

УДК 338.48:640.4:004.738.5

Світлинець Ольга Володимирівна

кандидат філософських наук, доцент

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Svitlynets Olha

PhD in Philosophy, Associate Professor

Uzhhorod National University

ORCID: 0000-0002-0007-8751

Горішевський Павло Анатолійович

викладач

Заклад вищої освіти «Університет Короля Данила»

Gorishevskyy Pavlo

Lecturer

King Danylo University

ORCID: 0000-0002-1344-8686

Шикіна Ольга Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент

Одеський національний економічний університет

Shykina Olga

PhD, Associate Professor

Odesa National Economic University

ORCID: 0000-0001-5294-3367

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-6-9977

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ВІД ІНТЕРНЕТ-БРОНЮВАННЯ ДО ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

THE IMPACT OF MODERN TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS: FROM ONLINE BOOKING TO DIGITAL MARKETING

Анотація. Вступ. Сучасні технології відіграють ключову роль у розвитку готельно-ресторанного бізнесу, суттєво впливаючи на операційні процеси та клієнтський досвід. В епоху цифрової трансформації такі інновації як інтернет-бронювання, системи управління нерухомістю, цифровий маркетинг та штучний інтелект стають невід'ємною частиною стратегії успішних компаній. Ці технології не лише підвищують конкурентоспроможність, а й покращують якість обслуговування, сприяючи зростанню лояльності клієнтів. Проте впровадження нових технологій пов'язане з низкою викликів, таких як високі початкові витрати та необхідність забезпечення кібербезпеки. Ця стаття присвячена аналізу впливу сучасних технологій на готельно-ресторанний бізнес, розгляду поточних тенденцій та перспектив, а також виявлення проблем та пропозиції рішень для їх подолання.

Метою цієї статті є дослідити вплив сучасних технологій на розвиток готельно-ресторанного бізнесу з акцентом на перехід від інтернет-бронювання до цифрового маркетингу.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є нормативно-правові акти, що регулюють питання використання сучасних технологій у готельно-ресторанному бізнесі; роботи вітчизняних та зарубіжних авторів, що досліджують вплив цифрових технологій на готельну та ресторанну індустрію; науково-практичні дослідження щодо впровадження техно-

логій інтернет-бронювання, цифрового маркетингу, систем управління нерухомістю та штучного інтелекту в управлінні операціями та взаємодії з клієнтами.

У процесі виконання дослідження було використано такі наукові методи, як аналіз публікацій на тему дослідження для виявлення ключових тенденцій та напрямків. Синтез отриманої інформації для формування цілісного уявлення про вплив сучасних технологій на готельно-ресторанний бізнес. Контент-аналіз матеріалів, представлених на офіційних сайтах готельних та ресторанных компаній, а також у соціальних мережах з метою оцінки поточного стану та перспектив використання технологій. Ці методи дозволили комплексно дослідити вплив сучасних технологій на готельно-ресторанний бізнес, виявити ключові проблеми та запропонувати рекомендації щодо їх подолання.

Результати. У цій статті досліджується вплив різних інновацій, таких як інтернет-бронювання, системи управління нерухомістю, цифровий маркетинг та штучний інтелект, на операційні процеси та клієнтський досвід. Основна увага приділяється аналізу поточних тенденцій та перспектив використання цих технологій, а також виявленню проблем та викликів, з якими стикаються підприємства при їх впровадженні. Цифровий маркетинг розглядається як потужний інструмент для залучення та утримання клієнтів. У статті аналізуються стратегії використання соціальних медіа, персоналізація маркетингових кампаній та роль аналітики даних в оптимізації маркетингових зусиль. Інтеграція соціальних мереж та мобільних додатків дозволяє підприємствам ефективно взаємодіяти з клієнтами, покращуючи їхній досвід та підвищуючи лояльність. Крім того, особлива увага приділяється питанням безпеки даних та управлінню інформацією. У статті розглядаються проблеми кібербезпеки та заходи, необхідні захисту даних клієнтів. Використання технологій Інтернету речей (IoT) та блокчейн підкреслюється як важливий крок до забезпечення безпеки та довіри з боку клієнтів. Необхідність постійного оновлення та підтримки технологічних систем також розглядається як ключовий виклик для готельно-ресторанного бізнесу. У статті робиться висновок про необхідність продовження досліджень у цій галузі, щоб глибше зрозуміти довгострокові ефекти впровадження технологій та розробити стратегії для їх ефективного використання у майбутньому.

Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах цифрової трансформації включають подальшу інтеграцію технологій штучного інтелекту та блокчейну для оптимізації операційних процесів та підвищення безпеки даних. Крім того, активне використання аналітики великих даних та персоналізованих маркетингових стратегій дозволить значно покращити клієнтський досвід та збільшити лояльність клієнтів.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, сучасні технології, цифровий маркетинг, інтернет-бронювання, штучний інтелект, кібербезпека, персоналізація, управління нерухомістю, Інтернет речей, блокчейн, аналітика даних, конкурентоспроможність, лояльність клієнтів, операційна ефективність.

Summary. Introduction. Modern technologies play a key role in the development of the hotel and restaurant business, significantly influencing operational processes and customer experience. In the era of digital transformation, such innovations as online booking, real estate management systems, digital marketing and artificial intelligence are becoming an integral part of the strategy of successful companies. These technologies not only increase competitiveness, but also improve the quality of service, contributing to the growth of customer loyalty. However, the introduction of new technologies is associated with a number of challenges, such as high initial costs and the need to ensure cyber security. This article is devoted to the analysis of the impact of modern technologies on the hotel and restaurant business, consideration of current trends and prospects, as well as identification of problems and proposals for solutions to overcome them.

