємств галузі. Використання автоматизованих технологій, інструментів аналітики даних, систем штучного інтелекту та цифрових інструментів комунікації сприяє підвищенню результативності функціонування закладів індустрії гостинності, підсилює якість сервісу та формує стійкі конкурентні переваги.

Комплексна інтеграція цифрових інновацій у діяльність підприємств гостинності забез-

печує не лише адаптацію до сучасних технологічних, економічних та поведінкових змін, але й створює додаткові вектори розвитку. Це дозволяє підвищити рівень задоволеності споживачів, удосконалити бізнес-моделі та підтримати довгострокову конкурентоспроможність підприємств у динамічному ринковому середовищі [3; 6].

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, представленого в табл. 1, необхідно ствердити наступне, що в сучасних умовах загострення конкурентної боротьби на ринку ресторанних послуг управління взаємовідносинами з клієнтами набуває стратегічного значення й виступає базовим чинником забезпечення стійкого розвитку підприємства.

Запровадження розвиненої CRM-системи для закладу ресторанного бізнесу розглядається як ключовий інструмент підвищення конкурентоспроможності, оскільки забезпечує перехід від традиційних підходів в роботі з клієнтською базою по моделі data-driven management, за якої управлінські рішення формуються на підставі системної аналітики

Таблиця 1

Інноваційні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності ресторану

№	Напрямок цифровізації	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	CRM-система для управління взаємовідносинами з клієнтами	Впровадження CRM (наприклад, Poster CRM, Syrve або Hubspot) для збору даних про клієнтів, історію замовлень, відгуки, автоматизації маркетингу та аналітики поведінки гостей	Аналітика поведінки споживачів, персоналізація сервісу, адресні маркетингові комунікації, сегментування клієнтів
2	Інтеграція з соціальними мережами	Синхронізація сайту, системи бронювання та CRM із соцмережами (Facebook, Instagram, TikTok) для управління контентом, збору заявок та комунікації з клієнтами	Розширення цифрової присутності, зростання охоплення, оперативний зворотній зв'язок, аналізування поведінки споживачів та їх вподобань, активність взаємодії з брендом
3	Система зворотного зв'язку та оцінки сервісу (Feedback)	Встановлення QR-кодів на столах, інтегрованих із CRM, швидка оцінка якості страв і сервісу з бонусами за відгуки	Підвищення рівня сервісу, своєчасна аналітика задоволеності гостей, персоналізований клієнтський досвід
4	Аналітична панель (BI) (Business Intelligence)	Впровадження BI-інструментів (Power BI, Google Data Studio) для аналізу динаміки продажів, ефективності акцій, завантаженості залу	Прийняття управлінських рішень на основі даних, фінансова прозорість, ефективне використання ресурсів, прогнозування попиту
5	Інтелектуальна програма лояльності (TownCafe Smart Loyalty)	Розробка системи бонусів, індивідуальних програм, персоналізованих знижок, подарунків і сповіщень на основі CRM-аналітики.	Зростання повторних візитів, утримання постійних клієнтів, підвищення рівня замученості та середнього чеку
6	Хмарна POS-система з інтеграцією замовлень (Poster POS)	Встановлення POS-платформи з передачею замовлень на кухню через Kitchen Display System, синхронізація з CRM і BI.	Скорочення часу обслуговування, мінімізація помилок персоналу, контроль та облік запасів у реальному часі.

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 3; 4; 7; 8]

реальних даних [1]. Концептуальна сутність CRM полягає в консолідації релевантної інформації про споживачів у єдиному інформаційному середовищі. Йдеться про накопичення даних щодо історії замовлень, індивідуальних смаків, частоти та часу відвідувань, рівня задоволеності сервісом, поведінкової активності в цифрових каналах комунікації, участі у програмах лояльності. Систематизація цих параметрів забезпечує ресторану можливість глибокого аналізу споживчої поведінки, виявлення закономірностей, сегментування клієнтів та формування персоналізованих пропозицій, що підвищують рівень їх залученості й стимулюють повторні візити [7].

