

## **ВПЛИВ CRM-СИСТЕМ НА УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ З КЛІЄНТАМИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**ДУДНІКОВ Ростислав,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Уманський національний університет садівництва, м. Умань*

Сучасний ресторанний бізнес характеризується високим рівнем конкуренції, що вимагає від закладів не лише якісного сервісу та унікальної гастрономічної пропозиції, а й ефективного управління взаємодією з клієнтами. У цьому контексті впровадження CRM-систем (Customer Relationship Management) відіграє ключову роль, забезпечуючи ресторани інструментами для збору, аналізу та використання даних про споживачів.

CRM-системи дозволяють автоматизувати процеси бронювання столиків, обліку замовлень, програм лояльності та персоналізованих маркетингових кампаній, що сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та їхньої лояльності до бренду. Вони також допомагають ресторанному бізнесу ефективніше сегментувати аудиторію, прогнозувати споживчі тенденції та приймати стратегічні рішення на основі аналізу великих масивів даних.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі цифрових технологій у сфері гостинності та необхідністю адаптації ресторанів до сучасних умов ринку. Метою статті є аналіз впливу CRM-систем на управління взаємодією з клієнтами, визначення їхніх основних переваг та викликів, а також оцінка перспектив подальшого розвитку таких технологій у ресторанному бізнесі.

CRM-системи (Customer Relationship Management) стають все більш популярними в ресторанному бізнесі, оскільки дозволяють ефективно керувати взаємодією з клієнтами, покращувати їх досвід та збільшувати лояльність. Ось основні функціональні можливості CRM-систем, які застосовуються для цих цілей: збір і аналіз даних про клієнтів, персоналізована комунікація, керування лояльністю, автоматизація процесів, аналітика та звіти, мобільні застосунки та інтеграція, підвищення якості обслуговування, гейміфікація та конкурси [1].

Однією з ключових функцій таких систем є збір і аналіз даних про клієнтів. CRM дозволяє зберігати персональну інформацію, зокрема імена, контакти, улюблені страви, алергії та важливі дати. Вона також фіксує історію замовлень, що дає змогу відстежувати переваги відвідувачів, їхню частоту відвідувань та типи послуг, які вони найчастіше використовують (доставка, самовивіз або відвідування закладу).

Персоналізована комунікація є ще одним важливим аспектом роботи CRM-систем. Завдяки аналізу поведінки клієнтів можна формувати таргетовані пропозиції, надсилати автоматичні email- чи SMS-розсилки з акціями та нагадуваннями про резервації. Окремим напрямом є привітання гостей зі святами, наприклад, на день народження чи інші особливі події. Ефективне

управління лояльністю клієнтів також стає простішим завдяки CRM-системам, адже вони дозволяють впроваджувати програми бонусів, визначати VIP-клієнтів і пропонувати їм спеціальні привілеї. Крім того, клієнти можуть залишати відгуки та проходити опитування, що допомагає ресторанам удосконалювати свій сервіс [2].

Автоматизація процесів є ще однією перевагою таких систем. CRM інтегрується з модулями для бронювання столиків, що значно спрощує управління резерваціями для персоналу. Вона також дозволяє організувати систему трекінгу замовлень, надсилати автоматичні сповіщення клієнтам про готовність їхньої їжі та ефективно управляти чергами в ресторанах швидкого обслуговування. Аналітичні можливості CRM-систем дають змогу оцінювати продажі, визначати найпопулярніші страви, аналізувати клієнтську базу та прогнозувати навантаженість ресторану у певний період [3].

Сучасні CRM-системи часто пропонують мобільні додатки, що спрощує процес замовлення їжі, перегляду меню та отримання спеціальних пропозицій. Крім того, інтеграція з соціальними мережами допомагає автоматично поширювати контент, залучати нових клієнтів через рекламні кампанії та підтримувати активну взаємодію з аудиторією. Поліпшення якості обслуговування стає можливим завдяки нагадуванням про вподобання клієнтів, що допомагає персоналу надавати індивідуалізований сервіс. Якщо гість залишає негативний відгук, система може автоматично сповіщати менеджера для оперативного реагування [4].

Окрему роль у CRM-системах відіграють елементи гейміфікації. Клієнти можуть отримувати бали за активність, наприклад, за написання відгуків або регулярні замовлення, що мотивує їх частіше відвідувати заклад. Додатково можуть проводитися конкурси, наприклад, визначення «Найактивнішого клієнта місяця», що ще більше стимулює взаємодію з брендом. Таким чином, CRM-системи є потужним інструментом для ресторанного бізнесу, який не лише покращує комунікацію з клієнтами, але й сприяє зростанню прибутковості та конкурентоспроможності закладів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нещадим, Л., & Тимчук, С. (2022). Автоматизація бізнес-процесів підприємств індустрії гостинності як чинник підвищення економічної ефективності. *Економіка та суспільство*, (36). <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1166>
2. Ahmed Al-Musharaf, Mohammed Al-Dhaheeb (2020) The role of crm systems in enhancing customer relationship management in the restaurant industry. *Journal of hospitality and tourism technology*. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2019-0143>
3. Янчук, Т., & Боєнко, О. (2023). Впровадження crm-систем як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності. *Економіка та суспільство*, (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-89>

4. Siew Meng Leong, Chai Wah Wu (2021) Customer relationship management in restaurants: a study of key drivers and outcomes. *Tourism Management Perspectives*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100837>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тимчук С. В.

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет біоресурсів і природокористування України**  
**Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**  
**Національний університет харчових технологій**  
**Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного**  
**Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу**  
**Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства**

# **ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

### **ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**12 березня 2025 року, Київ**

**КИЇВ 2025**

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)*

**Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України:** збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

#### **Редакційна колегія:**

**Мельниченко С. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Сердюк М. Є.** – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Олюніна С. Л.** – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025