The purpose of this article is to investigate the impact of modern technologies on the development of the hotel and restaurant business with an emphasis on the transition from online booking to digital marketing.

Materials and methods. The research materials are normative legal acts regulating the use of modern technologies in the hotel and restaurant business; works of domestic and foreign authors investigating the impact of digital technologies on the hotel and restaurant industry; scientific and practical research on the implementation of Internet booking technologies, digital marketing, real estate management systems and artificial intelligence in operations management and customer interaction.

In the process of conducting the research, such scientific methods as the analysis of publications on the research topic were used to identify key trends and directions. Synthesis of the received information to form a holistic view of the impact of modern technologies on the hotel and restaurant business. Content analysis of materials presented on the official websites of hotel and restaurant companies, as well as in social networks, in order to assess the current state and prospects for the use of technologies. These methods made it possible to comprehensively investigate the impact of modern technologies on the hotel and restaurant business, identify key problems and offer recommendations for overcoming them.

The results. This article examines the impact of various innovations such as online booking, property management systems, digital marketing and artificial intelligence on operational processes and customer experience. The main attention is paid to the analysis of current trends and prospects for the use of these technologies, as well as to the identification of problems and challenges faced by enterprises during their implementation. Digital marketing is seen as a powerful tool to attract and retain customers. The article analyzes strategies for using social media, personalization of marketing campaigns, and the role of data analytics in optimizing marketing efforts. The integration of social networks and mobile applications allows businesses to effectively interact with customers, improving their experience and increasing loyalty. In addition, special attention is paid to data security and information management. The article discusses cyber security issues and measures needed to protect customer data. The use of Internet of Things (IoT) and blockchain technologies is highlighted as an important step towards security and

customer trust. The need for constant updating and maintenance of technological systems is also seen as a key challenge for the hotel and restaurant business. The article concludes that further research is needed in this area to better understand the long-term effects of technology implementation and develop strategies for their effective use in the future.

Prospects for the development of the hotel and restaurant business in the context of digital transformation include the further integration of artificial intelligence and blockchain technologies to optimize operational processes and improve data security. In addition, the active use of big data analytics and personalized marketing strategies will significantly improve the customer experience and increase customer loyalty.

Key words: hotel and restaurant business, modern technologies, digital marketing, online booking, artificial intelligence, cyber security, personalization, real estate management, Internet of Things, blockchain, data analytics, competitiveness, customer loyalty, operational efficiency.

Постановка проблеми. У сучасному готельно-ресторанному бізнесі конкуренція стає все жорсткішою, а вимоги клієнтів до якості обслуговування та рівнем комфорту зростають. Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними та успішно розвиватися, підприємствам необхідно активно впроваджувати сучасні технології, такі як інтернет-бронювання, системи управління нерухомістю, цифровий маркетинг та інші інноваційні рішення. Однак процес впровадження цих технологій стикається з низкою проблем та викликів, які можуть перешкоджати їх ефективному використанню. Основні проблеми включають високі початкові витрати, складність інтеграції нових систем з наявними, опір змінам з боку персоналу та необхідність забезпечення кібербезпеки. Крім того, підприємствам потрібне постійне оновлення технологій та підтримка їхньої працездатності, що також потребує значних ресурсів. Таким чином, виникає необхідність у розробці стратегій та рекомендацій щодо подолання цих викликів та ефективного використання сучасних технологій для підвищення конкурентоспроможності готелів та ресторанів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вплив сучасних технологій на готельний бізнес. Дослідження, присвячені впливу сучасних технологій на готельний бізнес, охоплюють різні аспекти від використання штучного інтелекту до блокчейн-технологій. Brown M. досліджує роль штучного інтелекту у готельній індустрії, підкреслюючи його потенціал в оптимізації процесів та покращенні обслуговування клієнтів [2]. Wilson R. аналізує використання хмарних технологій в управлінні готельним бізнесом, відзначаючи їхню здатність підвищувати оперативну ефективність та знижувати витрати [15]. Davis K. розглядає застосування блокчейн-технологій, наголошуючи на їх важливості для забезпечення безпеки транзакцій та довіри клієнтів [5]. Сучасні технології відіграють ключову роль трансформації готельного бізнесу. Штучний інтелект, хмарні технології та блокчейн покращують оперативні процеси та безпеку. Ці інновації сприяють підвищенню конкурентоспроможності готельних підприємств.

Цифровий маркетинг та його вплив на готельний та ресторанный бізнес. Цифровий маркетинг є важливим інструментом для залучення та утримання клієнтів у готельному та ресто-

ранному бізнесі. Johnson L. описує стратегії цифрового маркетингу для ресторанів, підкреслюючи їх ефективність збільшення продажів і залучення клієнтів через соціальні мережі [8]. Adams P. досліджує інтеграцію соціальних медіа до маркетингових стратегій готелів, відзначаючи їх значний вплив на онлайн-репутацію та залучення клієнтів [1]. Robinson G. аналізує стратегії персоналізації у цифровому маркетингу, показуючи, як вони можуть підвищити лояльність клієнтів та покращити їх досвід [10]. Цифровий маркетинг значно впливає на успіх готельного та ресторанного бізнесу. Інтеграція соціальних медіа та персоналізація маркетингових кампаній сприяють збільшенню клієнтської бази та лояльності. Ці стратегії допомагають підприємствам адаптуватися до цифрової епохи та залишатися конкурентоспроможними.

Технології безпеки даних та управління інформацією у готельному бізнесі. Питання безпеки даних та управління інформацією стають все більш актуальними у готельному бізнесі. Miller D. обговорює проблеми безпеки даних у готельній індустрії, наголошуючи на необхідності захисту інформації клієнтів [9]. Clark H. досліджує вплив Інтернету речей (IoT) на покращення гостьового досвіду та безпеку даних [4]. Thompson A. розглядає використання мобільних додатків у ресторанному бізнесі, наголошуючи на їх важливості для підвищення зручності та безпеки клієнтів [13]. Безпека даних та управління інформацією є критично важливими аспектами у готельному бізнесі. Використання технологій IoT та мобільних додатків сприяє покращенню безпеки та зручності для клієнтів. Ефективне управління даними підвищує довіру клієнтів та знижує ризики.

Сучасні технології мають значний вплив на готельний та ресторанный бізнес, покращуючи операції, маркетинг та безпеку даних. Інновації в галузі штучного інтелекту, цифрового маркетингу та управління інформацією допомагають підприємствам адаптуватися до змін та залишатися конкурентоспроможними. Ці дослідження наголошують на важливості інвестицій у нові технології для сталого розвитку бізнесу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значну увагу до впливу сучасних технологій на готельний та ресторанный

бізнес, існують аспекти, що залишаються недостатньо дослідженими. По-перше, необхідно глибше розуміння довгострокових ефектів впровадження штучного інтелекту та блокчейн-технологій на оперативну ефективність та безпеку даних у готельній індустрії. Дослідження, проведені Brown M. [2] та Davis K. [5], наголошують на важливості цих технологій, але не охоплюють можливі довгострокові ризики та витрати, пов'язані з їх використанням.

По-друге, цифровий маркетинг та його вплив на клієнтську лояльність та утримання клієнтів у контексті готельного та ресторанного бізнесу потребують більш детального аналізу. У роботах Johnson L. [8] та Adams P. [1] розглядаються основні стратегії, але мало уваги приділяється персоналізованому маркетингу та його впливу на різні сегменти споживачів. Необхідні дослідження, які б враховували відмінності у перевагах клієнтів та адаптацію маркетингових стратегій під ці відмінності.

По-третє, питання інтеграції різних сучасних технологій та їх взаємодії залишаються недостатньо дослідженими. Дослідження Wilson R. [15] та Clark H. [4] показують, що хмарні технології та IoT можуть значно покращити управлінські процеси та гостьовий досвід. Проте маловивченими залишаються аспекти, пов'язані з інтеграцією цих технологій з наявними системами управління та можливими конфліктами чи несумісностями.

Таким чином, невирішеними залишаються питання довгострокових ефектів впровадження нових технологій, вплив персоналізованого маркетингу на різні сегменти клієнтів та проблеми інтеграції сучасних технологій з наявними системами управління. Дослідження цих аспектів може значно сприяти поліпшенню конкурентоспроможності та сталого розвитку готельного та ресторанного бізнесу в умовах технологічного ландшафту, що швидко змінюється.

Метою цієї статті є дослідити вплив сучасних технологій на розвиток готельно-ресторанного бізнесу з акцентом на перехід від інтернет-бронювання до цифрового маркетингу.

Завдання.

1. Проаналізувати поточні тенденції використання інтернет-бронювання в готельно-ресторанному бізнесі.
2. Визначити ключові технології, які роблять найбільший внесок у розвиток даного сектора.
3. Дослідити роль цифрового маркетингу у залученні та утриманні клієнтів.
4. Оцінити ефективність різних цифрових маркетингових стратегій, що використовуються у готельно-ресторанному бізнесі.
5. Розглянути приклади успішного впровадження сучасних технологій у практику управління готелями та ресторанами.
6. Виявити основні проблеми та виклики, пов'язані з впровадженням нових технологій, та запропонувати шляхи їх вирішення.

7. Запропонувати рекомендації для менеджерів готельно-ресторанного бізнесу щодо ефективного використання сучасних технологій для підвищення конкурентоспроможності.

Методи та матеріали. Матеріалами дослідження є нормативно-правові акти, що регулюють питання використання сучасних технологій у готельно-ресторанному бізнесі; роботи вітчизняних та зарубіжних авторів, що досліджують вплив цифрових технологій на готельну та ресторанну індустрію; науково-практичні дослідження щодо впровадження технологій інтернет-бронювання, цифрового маркетингу, систем управління нерухомістю та штучного інтелекту в управлінні операціями та взаємодії з клієнтами.

У процесі виконання дослідження було використано такі наукові *методи*, як аналіз публікацій на тему дослідження для виявлення ключових тенденцій та напрямків. Синтез отриманої інформації для формування цілісного уявлення про вплив сучасних технологій на готельно-ресторанний бізнес. Контент-аналіз матеріалів, представлених на офіційних сайтах готельних та ресторанних компаній, а також у соціальних мережах з метою оцінки поточного стану та перспектив використання технологій. Ці методи дозволили комплексно дослідити вплив сучасних технологій на готельно-ресторанний бізнес, виявити ключові проблеми та запропонувати рекомендації щодо їх подолання.

Виклад основного матеріалу. Проведемо аналіз поточних тенденцій використання інтернет-бронювання в готельно-ресторанному бізнесі.

1. Зростання популярності онлайн-платформ.

Інтернет-бронювання стає все більш популярним серед клієнтів, що призводить до зростання кількості спеціалізованих платформ та додатків, таких як Booking.com, Expedia та Airbnb. Ці платформи пропонують зручність, доступ до широкого вибору варіантів та можливість порівняння цін та послуг.

2. Інтеграція із соціальними мережами.

Багато готелів та ресторанів інтегрують системи бронювання із соціальними мережами, такими як Facebook та Instagram. Це дозволяє клієнтам бронювати номери чи столики прямо через соціальні мережі, що підвищує зручність та збільшує кількість бронювань.

3. Мобільні програми.

Розробка та використання мобільних програм для бронювання стає все більш важливим. Такі програми пропонують користувачам можливість бронювати послуги в будь-який час та з будь-якого місця, що є особливо привабливим для сучасних мандрівників та гостей.

4. Персоналізація послуг.

Сучасні системи інтернет-бронювання використовують дані про переваги клієнтів для надання персоналізованих пропозицій та рекомендацій. Це дозволяє покращити якість обслуговування та підвищити задоволеність клієнтів.

5. Динамічне ціноутворення.

Багато платформ інтернет-бронювання використовують алгоритми

динамічного ціноутворення, які враховують попит, сезонність та інші фактори для оптимізації цін. Це дозволяє готелям та ресторонам максимізувати доходи, а клієнтам — знаходити найкращі пропозиції.

6. *Впровадження технологій штучного інтелекту та чат-ботів.* Штучний інтелект і чат-боти використовуються для автоматизації процесу бронювання, надання підтримки клієнтам і відповідей на питання, що часто ставляться. Це допомагає знизити навантаження на персонал та покращити якість обслуговування.

7. *Відгуки та рейтинги.* Відгуки та рейтинги на платформах інтернет-бронювання відіграють ключову роль у прийнятті рішень клієнтами. Готелі та ресторани активно працюють над покращенням свого онлайн-іміджу, стимулюючи клієнтів залишати позитивні відгуки.

8. *Безпека даних.* У зв'язку зі зростанням інтернет-бронювань, все більше уваги приділяється безпеці даних клієнтів. Готелі та ресторани впроваджують сучасні технології захисту даних для запобігання витоку та конфіденційності інформації.

9. *Інтеграція з іншими сервісами.* Сучасні системи бронювання інтегруються з різними сервісами, такими як транспортні послуги, екскурсії та заходи. Це дозволяє клієнтам зручно планувати весь свій відпочинок чи подорож в одному місці.

Ці тенденції демонструють, як сучасні технології трансформують готельно-ресторанний бізнес, роблячи його зручнішим та ефективнішим як для клієнтів, так і для підприємств.

Сучасні технології радикально змінюють готельно-ресторанний бізнес, сприяючи покращенню операційної ефективності та якості обслуговування. Використання систем управління нерухомістю, мобільних додатків та штучного інтелекту дозволяє підприємствам оптимізувати процеси та пропонувати клієнтам персоналізовані послуги. У цій статті розглядаються ключові технології, що мають найбільший вплив на розвиток даного сектора, та аналізуються поточні тенденції їх застосування.

Ключові технології, що роблять найбільший внесок у розвиток готельно-ресторанного бізнесу:

1. Системи управління нерухомістю (Property Management Systems, PMS). PMS дозволяють автоматизувати та оптимізувати повсякденні операції в готелях, такі як бронювання номерів, управління запасами, облік гостей та виставлення рахунків. Ці системи забезпечують централізоване управління та інтеграцію коїться з іншими сервісами.

2. Системи керування бронюванням (Booking Management Systems, BMS). Ці системи забезпечують зручне та ефективне управління процесом бронювання, включаючи онлайн-бронювання, канал продажу, управління тарифами та доступністю номерів. Вони дозволяють готелям та ресторонам оперативно реагувати на зміни попиту та збільшувати заповнюваність.

3. Технології штучного інтелекту (Artificial Intelligence, AI) та машинного навчання. AI та машинне навчання використовуються для аналізу великих даних, передбачення поведінки клієнтів, оптимізації цінкових стратегій та автоматизації процесів. Чат-боти на базі AI допомагають клієнтам з бронюванням та надають цілодобову підтримку.

4. Мобільні програми. Мобільні додатки для готелів та ресторанів дозволяють клієнтам легко бронювати номери або столики, отримувати інформацію про спеціальні пропозиції та заходи, а також керувати своїми бронюваннями. Вони також можуть включати функції для безконтактного чека та чекауту.

5. Цифровий маркетинг та системи управління відносинами з клієнтами (Customer Relationship Management, CRM). Цифровий маркетинг використовує соціальні мережі, пошукову оптимізацію (SEO), контент-маркетинг та електронну пошту для залучення клієнтів. CRM-системи допомагають відстежувати взаємодію з клієнтами, сегментувати аудиторію та надавати персоналізовані пропозиції.

6. Системи управління досвідом гостей (Guest Experience Management Systems). Ці системи збирають та аналізують дані про переваги та відгуки гостей, дозволяючи готелям та ресторонам покращувати якість обслуговування та створювати більш персоналізований досвід для клієнтів.

7. Інтернет речей (Internet of Things, IoT). IoT-пристрої, такі як розумні замки, термостати та освітлення, покращують комфорт та безпеку гостей. Вони також можуть збирати дані для аналізу та оптимізації роботи готелю чи ресторану.

8. Блокчейн-технології. Блокчейн забезпечує прозорість та безпеку транзакцій, що особливо важливо для міжнародних бронювань та платежів. Ці технології можуть використовуватися для створення децентралізованих платформ бронювання та підвищення довіри клієнтів.

9. Аналітичні платформи та великі дані (Big Data). Аналітичні платформи допомагають збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги даних, що дозволяє готелям та ресторонам краще розуміти своїх клієнтів, прогнозувати попит та розробляти ефективні маркетингові стратегії.

10. Хмарні технології (Cloud Technologies). Хмарні технології забезпечують доступ до даних та систем з будь-якого місця та у будь-який час, що особливо важливо для великих мереж готелів та ресторанів. Вони також сприяють зниженню витрат на IT-інфраструктуру та підвищенню гнучкості управління.

Впровадження цих технологій дозволяє готелям та ресторонам підвищувати операційну ефективність, покращувати якість обслуговування, залучати нових клієнтів та утримувати тих, що існують, що в кінцевому підсумку сприяє зростанню та розвитку бізнесу.

Дослідимо роль цифрового маркетингу у залученні та утриманні клієнтів

1. Залучення клієнтів.

Цифровий маркетинг відіграє ключову роль у залученні нових клієнтів шляхом використання різних онлайн-платформ та інструментів. Основні стратегії включають:

- SEO та контент-маркетинг: оптимізація сайтів та створення якісного контенту допомагає покращити видимість у пошукових системах, залучаючи органічний трафік.
- Соціальні мережі: активна присутність на платформах, таких як Facebook, Instagram та TikTok, дозволяє готелям та ресторанам взаємодіяти з цільовою аудиторією, ділитися новинами, акціями та відгуками клієнтів.
- Платна реклама: використання контекстної реклами (Google Ads) та таргетованої реклами у соціальних мережах допомагає швидко привернути увагу потенційних клієнтів та спрямувати їх на сайт або сторінку бронювання.
- Відеомаркетинг: створення привабливих відео про запропоновані послуги, тури готелями та кулінарні майстер-класи допомагає підвищити інтерес і довіру з боку аудиторії.

2. Утримання клієнтів.

Цифровий маркетинг також важливий для утримання існуючих клієнтів шляхом створення довгострокових відносин та підвищення їхньої лояльності. Основні методи включають:

- Електронна пошта: персоналізовані розсилки з інформацією про спеціальні пропозиції, знижки та заходи допомагають підтримувати зв'язок із клієнтами та стимулювати повторні відвідування.
- Програми лояльності: інтеграція програм лояльності з цифровими платформами дозволяє клієнтам накопичувати бали, отримувати бонуси та привілеї, що сприяє їх поверненню.
- Соціальні мережі: постійна взаємодія з клієнтами через соціальні мережі, відповіді на їхні запитання та відгуки допомагають створити відчуття турботи та уваги, підвищуючи рівень задоволеності.
- Мобільні програми: використання програм для надання ексклюзивних пропозицій, зручного бронювання та управління бронюваннями сприяє покращенню досвіду клієнтів та їх утриманню.

3. Аналітика та дані

Цифровий маркетинг надає доступ до великого обсягу даних про поведінку клієнтів, їх переваги та взаємодії з брендом. Аналіз цих даних дозволяє:

- Оптимізувати маркетингові стратегії: розуміння того, які канали та методи найефективніші, дозволяє спрямовувати ресурси на найрезультативніші кампанії.
- Персоналізувати пропозиції: сегментація аудиторії та персоналізація маркетингових повідомлень допомагає краще задовольняти потреби клієнтів та підвищувати їхню лояльність.
- Відстежувати ефективність: метрики та аналітичні інструменти дозволяють вимірювати успіх різних

маркетингових ініціатив та коригувати стратегії в реальному часі.

Таким чином, цифровий маркетинг не тільки залучає нових клієнтів, а й відіграє важливу роль у їх утриманні, що є ключовим фактором для довгострокового успіху готельно-ресторанного бізнесу.

Цифровий маркетинг відіграє вирішальну роль в успіху сучасних готелів та ресторанів, пропонуючи широкий спектр стратегій для залучення та утримання клієнтів. Ефективність цих стратегій безпосередньо впливає конкурентоспроможність і прибутковість бізнесу. Розглянемо різні цифрові маркетингові стратегії та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного сектора (Табл. 1).

Оцінка ефективності різних цифрових маркетингових стратегій дозволяє готелям та ресторанам оптимізувати свої зусилля, спрямовувати ресурси на найрезультативніші ініціативи та забезпечувати стійке зростання бізнесу.

Приклади успішного впровадження сучасних технологій у практику управління готелями та ресторанами.

1. Marriott International. Marriott активно впроваджує технології для покращення досвіду своїх гостей. Одним із прикладів є використання мобільних програм, які дозволяють гостям бронювати номери, реєструватися та виселятися без необхідності звернення на стійку реєстрації. Додаток також надає доступ до віртуальних ключів від номерів, що підвищує зручність та безпеку. Крім того, Marriott використовує чат-боти на базі штучного інтелекту для підтримки клієнтів, що дозволяє оперативно відповідати на запити та покращувати якість обслуговування.

