

Жиленко Катерина Миколаївна
д-р екон. наук, проф., зав. кафедри туристичного бізнесу та гостинності
ДНУ імені Олеся Гончара
Дніпро, Україна
ORCID: 0000-0002-3942-9467
e-mail: zhilenkok@ukr.net
+380675931004

Самойленко Алла Олександрівна
Доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності,
ДНУ імені Олеся Гончара
Дніпро, Україна
ORCID: 0000-0001-9696-985
e-mail: samoilenko.alla.o@gmail.com

Ставицька Алла Василівна
Доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності,
ДНУ імені Олеся Гончара
Дніпро, Україна
ORCID: 0000-0002-0077-4415
e-mail: allastav@ukr.net

ІННОВАЦІЇ ТА ПРАКТИКИ В МЕНЕДЖМЕНТІ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Kateryna Zhylenko
doctor of science (economics), full professor of tourism and hospitality,
head of tourism and hospitality department, Oles Honchar Dnipro National University,
Dnipro, Ukraine
ORCID: 0000-0002-3942-9467
e-mail: zhilenkok@ukr.net
+380675931004

Alla Samoilenko
PhD, associate professor at the department of tourism and hospitality,
Oles Honchar Dnipro National University,
Dnipro, Ukraine
ORCID: 0000-0001-9696-985
e-mail: samoilenko.alla.o@gmail.com

Alla Stavytska
PhD, associate professor at the department of tourism and hospitality,
Oles Honchar Dnipro National University,
Dnipro, Ukraine
ORCID: 0000-0002-0077-4415
e-mail: allastav@ukr.net

INNOVATIONS AND PRACTICES IN HOSPITALITY MANAGEMENT

Анотація. Загострення конкуренції та трансформація споживчих смаків обумовлюють постійну потребу в інноваціях менеджменту сфери гостинності. Компанії постійно шукають нові способи поліпшення якості послуг, зменшення рівня витрат, формування сегменту постійних клієнтів.

Оптимальне поєднання технологічних інновацій, алгоритму управління лояльністю клієнтів та платформ он-лайн-бронювання в сфері гостинності дозволять вибудувати стратегію конкурентних переваг та забезпечать сталий розвиток.

Матеріали представленого дослідження спрямовані на виявлення впливу технологічних інновацій на рівень обслуговування клієнтів та, як результат, можливість впливати на їхню лояльність.

Запропоновано концепт інтеграції основних елементів інновацій в менеджменті, побудований на аналізі сучасних трендів та ефективності використання платформ он-лайн-бронювання в сфері гостинності.

В основу запропонованої гіпотези покладено кілька ключових аспектів. Фундаментальні фактори, які впливають на зміни в сфері обслуговування та обумовлені загостренням конкуренції та трансформацією споживчих смаків. Крім того, невід'ємною частиною успішного управління в сфері обслуговування є постійна імплементація інновацій в менеджмент, що дозволяє компаніям адаптуватися відповідно до трансформації зовнішнього середовища. Ефективне управління комунікаціями з клієнтами полягає в оптимальному поєднанні технологічних інновацій та алгоритмів менеджменту лояльності клієнтів. Запропонована гіпотеза чітко вказує на те, що дослідження спрямоване на практичне застосування результатів для покращення управління та забезпечення сталого розвитку у сфері гостинності.

Методика перевірки нашої гіпотези включає аналіз тенденцій ринку та поведінки споживачів сфери обслуговування, що дозволяє з'ясувати, які інновації вже застосовуються і які нові тенденції спостерігаються. Запропонований алгоритм менеджменту системи лояльності клієнтів дозволяє створити ефективну та пристосовану до потреб бізнесу систему управління лояльністю клієнтів, яка сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання сфери гостинності.

Характеристика та аналіз рівня ефективності застосування конкретних інструментів інновацій в сфері обслуговування дозволяє виявити ключові фактори переваг та недоліків їх застосування. Результати представленого дослідження можуть бути використані для подальшого розвитку бізнесу в сфері гостинності та формування стратегій сталого розвитку.

Ключові слова: технологічні інновації, менеджмент, сталий розвиток, конкурентні переваги, сфера гостинності.

