

Для успішного формування репутаційних активів підприємству потрібно мати власну PR-службу. А також власну стратегію зв'язків з громадськістю, яка допоможе привернути увагу нових клієнтів. Важливо відслідковувати та реагувати на відгуки про продукт, що з'являються в процесі ведення діяльності підприємства. Також важливо запровадити інноваційний підхід до управління комунікаціями. Соціальні мережі можуть бути важливим каналом для взаємодії з клієнтами та іншими учасниками ринку. Варто підтримувати активність на всіх популярних платформах та просувати власний продукт.

Важливим аспектом покращення репутаційних активів у ритейлі є якість продукту. Висока якість продукту допоможе зберегти довіру клієнтів і отримати позитивні відгуки про підприємство. А також особливу увагу потрібно приділяти обслуговуванню клієнтів і програми лояльності.

Отже, покращення репутаційних активів є дуже важливим для будь-якого підприємства, особливо в сфері ритейлу, де залежність від довіри клієнтів є великою. Основними тенденціями покращення репутаційних активів підприємствами ритейлу в Україні є використання аналітики та штучного інтелекту, а також в активна комунікація зі своїми клієнтами. Використовуючи максимальну кількість каналів зв'язку таких як соціальні мережі, мобільні додатки, меседжери, електронна пошта, інтернет платформи, а також впровадження Big Data та аналізу даних для виявлення тенденцій та прогнозування попиту.

### **Література**

1. Петренко Л. А., Проскокова А. Ю. Тенденції розвитку та впровадження інновацій підприємствами сфери ритейлу. Стратегія економічного розвитку України. 2020. № 46. С. 86–100.
2. «Global Retail Trends and Innovations 2019» Pragma Consulting. Ebeloft Group, no.14, (2019): 1122. <https://static1.squarespace.com/static/59f9aaa6914e6bf45841fd9e/t/5c78dd05e79c709fbed09b0e/1551424863219/Retail+Innovations+2019.pdf> (Accessed May 20, 2020)
3. Федулова Л. І., Марченко О. С. Інноваційні екосистеми : сутність та методологічні засади формування. Економічна теорія і право. 2015. № 2 (21). С. 21–33.

**JEL Classification: L83, Z32**

**Ольга Ніколайчук**

*канд. екон. наук, доц.,  
зав. кафедри технологій в ресторанному господарстві,  
готельно-ресторанної справи та підприємництва»,  
Донецький національний університет  
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

**Яна Миснік**

*здобувач ВО,  
Донецький національний університет  
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

**Олександр Кошеленко,**

*здобувач ВО,  
Донецький національний університет  
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

**Olha Nikolaichuk**

*PhD in Economics, Associate Professor  
Head of Department of Technology in Restaurant Industry,  
Hotel and Restaurant Business and Entrepreneurship,  
MykhailoTuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade  
nikolaichuk@donnuet.edu.ua*

*Yana Mysnik*  
student,  
MykhailoTuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade,  
misnik\_ys@donnuet.edu.ua

*Oleksandr Koshelenko*  
student,  
MykhailoTuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade,  
koshelenko@donnuet.edu.ua

## ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ СВІТУ ТА УКРАЇНИ

### FEATURES OF DIGITALIZATION OF HOTEL BUSINESS IN THE WORLD AND UKRAINE

**Анотація.** Досліджено особливості цифровізації закладів готельного бізнесу світу та України.

**Abstract.** Features of digitization of hotel business establishments in the world and Ukraine have been studied.

До глобальних трендів сьогодення належить діджиталізація всіх аспектів туристичного бізнесу на основі бурхливого розвитку інноваційної інфраструктури. Все більше суб'єктів господарювання індустрії туризму та гостинності використовують цифрові інструменти та продукти для автоматизації процесів управління, підвищення ефективності та економії. Цифровізація допомагає закладам у щоденній діяльності, дозволяє збільшити проникнення на ринок, пряме бронювання. Крім того, цифрові інструменти надають гостям персоналізований безконтактний досвід до та під час перебування.

У 2020 році сектор цифрової гостинності сягнув приблизно шести мільярдів доларів США та, за прогнозами, зросте до 58,1 мільярда доларів США у 2027 році при середньорічному темпі зростання у 22,6 % [1].