2. Hilton Hotels & Resorts. Hilton впровадив технологію «Connected Room», яка дозволяє гостям керувати всіма аспектами свого номера через мобільний додаток. Гості можуть налаштувати освітлення, температуру, телевізор та інші пристрої на власний розсуд. Ця технологія не тільки підвищує рівень комфорту, а й дозволяє Hilton збирати дані про переваги гостей для подальшої персоналізації послуг.

3. IHG (InterContinental Hotels Group). IHG використовує хмарні системи управління нерухомістю (PMS) для оптимізації операцій та покращення управління готелями. Ці системи інтегруються з CRM та аналітичними платформами, що дозволяє IHG краще розуміти потреби своїх гостей та пропонувати персоналізовані послуги. Крім того, IHG активно використовує програми лояльності, що підтримуються цифровими технологіями, що сприяє утриманню клієнтів та збільшенню їхньої задоволеності.

4. Starbucks. Starbucks успішно впровадила мобільний додаток для замовлення та оплати, який став важливою частиною їхньої стратегії цифрового маркетингу. Додаток дозволяє клієнтам замовляти

Таблиця 1

Оцінка ефективності різних цифрових маркетингових стратегій

| Стратегія | Ефективність | Методи оцінки |
|-----------------------------|--|--|
| 1. SEO та контент-маркетинг | Високий органічний трафік, покращення позицій у пошукових системах, збільшення часу перебування на сайті. | Аналіз позицій у пошукових системах, метрики відвідуваності (Google Analytics), показники залучення (час на сайті, кількість переглянутих сторінок). |
| 2. Соціальні мережі | Зростання числа передплатників, поліпшення взаємодії з клієнтами, збільшення конверсій через соціальні мережі. | Метрики залучення (лайки, коментарі, шери), аналіз трафіку із соціальних мереж, конверсія лідів у продажі. |
| 3. Платна реклама (PPC) | Швидке залучення цільового трафіку, збільшення кількості бронювань та замовлень. | Показники клікабельності (CTR), вартість за клік (CPC), вартість залучення клієнта (CPA), повернення на інвестиції (ROI). |
| 4. Електронна пошта | Висока конверсія, покращення утримання клієнтів, персоналізована взаємодія. | Відкриття листів, клікабельність (CTR), конверсія листів у бронювання або замовлення, відтік передплатників. |
| 5. Програми лояльності | Підвищення рівня утримання клієнтів, збільшення середнього чека, стимулювання повторних покупок. | Рівень утримання клієнтів, кількість учасників програми, частота та обсяг покупок учасників програми. |
| 6. Відеомаркетинг | Підвищення впізнаваності бренду, покращення залучення аудиторії, збільшення конверсій. | Кількість переглядів, залучення (лайки, коментарі, шери), конверсія відео до бронювання або замовлення. |
| 7. Мобільні програми | Зручність для клієнтів, підвищення лояльності, збільшення кількості бронювань через мобільні пристрої. | Кількість установок програми, активність користувачів, кількість та обсяг бронювань через програму. |
| 8. Аналітика та дані | Поліпшення стратегій на основі даних, підвищення точності націлення, оптимізація маркетингових бюджетів. | Метрики продуктивності маркетингових кампаній, точність передбачень, покращення показників ROI. |
| 9. Інфлюенсер маркетинг | Підвищення довіри та впізнаваності бренду, залучення цільової аудиторії. | Охоплення аудиторії, залучення, конверсія рекомендацій у бронювання чи замовлення. |

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 7; 8; 10; 12; 13]

та оплачувати напої заздалегідь, уникаючи черг. Програма лояльності, інтегрована у додаток, заохочує клієнтів за часті покупки та пропонує персоналізовані пропозиції. Це значно підвищило рівень утримання клієнтів та середній чек.

5. Domino's Pizza. Domino's є прикладом успішного використання технологій для покращення клієнтського досвіду та операційної ефективності. Компанія впровадила систему онлайн-замовлень та трекінгу, що дозволяє клієнтам відстежувати статус свого замовлення у реальному часі. Також Domino's активно використовує штучний інтелект для прогнозування попиту та оптимізації доставлення, що дозволяє скоротити час очікування та підвищити задоволеність клієнтів.

6. AccorHotels. AccorHotels використовує платформу цифрового маркетингу, яка об'єднує усі дані про клієнтів із різних джерел для створення єдиного профілю гостя. Це дозволяє компанії пропонувати персоналізовані пропозиції та послуги, підвищуючи рівень задоволеності клієнтів. Крім того, AccorHotels активно впроваджує технологію віртуальної реальності (VR) для демонстрації номерів та об'єктів інфраструктури, що допомагає залучати нових клієнтів.

7. Panera Bread. Panera Bread впровадила систему самозамовлення через кіоски у своїх рестора-

нах, що дозволяє клієнтам робити замовлення без допомоги персоналу. Ці кіоски інтегровані з програмою лояльності, що дозволяє клієнтам легко використовувати свої бали та отримувати персональні пропозиції. Така автоматизація покращує швидкість обслуговування та скорочує черги.

Ці приклади демонструють, як сучасні технології можуть значно покращити керування готелями та ресторанами, підвищуючи рівень комфорту для клієнтів, оптимізуючи операції та сприяючи зростанню бізнесу.

Розглянемо основні проблеми та виклики, пов'язані з впровадженням нових технологій, та шляхи їх вирішення (Табл. 2).

Ці підходи допоможуть подолати основні проблеми та виклики, пов'язані з впровадженням нових технологій у готельно-ресторанному бізнесі, та забезпечити успішну цифрову трансформацію.