Використання CRM сприяє трансформації управлінської моделі на користь аналітично-орієнтованого підходу, заснованого на індивідуалізації сервісу, точності інформації та оперативності прийняття рішень. У цьому контексті CRM-система виступає стратегічним ресурсом підприємства, оскільки перетворює масив накопичених даних на прикладний інструмент стратегічного та тактичного планування. Вагомою перевагою CRM-рішень є їхня інтеграція з POS-системами, платформами онлайн-бронювання, службами доставки та системами управління замовленнями. Така синхронізація формує єдиний цифровий контур супроводу клієнта на всіх етапах сервісного циклу та забезпечує точність, цілісність і своєчасність інформаційних потоків. Функціональні можливості CRM дозволяють здійснювати автоматичне сегментування клієнтів за рівнем активності, середнім чеком, частотою відвідувань та іншими показниками; формувати окремі групи VIP-клієнтів, нових або неактивних споживачів; вибудовувати для кожного сегмента диференційовані програми лояльності та адресні маркетингові комунікації [3; 7]. Таким чином, CRM-система виступає не лише технологічним інструментарієм, а й елементом стратегічної архітектури управління, що забезпечує формування довгострокової конкурентної переваги ресторанного закладу на основі поглибленого аналізу потреб клієнтів та персоніфікованого сервісу.

Цікавою є пропозиція впровадження для ресторану інтеграції з соціальними мережами. В умовах цифрової економіки Facebook, Instagram та TikTok стали невід'ємним елементом формування єдиного інформаційного простору бренду, забезпечуючи постійну комунікацію та оперативну взаємодію з клієнтами. Нині соціальні мережі виступають не лише інструментом реклами, а й ключовим

каналом взаємодії між закладом і його аудиторією. Завдяки такій інтеграції соціальні мережі переходять від етапу просування до функціонального елементу операційного управління, сприяючи зміцненню лояльності клієнтів, збільшенню відвідуваності та формуванню позитивного іміджу ресторану. Сутність інтеграції полягає у тому, що дії користувачів – онлайн-бронювання, відгуки, повідомлення, участь у акціях та підписки – автоматично синхронізуються з CRM-системою. Це дозволяє створювати єдиний клієнтський профіль, аналізувати поведінку споживачів, їхні вподобання та активність взаємодії з брендом [7]. З маркетингової позиції поєднання CRM із соціальними платформами забезпечує можливість точного таргетування. Система сегментує відвідувачів за специфічними характеристиками – частотою відвідувань, середнім чеком, популярними стравами – та формує індивідуальні рекламні пропозиції. Крім того, коментарі, оцінки та повідомлення з соціальних мереж можуть автоматично надходити в CRM для подальшої централізованої обробки: від аналізу претензій до підготовки звітів про рівень задоволеності гостей [3; 7].

Ефективне управління якістю обслуговування в сучасному ресторанному бізнесі неможливе без оперативного та достовірного зворотного зв'язку від клієнтів. Запропонована модель передбачає застосування QR-кодів, розташованих на столах, у меню або на касових чеках, що дає можливість відвідувачам у режимі реального часу оцінювати якість страв, швидкість обслуговування, професіоналізм персоналу та атмосферу закладу [6]. Процедура залишення відгуку займає лічені секунди: клієнт сканує QR-код, переходить на спеціальну сторінку з короткою формою оцінювання та може виставити рейтинг або залишити текстовий коментар. Такий підхід забезпечує безперервний потік аналітичної інформації для менеджменту ресторану, дозволяючи оперативно реагувати на зауваження гостей, підвищувати рівень сервісу та формувати більш персоналізований клієнтський досвід [5].

Ще одним інноваційним рішенням для ресторану є впровадження аналітичної панелі для оцінки та управління ефективністю діяльності закладу. Зокрема, застосування системи Business Intelligence (BI) дозволяє трансформувати великі обсяги даних про функціонування ресторану у наочні, візуалізовані показники, необхідні для прийняття стратегічних та оперативних управлінських рішень. BI-панель

інтегрує інформацію з різних джерел – POS-систем, CRM-платформ, систем бронювання, програм лояльності та онлайн-замовлень – формуючи єдине комплексне інформаційне середовище [8]. Це забезпечує керівництву ресторану можливість у режимі реального часу відстежувати ключові показники діяльності: динаміку продажів за стравами, категоріями чи періодами; рівень відвідуваності у різні дні тижня або години; середній чек та прибутковість; ефективність проведених акцій, сезонних пропозицій та маркетингових кампаній; завантаженість залу та продуктивність персоналу. Впровадження аналітичної платформи BI дозволяє підвищити точність управлінських рішень, оптимізувати внутрішні процеси та забезпечити більш ефективне використання ресурсів ресторану, створюючи умови для підвищення його конкурентоспроможності [8].

Одним із пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності ресторанного закладу є впровадження інтелектуальної програми лояльності, яка ґрунтується на аналізі даних клієнтської бази, накопичених у CRM-системі. У сучасних умовах високої конкуренції на ринку утримання постійних відвідувачів набуває не меншого значення, ніж залучення нових клієнтів, оскільки, за статистикою, повторний гість витрачає в середньому на 30–40 % більше, а витрати на його утримання значно нижчі, ніж на залучення нового. Тому, створення системи, яка стимулює повторні візити та підвищує рівень задоволеності клієнтів, виступає стратегічним завданням ресторанного менеджменту. Інтелектуальна програма лояльності передбачає персоналізований підхід до кожного відвідувача на основі глибинного аналізу даних CRM, що дозволяє формувати індивідуальні пропозиції, бонуси та комунікаційні стратегії, підвищуючи рівень залученості та сприяючи зміцненню довгострокових відносин із клієнтами [1].

Ефективна організація сервісно-виробничих процесів виступає ключовим чинником успішної діяльності сучасного ресторанного закладу. У цьому контексті впровадження хмарної POS-системи з інтегрованою Kitchen Display System (KDS) є важливим етапом цифрової трансформації ресторану, оскільки дозволяє автоматизувати процес управління замовленнями, підвищити швидкість обслуговування та зменшити вплив людського фактору. Хмарна POS-система являє собою комплексну платформу управління ресто-

раном, що поєднує функції обліку продажів, контролю запасів, моніторингу персоналу, аналітики та координації взаємодії між кухнею та залом. Серед ключових переваг хмарних POS-рішень слід виділити їхню інтеграцію з іншими цифровими інструментами ресторану – CRM-системами, програмами лояльності, BI-аналітикою та мобільними додатками. Це дозволяє повністю цифровізувати цикл обслуговування клієнта: від оформлення замовлення до оцінки ефективності його виконання. Зокрема, дані про замовлення автоматично надходять у CRM-систему, формуючи детальний профіль клієнта; у BI-панелі вони відображаються у вигляді дашбордів для аналізу динаміки продажів; а через мобільний застосунок відвідувач може відстежувати статус виконання свого замовлення у режимі реального часу [3; 7].

З управлінської точки зору, хмарна POS-система є ефективним інструментом контролю та планування діяльності ресторану. Менеджмент отримує можливість: відстежувати оборот, кількість замовлень та середній чек у реальному часі; оцінювати продуктивність персоналу (час прийняття, приготування та подачі замовлення); здійснювати автоматизований облік та контроль запасів сировини, залишків та витрат продуктів; проводити фінансовий аналіз прибутковості по змінах, днях або категоріях страв. З технічної сторони, хмарна POS-система не потребує складної серверної інфраструктури та додаткового обладнання. Дані зберігаються у захищеному хмарному середовищі, а оновлення програмного забезпечення відбуваються автоматично, що значно знижує витрати на технічну підтримку та забезпечує стабільну роботу системи [3; 7].