До спалаху COVID-19 переважно найбільші готельні мережі додавали цифровізацію до своїх стратегічних планів, тоді як менші готелі повільно розпізнавали технології та були недостатньо знайомі з використанням цифрових інструментів.

Пандемія та встановлені нею обмеження змусили багатьох власників готелів прискорити свою цифрову трансформацію. Згідно з опитуванням ResearchGate, 92 % готельних закладів погодилися, що коронавірус сприяв деяким процесам цифровізації. Це ж опитування показало, що готельний бізнес почав впроваджувати технології, якими вони раніше не користувалися, а саме інструменти для управління командою (80 %), управління проектами та завданнями (20 %), аналізу даних і візуалізації (25 %) [2].

З огляду на це, цифровізація стала одним із факторів швидшого повернення до нормального життя. Під час опитування керівників глобальної індустрії подорожей і гостинності щодо основних бізнес-пріоритетів туристичних компаній і закладів гостинності у 2020 році приблизно половина респондентів заявили, що «нові технології для кращого обслуговування клієнтів і/або постачальників» були пріоритетом бізнесу. Також 84 % керівників підтвердили що у 2020 році у них був відповідальний за цифрову трансформацію [3].

На початку 2021 року керівники глобальної індустрії подорожей та гостинності розробляли кілька планів щодо оцифрування. Оцифрування інформації про готель, а також процес реєстрації та виселення були лише одними з основних аспектів досвіду гостей, які власники готелів хотіли оцифрувати пізніше того ж року. У 2020 році рівень впевненості туристичних і готельних компаній у досягненні своїх цифрових цілей у всьому світі був не особливо високим. Лише 26 % тих, хто брав участь в опитуванні, заявили, що вони «досить впевнені» щодо здатності їхньої компанії досягти їхніх цифрових цілей. У той же час обізнаність туристичних і гостинних компаній з хмарними обчисленнями також була не такою високою: 35 %

компаній сказали, що їхня організація «дуже знайома» з цією ідеєю, тоді як 48 % були «дещо знайомі». У лютому 2021 року частка власників глобальних готелів, які вважають, що всі їхні ІТ-середовища будуть розміщені в хмарі протягом наступних двох років, становила 28 % [3].

Як правило, цифровізація в індустрії гостинності відбувається у двох сферах: цифровізація досвіду гостей і цифровізація бізнес-процесів.

1. Автоматизовані готельні процеси. На додаток до цифровізації досвіду гостей, власники готелів можуть отримати багато відчутних переваг від цифровізації внутрішніх процесів, а саме бронювання, просування, ефективного управління завданнями, обслуговування тощо. Цифрова трансформація може призвести до створення повністю віртуального офісу, коли персонал готелю може працювати навіть з дому.

2. Оцифрований досвід гостей. Готельєри, які сьогодні хочуть залишатися на плаву, активно прагнуть оптимізувати свої послуги шляхом цифровізації. Необхідність соціального дистанціювання та дотримання заходів гігієни допомогла прискорити впровадження цифрових інструментів. Готельєри розширили послуги щодо організації харчування до онлайн-замовлень і доставки, або почали пропонувати безконтактні варіанти самообслуговування.

Зазнала трансформацій поведінка клієнтів. Так, гості, які раніше відмовлялися від мобільної реєстрації, тепер вимагають її. Інформація порталу Statista.com щодо очікувань клієнтів свідчить про такі тенденції:

- 73 % людей вважають, що готелі повинні використовувати новітні технології, щоб мандрівники почувалися безпечніше;

- 48 % гостей з більшою ймовірністю підуть до ресторану готелю, якщо вони можуть замовити їжу через додаток;

- 47 % гостей з більшою ймовірністю замовлять обслуговування номерів, якщо вони можуть замовити це через додаток;

- 73 % гостей готелю вважають за краще використовувати додаток, щоб відкрити двері свого номера [2, 3].