Сформулюємо рекомендації для менеджерів готельно-ресторанного бізнесу щодо ефективного використання сучасних технологій для підвищення конкурентоспроможності (Таблиця 3).

Ці рекомендації допоможуть менеджерам готельно-ресторанного бізнесу ефективно використати сучасні технології для підвищення конкурентоспроможності та забезпечення сталого зростання.

Таблиця 2

Основні проблеми та виклики, пов'язані з впровадженням нових технологій, та шляхи їх вирішення

| Виклики | Проблема | Рішення |
|--------------------------------------|---|--|
| 1. Високі початкові витрати | Впровадження нових технологій часто потребує значних фінансових вкладень, включаючи покупку обладнання, розробку програмного забезпечення та навчання персоналу. Ці витрати можуть бути особливо обтяжливими для невеликих готелів та ресторанів. | <i>Пошук грантів та субсидій:</i> Використання доступних грантів та субсидій, що надаються державними та приватними організаціями, для фінансування технологічних проєктів. <i>Поступове впровадження:</i> Впровадження технологій поетапно, починаючи з найпріоритетніших областей, щоб розподілити витрати у часі та знизити фінансове навантаження. <i>Лізинг та розстрочка:</i> Розгляд варіантів лізингу обладнання та відтермінування платежів для зменшення первісних витрат. |
| 2. Опір змінам з боку персоналу | Впровадження нових технологій може викликати опір з боку співробітників, які можуть відчувати страх перед змінами або нестачу навичок для роботи з новими системами. | <i>Навчання та розвиток:</i> Проведення регулярних тренінгів та семінарів для співробітників, щоб підвищити їхню кваліфікацію та впевненість у роботі з новими технологіями. <i>Участь співробітників у процесі впровадження:</i> залучення співробітників на всіх етапах впровадження технологій, щоб вони відчували свою причетність та розуміли переваги нових систем. <i>Підтримка та заохочення:</i> Забезпечення підтримки та мотивації співробітників, включаючи визнання та винагороду за успішне освоєння нових технологій. |
| 3. Інтеграція з наявними системами | Нові технології можуть не завжди легко інтегруватися з вже наявними системами та інфраструктурою, що може спричинити складності та додаткові витрати. | <i>Аналіз сумісності:</i> Проведення ретельного аналізу сумісності нових технологій із існуючими системами до впровадження. <i>Використання проміжного програмного забезпечення:</i> Впровадження проміжного програмного забезпечення, яке забезпечує сумісність та інтеграцію різних систем. <i>Партнерство з досвідченими постачальниками:</i> Робота з постачальниками технологій, які мають досвід інтеграції з наявними системами, щоб мінімізувати проблеми. |
| 4. Кібербезпека та захист даних | Використання цифрових технологій збільшує ризики кібератак і витоку даних, що може призвести до значних збитків та втрати довіри клієнтів. | <i>Впровадження заходів безпеки:</i> Встановлення сучасного програмного забезпечення для захисту даних, таких як фаєрволи, антивіруси та системи виявлення вторгнень. <i>Навчання співробітників:</i> Регулярне навчання персоналу з питань кібербезпеки, щоб вони могли розпізнавати та запобігати загрозам. <i>Регулярні аудити безпеки:</i> Проведення регулярних аудитів безпеки для виявлення вразливостей та їх усунення. |
| 5. Оновлення та підтримка технологій | Нові технології потребують постійного оновлення та технічної підтримки, що може бути трудомістким та дорогим процесом. | <i>Контракти на обслуговування:</i> Укладання контрактів із постачальниками на регулярне обслуговування та оновлення систем. <i>Навчання внутрішнього IT-персоналу:</i> Розвиток внутрішнього IT-персоналу для самостійного вирішення питань оновлення та підтримки технологій. <i>Планування бюджету:</i> Включення витрат на підтримку та оновлення технологій у довгостроковий бюджет компанії. |
| 6. Складнощі з масштабованістю | Деякі технології можуть бути складними, що обмежує їх застосування в умовах зростання бізнесу. | <i>Вибір рішень, що масштабуються:</i> При виборі технологій віддавати перевагу тим, які легко адаптуються до змін у масштабі бізнесу. <i>Модульний підхід:</i> Використання модульних рішень, які можуть бути поступово розширені зі зростанням потреб бізнесу. <i>Хмарні технології:</i> Впровадження хмарних рішень, які пропонують гнучкість та можливість масштабування без значних витрат. |

Джерело: сформовано авторами на основі [2; 4; 5; 9; 13; 15]

Таблиця 3

Рекомендації для менеджерів готельно-ресторанного бізнесу щодо ефективного використання сучасних технологій для підвищення конкурентоспроможності