Таким чином, впровадження цифрових рішень є важливим аспектом інноваційного розвитку ресторанного бізнесу, що кардинально трансформує взаємодію з клієнтами, сприяє підвищенню їх комфорту та формує унікальний клієнтський досвід, який стає ключовим чинником лояльності. Крім того, впровадження таких технологій забезпечує генерацію великих обсягів даних про поведінку споживачів, їхні вподобання та взаємодію з брендом. Аналіз цих даних дозволяє підприємствам ресторанного бізнесу оптимізувати сервісні процеси, прогнозувати попит, розробляти персоналізовані пропозиції та формувати високоточні маркетингові стратегії, що підвищують ефективність діяльності та конкурентоспроможність закладу.

Висновки. Розгляд означеної проблематики є актуальним з позиції оцінювання сучасного стану розвитку ресторанного бізнесу та визначення потенційних траєкторій його модернізації, що набуває особливої значущості в умовах посилення конкуренції, зростання технологічної залежності бізнес-процесів. Стверджено, що цифровізація та інноваційні технології в ресторанному бізнесі відкривають нові можливості для впровадження інноваційних підходів до управління, покращення взаємодії з клієнтами та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Досліджено, що ресторанний бізнес у сучасних умовах активно трансформується під впливом технологічних інновацій та цифровізації, що змінює структуру обслуговування та формує нові стандарти взаємодії з клієнтами. Цифровізація закладів гостинності сприяє підвищенню ефективності управління бізнес-процесами, оптимізації роботи персоналу, автоматизації обліку та аналітики, а також створенню інтегрованих систем управління взаємовідносинами з клієнтами. Комплекс інноваційних управлінських рішень, який включає впровадження CRM-системи, інте-

грацію з соціальними мережами, систему зворотного зв'язку, аналітичну панель Business Intelligence, інтелектуальну програму лояльності та хмарну POS-систему, формує єдину цифрову систему ресторану. Її впровадження забезпечує аналітичну підтримку управлінських рішень, персоналізацію обслуговування, підвищення операційної ефективності та розвиток довгострокових відносин із клієнтами. Інтеграція соціальних мереж, аналітичних панелей і систем управління якістю обслуговування забезпечує оперативний збір даних про поведінку клієнтів, їхні вподобання та задоволеність сервісом, що створює передумови для розробки таргетованих маркетингових стратегій та прийняття ефективних управлінських рішень. Дослідження цих процесів дозволяє оцінити сучасний стан галузі та прогнозувати її розвиток у контексті технологічних змін та зростаючих очікувань споживачів.

Перспективним напрямком подальших досліджень в українському ресторанному бізнесі є подальша інтеграція цифровізації та інноваційних технологій у сервісно-виробничі процеси з метою адаптації до глобальних тенденцій індустрії гостинності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вербівська Л., Буринська О. Використання цифрових технологій у підприємницькій діяльності. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 61. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3814/3734> (дата звернення: 24.10.2025).
2. Демченко К. В. Поняття «ефективності» у контексті екологічної модернізації виробництва суб'єктами підприємництва. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 39. С. 73–78. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/1482/1393> (дата звернення: 24.10.2025).
3. Дмитришин Б. В. Інновації як визначальний фактор розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2023. № 9(42). С. 58–66. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/bitstreams/bbb99f3e-1065-4cd7-83d6-3771f0d11fee/download> (дата звернення: 24.10.2025).
4. Завальнюк В. В. Принципи управління інноваційною діяльністю. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. № 5(1). С. 182–185. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=25501.pdf> (дата звернення: 24.10.2025).
5. Неїленко С., Фогель А., Гуца Є., Олійник О. Сучасні підходи до роботизації сервісних процесів в закладах ресторанного господарства. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2022. Т. 5(2). С. 239–249. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/270101/265700> (дата звернення: 24.10.2025).
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. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/260890/257498> (дата звернення: 24.10.2025).
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. Ivanov S., Webster C. Adoption of Robots, Artificial Intelligence and Service Automation by Travel, Tourism and Hospitality Companies – A Cost-Benefit Analysis. *Contemporary Tourism – Traditions and Innovations: International Scientific Conference, Sofia University, 19-21 October 2017*. Sofia : St. Kliment Ohridski University Press, 2017. P. 168–169.
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(7). P. 1–9. URL: <https://www.abacademies.org/articles/current-problems-drivers-and-dominants-of-the-service-economy-11541.html> (дата звернення: 24.10.2025).