Abstract. Intensification of competition and transformation of consumer tastes have determined the constant need for innovations in hospitality management. Companies are constantly looking for new ways to improve the quality of services, reduce costs, and create a segment of regular customers.

The optimal combination of technological innovations, customer loyalty management algorithm and online booking platforms in the field of hospitality allow you to build a strategy of competitive advantages and ensure sustainable development.

The materials of the presented research are aimed at identifying the impact of technological innovations on the level of customer service and, as a result, an opportunity to influence their loyalty.

The concept of integration of the main elements of innovation in management and marketing is proposed, based on the analysis of modern trends and the effectiveness of using online booking platforms in the field of hospitality.

The proposed hypothesis is based on several key aspects. The fundamental factors that affect changes in the hospitality sector are due to intensifying competition and the transformation of consumer tastes. In addition, an integral part of successful management in the s hospitality sector is the constant implementation of innovations in management, which allows companies to adapt in accordance with the transformation of the external environment. Effective management of communications with customers has consisted in the optimal combination of technological innovations and algorithms for managing customer loyalty. The proposed hypothesis clearly indicates that the research is aimed at the practical application of the results to improve management and ensure sustainable development in the hospitality sector.

The methodology for testing our hypothesis includes the analysis of market trends and consumer behavior in the hospitality sector, which allows us to find out which innovations are already in use and which new trends are being observed. The proposed management algorithm of the customer loyalty system makes it possible to create an effective customer loyalty management system adapted to business needs, which will contribute to increasing the level of competitiveness of business entities in the hospitality sector.

Characterization and analysis of the level of effectiveness of the application of specific innovation tools in the hospitality sector has allowed identifying the key factors of advantages and disadvantages of their application. The results of the presented research can be used for further business development in the hospitality sector and the formation of sustainable development strategies.

Key words: technological innovations, management, sustainable development, competitive advantages, hospitality sector.

JEL codes: O32, L86, L83

Постановка проблеми. Загострення конкуренції, зміна трендів в обслуговуванні та трансформація смаків споживачів обумовлюють генерацію інновацій менеджменту сфери гостинності. Інтеграція технологічних інновацій, алгоритмів управління лояльністю клієнтів та платформ он-лайн-бронювання в сфері гостинності значно підвищує рівень обслуговування клієнтів, зменшує витрати та сприяє формуванню стратегії конкурентних переваг, що забезпечує сталий розвиток сфери гостинності.

Матеріали дослідження спрямовані на виявлення впливу технологічних інновацій на рівень обслуговування клієнтів і можливість управління їхньою лояльністю. Аналіз сучасних трендів та ефективності використання платформ он-лайн-бронювання дозволяє запропонувати концепт інтеграції основних елементів інновацій у менеджменті та маркетингу сфери гостинності. Основними елементами гіпотези виступають технологічні інновації (мобільні додатки, штучний інтелект), управління лояльністю клієнтів та оптимізація процесів бронювання.

Основні передумови проведення даного дослідження обумовлені пошуком нових, ефективніших методів підвищення рівня обслуговування, впровадження яких забезпечить гостям більш персоналізований та зручний сервіс. Розробка алгоритму менеджменту системи лояльності клієнтів дозволить скоротити рівень операційних витрат, а створення персоналізованих пропозицій і програм лояльності підвищить рівень задоволеності клієнтів. Таким чином комбінація підвищеного рівня обслуговування, зниження рівня витрат та збільшення рівня лояльності клієнтів сприятиме довгостроковому успіху та стійкому розвитку підприємств у сфері гостинності.

Аналіз досліджень і публікацій. Важливі аспекти сучасних тенденцій у готельно-ресторанній галузі та їхню значимість для підприємств сфери обслуговування досліджують провідні вітчизняні та іноземні науковці та практики. Аналізуючи впровадження нових технологічних процесів та інноваційних підходів зазначається, що використання інформаційних технологій дозволяє оптимізувати процеси обслуговування та зменшити час, необхідний для надання послуг, що є важливим фактором для підприємств у галузі гостинності (Б.

Михайлов, О. Кузьмін, 2023). Нерозкритими залишаються питання щодо виокремлення критеріїв для обрання найоптимальніших інструментів.

Інноваційні підходи дозволяють розробляти нові продукти та послуги, які відповідають сучасним потребам та очікуванням клієнтів, сприяючи тим самим сталому розвитку підприємств (Лисюк Т. В. & Терещук О. С. & Пасічник М.П., 2022). Аналіз використання сучасних тенденцій та інновацій є основою для формування конкурентних переваг. Підприємства, які вдало впроваджують нові технології та пропонують інноваційні рішення, можуть отримати перевагу на ринку (Несторишен, І., & Прокопець, Я., 2023). У даному контексті відкритими залишаються питання оптимального поєднання інноваційних та традиційних інструментів менеджменту в сфері обслуговування.

Виділяються ключові напрямки впровадження інновацій у менеджмент, реалізація яких дозволить підприємствам сфери гостинності сформувати конкурентні переваги (програми лояльності для клієнтів) (Huynh Viet Khai, & Huynh Le Thao Tran, & Nguyen Van Ngan, & Tran Thi Thu Duyen, 2024). Програми лояльності та засоби комунікації з клієнтами в сфері обслуговування залишаються ключовими в напрямку реалізації ефективного менеджменту. Невирішеними залишаються питання щодо формування найефективніших комунікаційних інструментів.

В своїх дослідженнях Julius Kabangire & Prof. Jacqueline Korir (2023) зазначають, що інновації та креативність є важливими рушійними силами прогресу і успіху у сучасному динамічному та конкурентному світі. Таким чином, інновації та креативність залишаються ключовими факторами для забезпечення прогресу та конкурентоспроможності в сучасному суспільстві. Невирішеними залишаються питання щодо оптимального поєднання креативності та інновацій на практиці.

У своєму дослідженні Ioanna Giannoukou (2024) критично розглядає роль інновацій у секторі гостинності, зосереджуючись на тому, як готелі можуть підвищити рівень ефективності і задоволеності клієнтів за допомогою цифрового прогресу. Вона наголошує на необхідності адаптації до технологічних тенденцій та очікувань споживачів, підкреслюючи важливість стратегічного планування, управління інноваціями, культурних змін і впровадження технологій для сталого розвитку інновацій. Таким чином, у сучасному динамічному середовищі готелі повинні поєднувати операційну ефективність, задоволеність клієнтів і кардинальні інноваційні стратегії для збереження своєї конкурентоспроможності. Інноваційні технології, такі як штучний інтелект і робототехніка, мають великий потенціал для революції в досвіді гостей. Водночас важливо зберігати баланс між традиційними цінностями гостинності та сучасними технологічними рішеннями, щоб створити унікальну та привабливу пропозицію послуг у готельній індустрії.

Методика дослідження. Основні елементи методики включають проведення огляду наукових праць і статей, що стосуються інновацій у менеджменті сфери гостинності, управління лояльністю клієнтів, та використання технологій он-лайн-бронювання; порівняння ефективності існуючих інноваційних підходів у менеджменті на основі зібраних даних; створення моделі, що поєднує технологічні інновації, алгоритми управління лояльністю клієнтів та платформи он-лайн-бронювання; формування висновків дослідження на основі аналізу даних.

Дана методика забезпечує всебічний підхід до вивчення впливу технологічних інновацій на рівень обслуговування клієнтів та управління їхньою лояльністю, дозволяючи сформувати науково обґрунтовані рекомендації для підприємств сфери гостинності.

Ключовими аспектами нашої методики є статистична база даних. Дослідження проводилось з січня 2020 року по січень 2023 року, що дозволило охопити як зимовий, так і літній сезони, коли сфера гостинності є активною. Основні дані були отримані через джерела міжнародних статистичних звітів, які містять результати анкетування експертів в галузі гостинності. Додаткові дані було зібрано з відкритих джерел, включаючи наукові публікації, звіти міжнародних організацій. Крім того, було зібрано дані від 300 готелів і ресторанів різного типу та розміру, що дозволило аналізувати вплив інновацій на підприємства різних категорій. Для аналізу результатів використовувалися методи статистичного аналізу для оцінки впливу інноваційних технологій на ефективність управління.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасні тенденції та інноваційні підходи в готельно-ресторанній галузі є ключовими для формування конкурентних переваг і забезпечення сталого розвитку підприємств сфери гостинності. Однак, залишається низка невирішених питань, таких як вибір оптимальних інформаційних технологій, поєднання інноваційних і традиційних інструментів менеджменту, формування ефективних комунікаційних інструментів та інтеграція креативності в практичну діяльність. Подальші дослідження в даних напрямках здатні сприяти вдосконаленню менеджменту сфери гостинності та підвищенню рівня її конкурентоспроможності.

Метою статті є виявлення впливу технологічних інновацій на рівень обслуговування клієнтів та можливість управління їхньою лояльністю у сфері гостинності. Спираючись на аналіз сучасних трендів та ефективності використання платформ он-лайн-бронювання, дослідження спрямоване на розробку концепту інтеграції основних елементів інновацій у менеджменті та маркетингу готельно-ресторанних підприємств.

Дослідження має вирішити такі завдання:

виявити ефективність застосування мобільних додатків і штучного інтелекту в сфері гостинності;

розробити алгоритм менеджменту системи лояльності клієнтів для скорочення рівня операційних витрат;

запропонувати комбінацію підвищеного рівня обслуговування та збільшення рівня лояльності клієнтів для сприяння довгостроковому успіху та стійкому розвитку підприємств у сфері гостинності.

Для перевірки запропонованої гіпотези необхідно провести всебічний аналіз основних інструментів технологічних інновацій та основних напрямків трансформації поведінки споживачів, що дозволить з'ясувати, які інновації застосовуються у сфері обслуговування та які нові тенденції формуються та спостерігаються.

Виклад основного матеріалу. Технологічні інновації відіграють ключову роль у розвитку сфери обслуговування, значно підвищуючи ефективність, якість та зручність наданих послуг. Технологічні інновації змінюють сферу обслуговування, а також методи їх менеджменту для забезпечення максимального

ефекту. Невід’ємною складовою технологічних інновацій сфери обслуговування є цифровізація послуг, використання штучного інтелекту. Технологічні інновації у сфері обслуговування відкривають нові можливості для покращення якості послуг, підвищення ефективності та задоволення потреб клієнтів. Однак успішне впровадження технологій вимагає ефективного менеджменту, що включає планування, управління змінами, забезпечення безпеки та персоналізацію послуг. Лише за умови комплексного підходу до впровадження технологій компанії зможуть повністю реалізувати потенціал інновацій та забезпечити стійкий розвиток у конкурентному середовищі.

У сучасному готельно-ресторанному бізнесі, конкуренція стає все жорсткішою, і успішні підприємства шукають нові підходи та інновації для підвищення якості обслуговування та оптимізації управління. Однією з ключових тенденцій є впровадження технологічних інновацій у всі аспекти готельно-ресторанного бізнесу. Використання мобільних додатків для бронювання, інтеграція систем штучного інтелекту для персоналізованого обслуговування та автоматизації процесів управління, які підвищують ефективність та забезпечують зручність для клієнтів (табл. 1).

Таблиця 1

ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

	Характеристики
Мобільні додатки для бронювання	
Booking.com	<ul style="list-style-type: none"> • широкий вибір готелів, апартаментів, хостелів та інших варіантів проживання; • онлайн-бронювання та можливість переглядати відгуки користувачів; • програма лояльності зі знижками для постійних користувачів
Airbnb	<ul style="list-style-type: none"> • здача в оренду житла власниками; • широкий вибір від квартир до замків та незвичайних помешкань; • взаємодія з місцевими господарями
Інтеграція систем штучного інтелекту для персоналізованого обслуговування	
Chatbots у клієнтському сервісі	<ul style="list-style-type: none"> • автоматизовані чат-роботи для відповідей на запитання гостей; • персоналізація рекомендацій та інформаційний супровід
Персоналізовані системи рекомендацій	<ul style="list-style-type: none"> • аналіз попередніх виборів гостей для рекомендацій щодо варіантів проживання та додаткових послуг; • персоналізовані пропозиції та акції для кожного клієнта
Автоматизація процесів управління	
Property Management Systems (PMS)	<ul style="list-style-type: none"> • централізована система для управління бронюваннями; розрахунками та іншими аспектами готельної діяльності; • інтеграція з різними відділами готелю
Point of Sale (POS) Systems у ресторанах	<ul style="list-style-type: none"> • автоматизація процесів замовлення, оплати та ведення обліку продажів; • інтеграція зі складом та фінансовим обліком

Джерело: розроблено авторами на основі [5-7]

Представлені в табл. 1 технології та додатки допомагають готелям і ресторанам покращити ефективність, забезпечити персоналізоване обслуговування та підняти рівень задоволення гостей. Кожен бізнес може вибрати та адаптувати технології відповідно до своїх потреб та особливостей.

