

Канд. екон. наук Самойленко А. О., Корнійчук О. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕЛЕМЕНТІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ

У сучасному технологічному середовищі, що швидко розвивається, індустрія гостинності повинна швидко адаптуватися до постійного прогресу інформаційних технологій, які пронизують усі аспекти соціально-економічної та соціально-культурної тканини суспільства. Цифровізація сфери послуг особливо важлива в сучасному світі, оскільки широке використання Інтернету стало невід'ємною частиною повсякденного життя споживачів у глобальній індустрії гостинності.

Основою сучасного бізнесу є цифровізація, яка відіграє вирішальну роль у підвищенні ефективності різних галузей. Використовуючи цифрові технології, підприємства можуть задовольняти різноманітні потреби клієнтів за допомогою персоналізованих послуг, які передбачають їхні бажання. У сфері гостинності все більше споживачів обирають онлайн-платформи для бронювання житла, резервування столиків у ресторанах і придбання квитків на транспорт. Це не тільки економить дорогоцінний час, але й дозволяє клієнтам робити зручні замовлення, не виходячи з дому.

Швидке зростання індустрії електронної комерції можна пояснити збільшенням використання цифрових послуг, яке ще більше прискорилося через невизначеність сучасного світу. Запровадження суворих карантинних заходів і дотримання правил соціального дистанціювання під час глобальної пандемії COVID-19 зіграли значну роль у сприянні впровадження цифрових платформ. У результаті ця хвиля цифровізації сильно вплинула на сектор торгівлі та послуг.

Споживачі гостинності, які обслуговуються галуззю, часто використовують Інтернет для пошуку місць проживання, їжі, туристичних сайтів, самостійних рейсів, готелів, автомобілів і турів, які вони можуть створити самостійно відповідно до своїх особистих уподобань. Крім того, вони завжди можуть отримати нову інформацію про подорожі, програми лояльності, політичні та економічні аспекти країн, які вони збираються відвідати, тощо.

Важливо визнати, що соціальні мережі є одним із найефективніших інструментів в індустрії гостинності, який сприяє спілкуванню з потенційними клієнтами та зменшує витрати, а також збільшує прибуток. Кількість людей, які користуються соціальними мережами, значно зростає серед населення Інтернету, таке використання соціальних мереж здатне залучити велику аудиторію споживачів. Сьогодні 53,6% населення світу користується соціальними мережами. Останнім часом спостерігається збільшення кількості людей, які користуються соціальними мережами, зокрема: у 2019 р. кількість нових користувачів, які використовують соціальні мережі, становила 3,1 млрд.; у 2020 р. ця кількість зросла на 321 млн., або на 9%; у 2021 р. зросла на 490 млн., що становить 13%. В середньому щодня до соціальних мереж додається понад 1,3 млн. нових користувачів (майже 15,5 нових користувачів в секунду).

Великі соціальні мережі часто підтримують кілька мов і дозволяють користувачам спілкуватися в середовищі, яке не обмежене географічними кордонами, політичними та економічними умовами. Основною мотивацією користувачів соціальної мережі є пошук актуальної інформації. Слід зазначити, що в соціальних мережах між користувачами формується певна атмосфера довіри, яку повинні використовувати готелі для збільшення цільового трафіку, а поєднання Інтернет-реклами та маркетингу в соціальних мережах створює можливості для використання їх як рекламних платформ.

Інтернет продовжує відігравати важливу роль для користувачів соціальних мереж, але більшість активності відбувається в мобільних браузерах. Більшість користувачів частіше використовують мобільний додаток компанії, ніж веб-інтерфейс. За даними App Annie, лише 8% всього мобільного часу користувачів Android витрачають на мобільні веб-браузері, тоді як на мобільні програми припадає 92%.

Цифровізація дозволяє збирати та обробляти великі обсяги даних про споживачів, яких обслуговує готельна індустрія, аналізувати їх і таким чином формувати персоналізовані пропозиції, максимально персональні. Для збільшення обсягів послуг сучасні стратегії готельних компаній повинні бути спрямовані на залучення та утримання клієнтів. Використання чітко націленої реклами, сегментованих електронних листів і чітких повідомлень, спрямованих на певну

аудиторію в соціальних мережах, може допомогти досягти своєчасних, високоякісних, чуйних повідомлень.

