

Д-р екон. наук Жиленко К. М., Рябчук С. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
КОМПЛЕКСУ «ХУТІР»**

На сучасному етапі готельно-ресторанна галузь переживає період активного засвоєння цифрових інструментів, які докорінно змінюють звичні методи керування суб'єктами індустрії гостинності [1-3]. В умовах посиленої боротьби за клієнта, еволюції запитів споживачів та загальносвітових тенденцій, цифрова перебудова стає вирішальним важелем для нарощення продуктивності таких закладів [4]. Цифрова трансформація по суті означає інтеграцію інформаційних рішень у повний спектр бізнес-процесів компанії, що має на меті поліпшити якість сервісу, раціоналізувати фінансові витрати та наростити прибутковість [5]. Щодо закладів готельно-ресторанного типу, це включає в себе розгортання передових систем адміністрування, механізацію рутинних операцій та зміцнення зв'язку з гостями через мережу Інтернет [6].

Ключовою складовою такої перебудови виступає digital-маркетинг і представленість у мережі: застосування пошукової оптимізації (SEO) та створення контенту, аби притягувати свіжих відвідувачів, генерувати природний потік трафіку на веб-ресурс готелю чи закладу харчування, жваве залучення платформ соціальних медіа (зокрема, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube), ведення блогів та запуск електронних листів для комунікації з наміченою аудиторією, а також робота із впливовими особами (інфлюенсерами) та тревел-блогерами задля піднесення рівня впізнаваності торгової марки [7; 8].

Не менш значущою складовою виступає впровадження автоматизованих систем для внутрішніх бізнес-процесів фірми, а саме: ведення обліку, контролю за товарними запасами й розробки графіків роботи співробітників [4]. Застосування платформ для управління взаємовідносинами із клієнтами (CRM) задля вивчення вподобань відвідувачів та формування персоналізованих оферт, залучення технологій великих даних (Big Data) та штучного інтелекту для оцінки поведінки покупців і передбачення їхніх бажань, а також системи заохочення лояльності,

реалізовані через мобільні застосунки або електронні ідентифікатори. Оперування передовим програмним забезпеченням дає змогу зменшити частоту помилок, мінімізувати затрати часу та наростити результативність керівних процедур [8].

Одним із пріоритетних напрямків залишається розвиток digital-маркетингу. Активне використання соціальних мереж, контекстної реклами, SEO-оптимізації та email-маркетингу сприяє залученню нових клієнтів і формуванню позитивного іміджу підприємства. Особливого значення набуває виробництво високоякісного візуального контенту, який відображає атмосферу закладу та його унікальні переваги [7; 8]. Діджиталізація також передбачає запровадження новаторських послуг для клієнтів, зокрема електронних переліків страв, програм для смартфонів, систем безконтактного розрахунку та ботів-консультантів для клієнтської підтримки [6; 7]. Такі нововведення покращують зручність перебування для відвідувачів та відповідають актуальним потребам у плані обачності та швидкості обслуговування [4]. При цьому, впровадження цифрових рішень зумовлює потребу у кваліфікованому навчанні команди та інвестиціях коштів. Важливою є розбудова цифрового світогляду в межах організації, що охоплює прийняття змін, підвищення кваліфікації робітників та припасування робочих схем до оновлених реалій [3].

Цифрова трансформація виступає як ключова передумова для того, щоб готельно-ресторанний сектор міг утримувати свою конкурентоспроможність. Впровадження цих змін дає змогу покращити рівень сервісу, впорядкувати виробничі операції та гарантувати стійке прогресування бізнесу на тлі мінливого ринкового середовища [1; 4].

Список використаних джерел:

1. Виклики та інновації у XXI столітті: туризм, гостинність: монографія. Автори: Жиленко К., Сідаш Д., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ходак О. Дніпро: 2026. 212 с. URL:http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Vyklyky_ta_innov_turyzm_gostyn.pdf.
2. Гринько Т. В. Стратегічне управління підприємством в умовах цифрової економіки. Дніпро: Нова ідеологія, 2021. 256 с.
3. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>.
4. Березівська О., Горішевський П., Богайчук В. Сучасні тренди та інновації у застосуванні цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-180>.

5. Лисюк Т. Інноваційні рішення в готельно-ресторанному бізнесі: технології автоматизації та персоналізації послуг. *Економіка та суспільство*. 2024. № 67. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-13>.
6. Порсюрора І., Ботін М. Аналіз адаптивності ресторанних підприємств до інноваційних викликів ринку. *Економіка та суспільство*. 2025. № 82. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-119>.
7. Гарматюк О. Використання діджитал-маркетингу у комплексі просування. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-3>.
8. Янчук Т., Боєнко О. Впровадження CRM-систем як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-89>.

Д-р екон. наук Жиленко К. М., Трайкун К. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК PET-FRIENDLY СЕРВІСУ ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Сучасна індустрія гостинності перебуває у стані постійної трансформації під впливом нових соціальних тенденцій, змін у поведінці споживачів та розвитку туристичного ринку. Однією з помітних тенденцій останніх років є зростання популярності подорожей разом із домашніми тваринами. Для багатьох людей домашні улюбленці стали повноцінними членами родини, тому туристи дедалі частіше відмовляються залишати їх удома під час подорожей. Це призводить до формування нового напрямку в готельному бізнесі – розвитку pet-friendly сервісу, який передбачає створення умов для комфортного проживання гостей разом із тваринами.

Актуальність цієї теми зумовлена тим, що впровадження pet-friendly концепції дозволяє готелям розширити цільову аудиторію, підвищити конкурентоспроможність та сформувати позитивний імідж сучасного сервісу. За результатами міжнародних досліджень, понад половина туристів подорожують зі своїми домашніми улюбленцями, а значна частина клієнтів обирає саме ті готелі, які дозволяють проживання з тваринами.

Pet-friendly сервіс у готельному бізнесі являє собою комплекс організаційних та сервісних рішень, спрямованих на створення комфортних умов для гостей, які подорожують із домашніми тваринами. Такий сервіс може включати спеціальні