Управління лояльністю клієнтів стає важливою складовою успішного готельно-ресторанного бізнесу. Програми лояльності, персоналізовані пропозиції для постійних клієнтів і збір даних для аналізу клієнтського поведінки допомагають зберігати та залучати нових гостей. Управління лояльністю клієнтів — це стратегічний підхід, спрямований на створення та збереження вірних та задоволених клієнтів. Алгоритм управління лояльністю клієнтів може бути складною, і включати різні етапи та інструменти. Наведемо загальну схему, яка є основою для планування та реалізації програм лояльності (рис. 1).

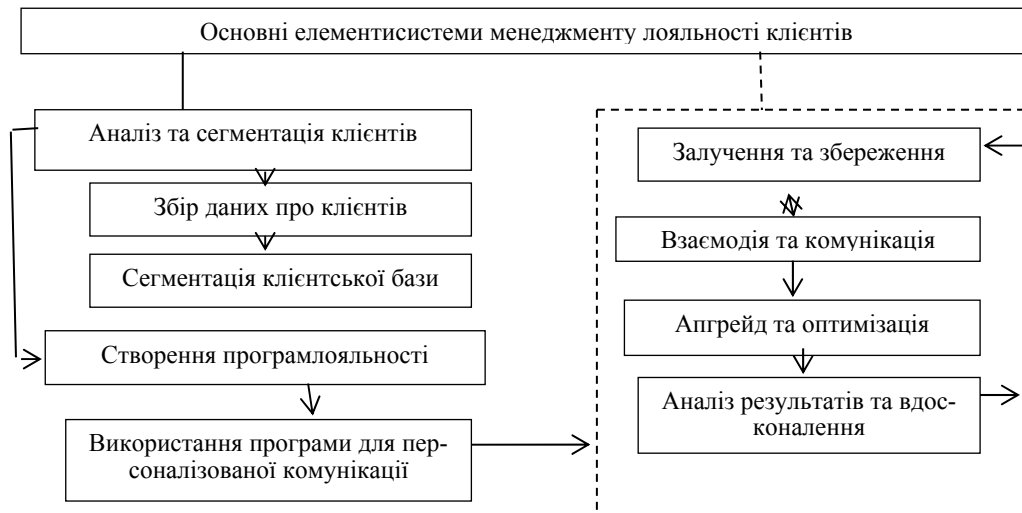


Рис. 1. Алгоритм менеджменту системи лояльності клієнтів

Джерело: розроблено авторами [5-7]

Представлений алгоритм охоплює основні базові етапи та інструментів, які використовуються в програмах управління лояльністю клієнтів. При розробці конкретної програми важливо враховувати особливості бізнесу, а також унікальність та очікування цільової аудиторії.

Інтеграція з веб-сайтом та соціальними медіа є важливим елементом успішної стратегії маркетингу та продажів для ресторанів/готелів. Для цього необхідно забезпечити можливість бронювання столиків/номерів безпосередньо на веб-сайті готелю/ресторану за допомогою вбудованої форми бронювання або посилання на платформу он-лайн-бронювання. Крім того надати вичерпну інформацію про готель/ресторан на веб-сайті, включаючи перелік послуг/меню, години роботи, контактну інформацію та відгуки клієнтів. Важливо розміщувати інформацію про акції, спеціальні події та заходи, що відбуваються у готелі/ресторані, на веб-сайті, щоб привернути увагу клієнтів. У випадку, коли готель/ресторан пропонує послугу доставки або формування замовлення, необхідно додати функцію он-лайн-замовлення на веб-сайт для зручності клієнтів (UNCTAD, 2015).