Штучний інтелект є одним із способів швидкого спілкування та максимального врахування інтересів клієнтів у сфері гостинності. Штучний інтелект дозволяє обробляти та аналізувати великі обсяги даних, враховуючи індивідуальні вимоги клієнтів та історію їхніх попередніх запитів, створювати найкращі пропозиції та генерувати нові продукти швидше, ніж за допомогою традиційних методів дослідження.

Технологія блокчейн є перспективним інструментом для задоволення індивідуальних потреб клієнтів. Завдяки технології децентралізованої бази даних, яка базується на безперервному оновленні ланцюга записів і запобіганні підробці, модифікації, злому та крадіжці інформації, вона значно підвищує надійність замовлень, бронювання та оплати, забезпечуючи достовірну інформацію та зворотній зв'язок про послугу.

Таким чином, у готельному секторі активне використання інноваційних моделей з використанням новітніх елементів цифровізації є ефективним засобом просування послуг і важливим інструментом маркетингової комунікації. Зростання кількості користувачів Інтернету та можливості цифрових технологій дозволяють гравцям індустрії гостинності охоплювати ширшу аудиторію, швидко повідомляти про нові пропозиції поточним і потенційним клієнтам, водночас повідомляти про відповідну потребу в їхніх послугах. Під впливом інформаційних технологій формується новий тип споживача, для якого дуже важливі швидке реагування на потреби, зручність послуг і задоволення потреб у момент їх виникнення. Впровадження цифрових технологій у діяльність фінансових установ здійснює ефективніше використання традиційних механізмів залучення нових клієнтів та утримання постійних клієнтів. Діджиталізація не тільки підвищує ефективність маркетингової діяльності, але й оптимізує окремі статті витрат.

Список використаних джерел:

1. Кирилюк І.М., Нецадим Л.М., Благополучна А.Г. Діджиталізація як основний фактор розвитку індустрії гостинності в умовах сучасних викликів. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Т. 2, № 18. С. 217-231. <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.217-231>.

2. Гудзь О., Федюнін С., Щербина В. Діджиталізація як конкурентна перевага підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 3 (29). С. 18-24. <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2019.031824>.
3. Digital 2021: global overview report. DataReportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>.
4. Марусей Т.В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8116>.

Канд. екон. наук Самойленко А. О., Пінчук С. С.

Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНІ СКЛАДОВІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Актуальність теми інновацій у готельно-ресторанному бізнесі не може бути переоцінена, особливо в умовах швидкоплинних ринкових тенденцій та зростаючих вимог споживачів. Сучасний світ характеризується стрімким розвитком технологій, які змінюють уявлення про традиційний підхід до готельно-ресторанного бізнесу, в свою чергу інновації стають не просто інструментом для підвищення ефективності та оптимізації процесів, а ключовим фактором, який визначає здатність підприємства адаптуватися до змін у сфері гостинності та вижити в конкурентній боротьбі. Одним з основних викликів для підприємств готельно-ресторанного бізнесу є необхідність постійно відповідати зростаючим очікуванням клієнтів. Сучасні споживачі прагнуть не тільки якісного сервісу, але й унікального досвіду, що передбачає персоналізацію, використання інтерактивних технологій та екологічні ініціативи, що змушує підприємства шукати нові інноваційні рішення, які дозволяють не тільки вдосконалювати існуючі послуги, але й розробляти нові продукти.

Інноваційні тенденції в готельно-ресторанному бізнесі активно трансформують сферу послуг, пропонуючи нові можливості для підвищення ефективності, покращення якості обслуговування та розширення клієнтської бази. Сучасні інновації охоплюють широкий спектр аспектів, від технологічних рішень до екологічних ініціатив. Нижче наведено декілька ключових інноваційних тенденцій, які впливають на розвиток готельно-ресторанного бізнесу [4]: