

Жилюк Анна ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНІХ КУЛЬТУРОЛОГІВ.....	65
Загляда В.В. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ.....	67
Мазур В.В. РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДОСТУПНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ ФІНАНСОВИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ.....	69
Семисал Г.О. ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ЕПОХИ ШІ: ВІД ЦИФРОВОГО ЗБЕРЕЖЕННЯ ДО ПІСЛЯВОЄННОГО РЕНЕСАНСУ.....	73
Фоменко Д.Ю. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА АНАЛІТИКА ДАНИХ У ПРОЕКТУВАННІ ТА УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЯМИ ТА РЕСТОРАНАМИ.....	75
Чепурний Д.П. РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В ГОСТИННОСТІ.....	79
Шпажнікова М.Ю. КОМУНІКАЦІЇ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛІВ.....	82
Лушук Ю.Д. ВИДИ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЙОГО РОЗВИТОК.....	84
Ткачова Є.Д. ДИДЖИТАЛ-СТРАТЕГІЯ У СОЦМЕРЕЖАХ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: КЕЙС-АНАЛІЗ ГОТЕЛЮ «КОРУНА».....	86
Чумарна В.Д. ОСОБЛИВОСТІ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ АЦІОНАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ПЕКАРЕНЬ «ЛЬВІВСЬКІ КРУАСАНИ» ТА ЛОКАЛЬНОГО РЕСТОРАНУ BROOKS У МІСТІ ДНІПРО).....	89
Москалець Д.В. ЦИФРОВА ІНКЛЮЗИВНІСТЬ У РЕСТОРАНАХ: ЗАСТОСУВАННЯ QR-МЕНЮ, ОЗВУЧУВАННЯ МЕНЮ ТА АДАПТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЗАМОВЛАННЯ.....	93
Горбачова О.О. ВПЛИВ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ БРОНЮВАННЯ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	96

9. Kim S. Robotics in Restaurant Operations. Seoul: Innovation Hub, 2024. – 175 p.
10. Thompson L. AI-Driven Design Solutions. San Francisco: Architecture Today, 2023. – 200 p.
11. Кравець В. І. BIM-технології в архітектурі. Київ: Видавництво НУК, 2024. – 220 с.
12. Green E. Sustainable Technologies in Hospitality. Berlin: Eco Press, 2025. – 240 p.

Чепурний Данило Петрович

здобувач вищої освіти

другого (магістерського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Джинджоян Володимир Вергарович

доктор економічних наук, професор,

професор кафедри туристичного

та готельно-ресторанного бізнесу

Дніпровського гуманітарного університету

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В ГОСТИННОСТІ

Інновації в індустрії гостинності відіграють вирішальну роль у підтримці конкурентоспроможності, покращенні вражень гостей та оптимізації операцій. Завдяки впровадженню нових технологій та практик, компанії можуть краще задовольняти мінливі очікування клієнтів та диференціюватися від конкурентів. Це включає все – від використання штучного інтелекту для персоналізації послуг до впровадження цифрових процесів реєстрації для підвищення ефективності.

1. Основним напрямом, у руслі якого функціонує вся індустрія гостинності є забезпечення високоякісного обслуговування споживачів послуг гостинності, завдяки, якому гості отримують певні враження та насолоджуються реалізацією власних мрій та запитів. Покращення вражень гостей відбуваються через персоналізований підхід майже до кожного клієнта [1]. Персоналізація гостей у контексті гостинності передбачає адаптацію обслуговування до індивідуальних уподобань та потреб гостей, а не універсальний підхід. Це може включати персоналізовані послуги, зручності та комунікацію, зрештою спрямовані на підвищення задоволеності та лояльності, завдяки чому гості почуваються цінними та зрозумілими.

2. Індустрія гостинності процвітає завдяки наданню персоналізованого досвіду для гостей, оптимізації операційної ефективності та випередженню конкурентів. У цьому динамічному середовищі аналітика даних та штучний

інтелект (ШІ) стають революційними інструментами, що революціонізують роботу готелів, ресторанів та туристичних компаній [2]. Від прогнозування уподобань клієнтів до оптимізації операцій – ці технології формують майбутнє гостинності. Більшість підприємств сфери гостинності уже розуміють важливість аналітики даних та ШІ. Величезна кількість даних, що генеруються щодня в індустрії гостинності, містить цінні знання. Аналітика даних включає обробку та інтерпретацію цих даних для виявлення закономірностей та тенденцій. У поєднанні зі ШІ, який використовує машинне навчання, обробку природної мови та прогностичні алгоритми, компанії можуть приймати розумніші рішення та забезпечувати гостям чудовий досвід [3]. Наприклад, система на базі штучного інтелекту може передбачити потребу гостя в стравах без глютену на основі попередніх бронювань, забезпечуючи безперебійне та приємне обслуговування. Ефективне управління персоналом є критично важливим у сфері гостинності. Системи управління робочою силою на базі штучного інтелекту аналізують години пік, дані про бронювання та ефективність роботи співробітників для створення оптимізованих графіків.