Одним із інноваційних підходів є впровадження платформ он-лайн-бронювання для підприємств сфери обслуговування, які дозволяють туристам за-

здаlegідь резервувати місця та планувати свої кулінарні враження. Платформи он-лайн-бронювання роблять процес замовлення столиків у ресторанах простим і зручним для клієнтів. Вони можуть швидко та легко переглядати доступні дати та часи, обирати зручні столи та навіть задалегідь вибирати бажані страви. Платформи бронювання дозволяють ресторанам і готелям ефективно управляти своїм розкладом, максимізувати використання номерів, столиків та уникати проблем з переповненням або очікуванням. За допомогою платформ он-лайн-бронювання ресторани можуть збирати дані про своїх клієнтів та їхні уподобання, що дозволяє надавати персоналізовані рекомендації та послуги та підвищувати рівень задоволення клієнтів. Розглянемо основні види e-commerce платформ та надамо характеристику кожній з них. Такі платформи дозволяють компаніям продавати свої товари або послуги через Інтернет. Приклади включають Shopify, Magento, WooCommerce (для WordPress) та BigCommerce (табл. 2).

Таблиця 2

ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ПЕРЕВАГИ ВИДІВ E-COMMERCE ПЛАТФОРМ

Вид e-commerce платформ	Переваги/недоліки видів e-commerce платформ
Shopify	Переваги: простий у використанні, швидке налаштування магазину, багатий функціонал, підтримка клієнтів та безпека. Недоліки: відносно високий рівень витрати на місячну підписку та комісійні, обмежена можливість налаштування
Magento	Переваги: велика функціональність, гнучкість та масштабованість, широкий вибір розширень та тем для налаштування. Недоліки: складніша у використанні порівняно з іншими платформами, вимагає додаткового технічного обслуговування
WooCommerce (для WordPress)	Переваги: легко встановлюється та налаштовується, безкоштовний (але деякі додаткові функції можуть бути платними), інтегрований з WordPress. Недоліки: може бути менш потужним порівняно з іншими платформами, обмежена масштабованість для великих магазинів
BigCommerce	Переваги: швидке налаштування, достатній набір функцій, підтримка міжнародного бізнесу, безкоштовний тестовий період. Недоліки: деякі функції можуть бути обмеженими в порівнянні з Magento або Shopify, витрати можуть бути вищими за Shopify в окремих випадках

Джерело: розроблено авторами на основі [5-7]

Кожна з наведених платформ має свої унікальні характеристики та призначена для різних типів бізнесів, тому важливо обрати ту, яка найкраще відповідає конкретним потребам і вимогам.

Інтеграція з веб-сайтом та соціальними медіа дозволяє готелям і ресторанам максимально розширити свою он-лайн-присутність і забезпечити зручність для клієнтів у процесі бронювання та спілкування. На цих платформах користувачі можуть обмінюватися інформацією, спілкуватися, ділитися контентом та взаємодіяти (приклади: Meta (Facebook), Instagram, X (Twitter), LinkedIn) [7]. Публікації у соціальних мережах дозволяють ефективно використовувати візуальні елементи та надає посилання на платформу он-лайн-бронювання або форму бронювання на веб-сайті готелю/ресторану прямо в публікаціях, що спрощує процес бронювання для клієнтів (табл. 3).

**ОПТИМІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ
ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ**

Мобільні додатки для бронювання	
Booking.com	<p>Booking.com є корисним інструментом для впливу лояльністю клієнтів у сфері гостинності.</p> <p>Booking.com є однією з найбільших онлайн-платформ для бронювання готелів і має міжнародний охоплення, що дозволяє готелям залучати клієнтів з усього світу і підвищувати їхню усвідомленість про бренд.</p> <p>Booking.com пропонує різноманітні інструменти для маркетингу, включаючи можливості реклами і просування, які допомагають готелям підвищувати видимість та привертати нових клієнтів.</p> <p>Платформа надає доступ до аналітичної інформації про бронювання та поведінку клієнтів, що дозволяє готелям аналізувати ринок і розробляти ефективні стратегії маркетингу та управління лояльністю</p>
CRM-система	
Salesforce CRM	<p>Salesforce характеризується гнучкістю і можливістю налаштування, що дозволяє адаптувати систему до специфічних потреб бізнесу, включаючи управління лояльністю.</p> <p>Salesforce пропонує інтуїтивно зрозумілі інструменти для управління клієнтами, включаючи візуалізацію відносин і процесів, що сприяє зручності роботи з даними клієнтів</p>
Е-commerce платформа	
Shopify	<p>Shopify дозволяє клієнтам створювати особисті облікові записи і профілі, що полегшує управління їхніми покупками, історією замовлень і особистими налаштуваннями.</p> <p>Shopify має різноманітні додатки і розширення для створення програм лояльності, які включають нагородні бали, знижки для постійних клієнтів, спеціальні пропозиції тощо.</p> <p>За допомогою розширень для електронної комерції в Shopify (наприклад, Klaviyo або Omnisend), можна налаштувати автоматичні електронні листівки з персоналізованими пропозиціями для клієнтів залежно від їхньої активності і історії покупок</p>
Instagram	<p>Платформа ідеально підходить для брендів, які можуть створювати привабливий візуальний контент.</p> <p>Короткі відео формати (Stories та Reels) дозволяють взаємодіяти з клієнтами у більш неформальному форматі.</p> <p>Хештеги та геотеги допомагають збільшити видимість контенту та залучити нових клієнтів</p>

Джерело: розроблено авторами на основі [5-7]

Дискусія. На основі представлених результатів дослідження можна виділити такі дискусійні питання.

1. Ефективне збалансування впровадження технологічних інновацій з необхідністю збереження традиційного підходу до обслуговування у сфері гостинності. Як саме автоматизація процесів обслуговування здатна вплинути (сформувати) на ризики втрати персонального підходу?

2. Ефективність широкомасштабного впровадження CRM-систем, таких як Salesforce CRM, у малих готелях та ресторанах. Які альтернативи можна запропонувати для малих підприємств сфери гостинності?

3. Які аспекти технологічних інновацій можуть призвести до зростання рівня операційних витрат у сфері гостинності і, в той же час, як суб'єкти господарю-

вання можуть мінімізувати ці витрати, зберігаючи при цьому високий рівень обслуговування?

4. Чи є впровадження новітніх технологій у сфері гостинності обов'язковим кроком для забезпечення конкурентоспроможності, або існують інші ефективні стратегії? Як дані стратегії здатні співіснувати або замінювати технологічні інновації?

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень. Результати дослідження свідчать про значний вплив технологічних інновацій на сферу гостинності та можливості управління лояльністю клієнтів. Аналіз сучасних трендів та ефективності використання платформ он-лайн-бронювання дозволив розробити концепт інтеграції основних елементів інновацій у менеджменті та маркетингу готельно-ресторанних підприємств.

Запропоноване нами поєднання технологічних інновацій для суб'єктів господарювання сфери гостинності з метою підвищення показника лояльності клієнтів включає мобільні додатки для бронювання Booking.com. Даний додаток допомагає готелям не лише залучати нових клієнтів, але і ефективно управляти лояльністю, пропонуючи спеціальні умови для повторних бронювань і покращуючи враження від перебування у готелі. Найбільш ефективною в даному контексті є CRM-система Salesforce CRM. Salesforce CRM надає потужні інструменти для аналізу даних і створення звітів, що дозволяє готелям аналізувати ефективність своїх програм лояльності і вдосконалювати їх. E-commerce платформа Shopify дозволяє готелям і ресторанам не тільки залучати нових клієнтів через он-лайн-платформу, але і ефективно управляти лояльністю і стимулювати повторні звернення через програми лояльності та персоналізовані пропозиції. Використання платформи Instagram дозволяє стратегічно значно підвищити рівень лояльності своїх клієнтів і покращити взаємодію з ними.

Таким чином, запропоноване нами (табл. 4) оптимальне поєднання технологічних інновацій та алгоритмів менеджменту лояльності клієнтів (рис. 1) сприятиме ефективному управлінню комунікації з клієнтами та дозволить підвищити рівень їхньої лояльності.