Дослідження статистичних даних за 2018–2021 рр. щодо використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах готельного бізнесу України, зокрема використання мережі інтернет, послуг хмарних обчислень, робототехніки, доводить про відставання від світових показників:

- частка кількості підприємств, які використовують фіксований доступ до мережі Інтернет, у загальній кількості підприємств зменшилася з 72,3 % у 2018 р. до 67,9 % у 2021 р.;

- частка кількості підприємств, що мають веб-сайт, становить 60,2 %. Причому частка кількості підприємств, веб-сайт яких забезпечує можливість надання інтерактивних послуг, зокрема містить: опис товарів та послуг — 55,7 %, можливість замовлення або бронювання в режимі онлайн — 42,4 %, можливість для відвідувачів веб-сайту налаштувати або розробляти у режимі онлайн товари чи послуги — 20,3 %, відстеження або перевірка статусу розміщених замовлень — 33,8 %, персоналізований уміст (контент) веб-сайту — 22,4 %;

- частка кількості вітчизняних підприємств, що мають чат-сервіс для спілкування з клієнтами, у загальній кількості підприємств готельного бізнесу у 2021 році становила лише 16,9 %;

- частка кількості підприємств, що купують послуги хмарних обчислень, становить 12,3 %

- частка кількості підприємств, що використовують робототехніку, становить 2,3 %;

- кількість підприємств, що здійснювали електронну торгівлю, у 2018–2021 рр. майже незмінна — у межах 23–24 %. В той же час обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств, отриманий від електронної торгівлі, зріс з 20,1 % у 2018 р. до 41,1 % у 2021 р. [4].

Україна значно відстає за темпами формування діджиталізованого туристичного простору і потребує впровадження дієвої стратегії відновлення та розвитку індустрії гостинності на заходах цифровізації.

План відновлення туристичної галузі вже є на порядку денному в уряді. Національна рада з відновлення України від наслідків війни відповідно до Указу Президента від 21 квітня 2022 р. № 266/2022 в рамках 24 робочих груп розробила план заходів з післявоєнного відновлення та розвитку України [5], які включають завдання щодо відновлення інфраструктури, діджиталізації та ін.

Готельний бізнес є перспективною сферою економіки, яка має всі перспективи вивести з кризи країну після перемоги. Післявоєнне відновлення готельного бізнесу в Україні потребуватиме ефективних заходів щодо оптимізації структури управління, фінансування, підвищення якості надання послуг на засадах діджиталізації.

### **Література**

1. Market size of the smart hospitality sector worldwide in 2020, with a forecast for 2027. URL: <https://www.statista.com/statistics/1252565/global-smart-hospitality-market-size/>
2. Ways to bring digitalization across the hotel industry faster. URL: <https://hotelfriend.com/blogpost/hotel-digitalization>
3. Digitalization of hospitality worldwide- statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/8339/digitalization-of-the-hospitality-industry/#editorsPicks>
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
5. Робочі групи. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vidnaslidkiv-vijni/robochi-grupi>.

### **References**

1. Market size of the smart hospitality sector worldwide in 2020, with a forecast for 2027. Available at: <https://www.statista.com/statistics/1252565/global-smart-hospitality-market-size/>
2. Ways to bring digitalization across the hotel industry faster. Available at: <https://hotelfriend.com/blogpost/hotel-digitalization>
3. Digitalization of hospitality worldwide- statistics & facts. Available at: <https://www.statista.com/topics/8339/digitalization-of-the-hospitality-industry/#editorsPicks>
4. State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://ukrstat.gov.ua>.
5. Robochi hrupy. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vidnaslidkiv-vijni/robochi-grupi>.

**JEL Classification: L26, O32, C55**

**Павло Онищенко**

*студент кафедри бізнес-економіки та підприємництва,  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,*

**Pavlo Onyshchenko**

*student of the Department of Business Economics and Entrepreneurship,  
Vadym Hetman Kyiv National Economic University,  
stomer272@gmail.com*

## **ВЕЛИКІ ДАНІ ДЛЯ БІЗНЕСУ**

### **BIG DATA FOR BUSINESS**

**Анотація.** Досліджено ролі цифрових технологій у підприємстві в епоху економіки даних. Розглянуто, як цифрові технології трансформували способи започаткування та розвитку бізнесу в цифрову епоху.

**Abstract.** The purpose of this research is to examine the role of digital technologies in entrepreneurship in the era of data economy. The presentation will explore how digital technologies have transformed the way entrepreneurs start and grow businesses in the digital age.