3. Сфера гостинності є висококонкурентною, і компанії змагаються за увагу та лояльність клієнтів за допомогою різних стратегій. Ці стратегії часто передбачають диференціацію, пропонуючи унікальний досвід, чудове обслуговування клієнтів, конкурентні ціни або зосереджуючись на певних сегментах ринку. Ключові аспекти конкурентоспроможності на ринку гостинності:

- диференціація (компанії можуть диференціюватися, виділяючи унікальні особливості, зручності чи послуги, які відрізняють їх від конкурентів);
- конкурентний аналіз (розуміння сильних та слабких сторін конкурентів має вирішальне значення для розробки ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності);
- досвід клієнтів (надання надзвичайного досвіду для гостей є важливим на конкурентному ринку, що вимагає від компаній зосередитися на персоналізації та перевершенні очікувань);
- ціноутворення та вартість (компаніям необхідно аналізувати свої цінові стратегії та оптимізувати витрати, щоб залишатися конкурентоспроможними, зберігаючи при цьому прибутковість);
- сталий розвиток (впровадження сталих практик може диференціювати бізнес та залучити екологічно свідомих мандрівників);
- технології (використання технологій для покращення операцій та вражень гостей забезпечує конкурентну перевагу);
- сегментація ринку (визначення та таргетування певних сегментів ринку з індивідуальними пропозиціями допомагає компаніям зосередити свої зусилля та максимізувати свою конкурентну перевагу);
- управління знаннями (ефективне управління та використання знань, як явних, так і неявних, покращує операційні та фінансові показники, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності);

– компетентність та її використання (зосередження на ключових компетенціях та їх використання для створення конкурентної переваги виступає ключовою стратегією успіху) [6].

4. Інноваційна активність у сфері туризму та гостинності охоплює широкий спектр організаційних та управлінських підходів, спрямованих на покращення існуючого туристичного продукту або створення нових. Ці інновації зосереджені на таких сферах, як розробка нових напрямків, вихід на нові ринки, модернізація послуг та впровадження передових технологій, таких як цифрові, комунікаційні та мобільні рішення. Крім того, вони передбачають створення нових форм туристичного досвіду, використання технологій для ефективності та персоналізації, а також пріоритет сталих практик [7].

5. Важливість людської взаємодії. Хоча технології відіграють життєво важливу роль, важливо пам'ятати, що людська взаємодія залишається вирішальною в індустрії гостинності. Підприємства гостинності повинні використовувати технології для підтримки, а не заміни людської взаємодії та зосереджуватися на створенні персоналізованого та незабутнього досвіду. Емпатія, проникливість та здатність інтерпретувати невербальні сигнали дають персоналу підприємств можливість задовольняти потреби гостей з персоналізованою увагою. Справжнє людське спілкування створює гостинну атмосферу, гарантуючи, що гості почувуються шанованими та турботливими.

Список використаних джерел та літератури:

1. Автоматизація для готелів та диспетчеризація. URL: <https://aqteck.com.ua/ua/projects/avtomatyzovana-systema-keruvannja-tadyspetcheryzacii-gotelju> (дата звернення: 30.11.2025 р.).
2. Nataliia Yakymenko-Tereshchenko, Alla Kiziun, Maryna Hrabar, Anastasiia Brytvienko, Larysa Medvid. Digital Tools for Management of Innovative Activities of Tourism Enterprises: Ukrainian Analysis of Wartime Challenges. *International Journal of Organizational Leadership*. 2023 №12(First Special Issue). P. 4-19.
3. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Дніпро: ДГУ, 2022. С. 21-47.
4. Britts Imperial (2025) The Role of Data Analytics & AI in Hospitality Industry. URL: <https://brittsimperial.com/the-role-of-data-analytics-ai-in-hospitality-industry>
5. Горб К. М., Корнеєв М. В., Кучер М. М. Система зовнішньої та внутрішньої безпеки у сфері туризму та гостинності. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2024. No2 (86). С.60-66.
6. Волок В.В., Джинджоян В.В. Вплив рівня використання ІТ на розвиток туризму та гостинності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №1(18). URL: http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/18_2019/53.pdf (дата звернення: 30.11.2025 р.).

7. Лупашко А. (2024) Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024». URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/> (дата звернення: 30.11.2025 р.).

Шпажнікова Марія Юріївна

здобувачка вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Сазонець Ігор Леонідович,

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровського гуманітарного університету

КОМУНІКАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛІВ

З огляду на сучасний стан індустрії гостинності, комунікація є ключовим фактором ефективної роботи готелів. Вона забезпечує взаєморозуміння між персоналом і гостями, сприяє формуванню позитивного іміджу закладу та підвищує його прибутковість [1]. Успішні готелі розглядають комунікацію не тільки як процес обміну інформацією, але й як стратегічний інструмент управління, що забезпечує конкурентну перевагу на ринку послуг.

Це важливе питання, оскільки в умовах високої конкуренції на ринку готелі повинні не тільки забезпечувати комфортне проживання, але й ефективну комунікацію з гостями. Довіра гостей, їхня лояльність і бажання повернутися безпосередньо залежать від якості комунікації [2]. У цифрову епоху онлайн-комунікація — соціальні мережі, системи бронювання, електронна пошта та мобільні додатки — відіграє важливу роль у формуванні репутації готелю [3].

Метою цієї роботи є визначення ролі комунікації у формуванні прибутковості готельного бізнесу та вивчення методів підвищення ефективності комунікації між персоналом і гостями [4].

Ефективна комунікація є стратегічним ресурсом управління, що впливає на якість послуг, задоволеність клієнтів та фінансові показники готелю. Координована комунікація між відділами зменшує ризик конфліктів і прискорює задоволення потреб гостей [5].

Згідно з науковими дослідженнями, понад 70% скарг у сфері готельного бізнесу пов'язані не з якістю послуг, а з відсутністю ефективної комунікації