На основі проведеного дослідження пропонуємо такі напрями для подальших досліджень:

провести детальніше дослідження конкретних технологічних інновацій, таких як штучний інтелект або розумні системи управління, на рівень обслуговування та лояльність клієнтів у галузі гостинності;

провести аналіз ефективності нових методів управління лояльністю клієнтів, таких як персоналізовані пропозиції та програми лояльності, зокрема порівняльний аналіз їх впливу на задоволеність і лояльність клієнтів;

Перелічені напрями досліджень допоможуть, на нашу думку, глибше розуміти вплив технологічних інновацій на сферу гостинності та удосконалити/розробити ефективні стратегії для забезпечення сталого розвитку підприємств даної галузі.

Література

1. Михайлов Б. & Кузьмін О. (2023). Інноваційні технології та тренди в сфері гостинності сьогодні Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика. Збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених, аспірантів і студентів з міжнародною участю. 155-160. <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/41806>.

2. Лисюк Т. В. & Терещук О. С. & Пасічник М.П. (2022). Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Економіка та суспільство. Випуск 40. 32-40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.
3. Несторишен, І., & Прокопєць, Я. (2023). Економіка індустрії гостинності в сучасних умовах: міжнародні та вітчизняні тренди. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, (2 (8)), 20-26. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(8\)](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(8)).
4. Huynh Viet Khai, & Huynh Le Thao Tran, & Nguyen Van Ngan, & Tran Thi Thu Duyen (2024). Choice modeling approach to evaluate the economic value of renewable energy development. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. pp.284–300. <https://doi.org/10.51599/are.2024.10.01.12>.
5. UNCTAD. Information economy report: Unlocking the potential of E-commerce for developing countries (2015). United Nations Conference on Trade and Development . <http://surl.li/smiua>.
6. Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment: February 2022 (2023). World Bank, Washington, DC. <http://surl.li/smivf>.
7. Міжнародна статистика (2023). <http://surl.li/smiwc>.
8. Julius Kabangire & Prof. Jacqueline Korir (2023). Innovation and Creativity in Hospitality Management. *Journal of Hospitality and Tourism*. Vol.3, Issue 3, pp 20 — 42, 2023. <http://surl.li/ubwji>.
9. Ioanna Giannoukou (2024). Revolutionizing Hospitality: Strategic Integration of Innovation Management Embracing Technological Innovation for Enhanced Customer Experiences. *Technium Business and Management (TBM)*. Vol. 7, pp.24-39 (2024). <http://surl.li/ubwrs>.

References

1. Mykhaylov B. & Kuzmin O. (2023). Innovative technologies and trends in the field of hospitality today Innovations, hospitality, tourism: science, education, practice. A collection of abstracts of reports of the 3rd All-Ukrainian scientific and practical conference of young scientists, graduate students and students with international participation. pp. 155-160. <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/41806>.
2. Lysyuk T. V. & Tereshchuk O. S. & Pasichnyk M.P. (2022). Innovative technologies in the hotel and restaurant industry. *Economy and society*. Issue 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.
3. Nestorishen, I., & Prokopets, Ya. (2023). Economics of the hospitality industry in modern conditions: international and domestic trends. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, (2 (8)), pp. 20-26. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(8\)](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(8)).
4. Huynh Viet Khai, & Huynh Le Thao Tran, & Nguyen Van Ngan, & Tran Thi Thu Duyen (2024). Choice modeling approach to evaluate the economic value of renewable energy development. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. pp.284–300. <https://doi.org/10.51599/are.2024.10.01.12>.
5. UNCTAD. Information economy report: Unlocking the potential of E-commerce for developing countries (2015). United Nations Conference on Trade and Development .. <http://surl.li/smiua>.
6. Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment: February 2022 (2023). World Bank, Washington, DC. <http://surl.li/smivf>.
7. International Statistics (2023). <http://surl.li/smiwc>.
8. Julius Kabangire & Prof. Jacqueline Korir (2023). Innovation and Creativity in Hospitality Management. *Journal of Hospitality and Tourism*. Vol.3, Issue 3, pp 20 — 42, 2023. <http://surl.li/ubwji>.
9. Ioanna Giannoukou (2024). Revolutionizing Hospitality: Strategic Integration of Innovation Management Embracing Technological Innovation for Enhanced Customer Experiences. *Technium Business and Management (TBM)*. Vol. 7, pp.24-39 (2024). <http://surl.li/ubwrs>.