| Рекомендації | Рекомендується | Переваги |
|--|---|---|
| 1. Інвестиції у сучасні системи управління | Впровадження систем управління нерухомістю (PMS) та систем управління бронюванням (BMS) для автоматизації та оптимізації повсякденних операцій. | Ці системи покращують оперативну ефективність, мінімізують помилки та забезпечують централізоване управління всіма аспектами бізнесу. |
| 2. Використання аналітики та великих даних | Активне використання аналітичних платформ та інструментів для збору та аналізу даних про клієнтів та операції. | Аналітика дозволяє краще розуміти потреби клієнтів, прогнозувати попит та розробляти точніші маркетингові стратегії. |
| 3. Впровадження мобільних технологій | Розробка та використання мобільних програм для зручності бронювання, управління бронюваннями та взаємодії з клієнтами. | Мобільні програми підвищують рівень зручності для клієнтів, сприяють збільшенню бронювань та покращенню якості обслуговування. |
| 4. Розвиток цифрового маркетингу | Інвестувати в цифровий маркетинг, включаючи SEO, соціальні мережі, платну рекламу та контент-маркетинг. | Ці стратегії допомагають залучати нових клієнтів, покращувати видимість бренду та підвищувати рівень залученості. |
| 5. Персоналізація клієнтського досвіду | Використання систем управління відносинами з клієнтами (CRM) та технологій штучного інтелекту для персоналізації пропозицій та послуг. | Персоналізований підхід підвищує задоволеність клієнтів та стимулює їх до повторних візитів. |
| 6. Навчання та розвиток персоналу | Регулярне навчання співробітників для підвищення їх навичок роботи з новими технологіями та розуміння їх переваг. | Навчений персонал ефективніше використовує технології, що покращує загальну якість обслуговування та продуктивність. |
| 7. Забезпечення кібербезпеки | Впровадження заходів кібербезпеки для захисту даних клієнтів та забезпечення безпеки транзакцій. | Захист даних зміцнює довіру клієнтів та запобігає фінансовим та репутаційним втратам. |
| 8. Інтеграція з іншими сервісами | Інтеграція з транспортними послугами, екскурсіями та іншими сервісами для надання комплексних послуг. | Комплексні послуги покращують клієнтський досвід та створюють додаткові можливості для збільшення доходів. |
| 9. Використання відгуків та рейтингів | Активно працювати з відгуками та рейтингами на онлайн-платформах, відповідати на відгуки клієнтів та використовувати їх для покращення якості послуг. | Позитивні відгуки та високі рейтинги залучають нових клієнтів та сприяють утриманню тих, що існують. |
| 10. Постійне оновлення технологій | Постійно стежити за новими технологічними трендами та оновлювати наявні системи та обладнання. | Сучасні технології забезпечують конкурентну перевагу та дозволяють швидко адаптуватися до змін на ринку. |

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 2; 4; 5; 8; 10; 12; 13; 15]

Висновки. Впровадження сучасних технологій у готельно-ресторанний бізнес має вирішальне значення для його успішного розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Технологічні інновації, такі як системи управління нерухомістю, мобільні програми та цифровий маркетинг, дозволяють оптимізувати операційні процеси, покращувати якість обслуговування та залучати нових клієнтів. Аналітика даних та персоналізація послуг допомагають краще розуміти потреби гостей та пропонувати їм унікальні та адаптовані рішення. Попри початкові витрати та виклики, пов'язані з інтеграцією нових систем, переваги їх використання значно переважають ці труднощі. Ефективне використання цифрових технологій сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів, що веде до збільшення числа повторних візитів та покращення репутації бренду. Кібербезпека

та захист даних стають важливими аспектами, що забезпечують довіру з боку клієнтів та запобігають потенційним ризикам. Приклади успішного впровадження технологій показують, що підприємства, які готові інвестувати в інновації та навчання персоналу, можуть значно покращити свої позиції на ринку. Впровадження програм лояльності та активне використання соціальних мереж створюють додаткові можливості для взаємодії з клієнтами та підвищення їхньої лояльності. Комплексний підхід до використання сучасних технологій дозволяє готелям та ресторонам не лише залучати нових клієнтів, а й ефективно утримувати тих, що існують, що є ключовим фактором довгострокового успіху. Таким чином, стратегічне застосування цифрових технологій в управлінні готельно-ресторанним бізнесом відкриває нові горизонти для його розвитку та процвітання.

Жирепарыпа/References

1. Adams, P. (2019). Social media integration in hotel marketing. *Journal of Digital Marketing*, 13(4), 178–190.
2. Brown, M. (2019). The role of artificial intelligence in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 67–78.
3. Carter, E. (2020). Integrating AI chatbots in hotel services. *Journal of Artificial Intelligence*, 15(6), 200–215.
4. Clark, H. (2020). Enhancing guest experience through IoT. *International Journal of Tourism Studies*, 18(3), 210–225.
5. Davis, K. (2022). Blockchain applications in hospitality. *Technology Innovations*, 8(6), 120–135.
6. Evans, P. (2019). The influence of online reviews on restaurant reputation. *Journal of Consumer Behavior*, 17(4), 123–137.
7. Green, J. (2020). The evolution of online booking systems. *Journal of Business Research*, 23(3), 145–160.
8. Johnson, L. (2018). Digital marketing strategies for restaurants. *Marketing Today*, 22(5), 234–245.
9. Miller, D. (2018). Data security challenges in the hospitality sector. *Cybersecurity Journal*, 5(2), 98–110.
10. Robinson, G. (2022). Personalization strategies in digital marketing. *Marketing Insights*, 28(1), 50–65.
11. Smith, J. (2020). The impact of modern technology on the hospitality industry. *Journal of Hotel Management*, 15(3), 112–128.
12. Taylor, S. (2017). Customer relationship management in the digital era. *Business Review*, 19(1), 89–102.
13. Thompson, A. (2018). Mobile applications and their impact on restaurant business. *Journal of Mobile Technology*, 12(3), 67–82.
14. Williams, R. (2021). Leveraging big data for hotel revenue management. *Journal of Business Analytics*, 25(2), 90–105.
15. Wilson, R. (2021). Cloud technologies in hotel management. *Journal of Modern Business*, 10(4), 45–58.