REFERENCES:

1. Verbivska, L., & Burynska, O. (2024). Vykorystannia tsyfrovyykh tekhnolohii u pidpriemnytskii diialnosti [Use of digital technologies in business activities]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, 61. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3814/3734> (accessed October 24, 2025).
2. Demchenko, K. V. (2023). Poniattia "efektyvnosti" u konteksti ekolohichnoi modernizatsii vyrobnytstva subiektamy pidpriemnytstva [The concept of "efficiency" in the context of ecological modernisation of production by business entities]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia – Entrepreneurship and Trade*, 39, 73–78. Available at: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/1482/1393> (accessed October 24, 2025).
3. Dmytryshyn, B. V. (2023). Innovatsii yak vyznachalnyi faktor rozvytku hotelno-restorannoho biznesu [Innovation as a Determining Factor in the Development of the Hospitality Business]. *Tsentrlnoukraiynskyi naukovi visnyk. Ekonomichni nauky – Central Ukrainian Scientific Bulletin. Economic Sciences*, 9(42), 58–66. Available at: <https://dspace.kntu.kr.ua/bitstreams/bbb99f3e-1065-4cd7-83d6-3771f0d11fee/download> (data zvernennia: 24.10.2025).
4. Zavalniuk, V. V. (2013). Pryntsypy upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu [Principles of management innovative activity]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, 5(1), 182–185. Available at: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=25501.pdf> (accessed October 24, 2025).
5. Neilenko, S., Fohel, A., Hushcha, Ye., & Oliinyk, O. (2022). Suchasni pidkhody do robotyzatsii servisnykh protsesiv v zakladakh restorannoho hospodarstva [Modern Approaches to Robotisation of Service Processes in Restaurant Industry Establishments]. *Restorannyyi i hotelnyi konsaltnykh. Innovatsii – Restaurant and Hotel Consulting. Innovations*, 5(2), 239–249. Available at: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/270101/265700> (data zvernennia: 24.10.2025).
6. Rusavska, V., & Neilenko, S. (2022). Yakist yak vyznachalnyi 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]. *Restorannyyi i hotelnyi konsaltnykh. Innovatsii – Restaurant and Hotel Consulting. Innovations*, 5(1), 148–158. Available at: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/260890/257498> (accessed October 24, 2025).
7. Tyshchenko, S. (2021). Tsyfrovii tekhnolohii v industrii hostynnosti [Digital technologies in the hospitality industry]. *Tavriyskyi naukovi visnyk. Serii: Ekonomika – Taurida Scientific Herald. Series: Economics*, 7, 131–139. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.16>
8. Ivanov, S., & Webster, C. (2017). Adoption of Robots, Artificial Intelligence and Service Automation by Travel, Tourism and Hospitality Companies – A Cost-Benefit Analysis. *Contemporary Tourism – Traditions and Innovations: International Scientific Conference, Sofia University, 19-21 October 2017*. Sofia : St. Kliment Ohridski University Press, 2017. P. 168–169.
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*, 24(7), 1–9. Available at: <https://www.abacademies.org/articles/current-problems-drivers-and-dominants-of-the-service-economy-11541.html> (accessed October 24, 2025).