С. В. Мельников,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та туризму;
Ю. А. Анкудінова,
здобувачка вищої освіти ступеня бакалавра;
Одеський національний морський університет, м. Одеса

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Цифрова трансформація в готельній індустрії передбачає інтеграцію цифрових технологій у всі аспекти бізнесу, щоб фундаментально змінити спосіб роботи та надання послуг гостям. Це не лише про технологічні інвестиції, а й про переосмислення бізнес-процесів, покращення досвіду гостей та підвищення операційної ефективності. Дослідження показують, що успішна стратегія вимагає систематичного підходу, який враховує технологічні, організаційні та екологічні фактори.

На основі аналізу різних джерел, включаючи загальні рамки цифрової трансформації та специфічні для готельної індустрії, можна виділити наступні кроки.

Оцінка поточного цифрового ландшафту. Цей крок передбачає оцінку існуючих цифрових інструментів, таких як веб-сайти, системи бронювання онлайн, соціальні медіа та внутрішні системи, наприклад, програмне забезпечення для управління готелем. Важливо визначити рівень цифрової зрілості, що включає оцінку поточних технологій, їхньої ефективності та готовності до впровадження нових рішень. Наприклад, дослідження показують, що готелі з вищим рівнем цифрової зрілості швидше адаптуються до нових технологій, особливо під впливом таких факторів, як пандемія COVID-19 [1].

Визначення бачення та цілей. Готелі повинні чітко артикулювати, чого вони хочуть досягти через цифрову трансформацію. Це можуть бути цілі, такі як підвищення рівня задоволеності гостей, збільшення прямих бронювань, зниження операційних витрат або покращення стійкості.

Аналіз прогалин. Аналіз прогалин допомагає виявити різницю між поточним станом та бажаним результатом. Це включає оцінку, де готель відстає від конкурентів або не відповідає очікуванням гостей. Наприклад, якщо готель не має мобільного додатку для бронювання, це може бути ключовою прогалиною, яку потрібно усунути.

Аналіз екологічного контексту. Важливо враховувати ринкові тенденції, очікування гостей, стратегії конкурентів та регуляторні вимоги. Наприклад, в Україні зростає попит на цифрові послуги, але готелі можуть стикатися з обмеженнями через брак цифрових навичок або фінансові обмеження [2].

Пріоритизація ініціатив. На основі аналізу прогалин та екологічного контексту готель має пріоритизувати ініціативи, враховуючи їхній потенційний

вплив, здійсненність та вимоги до ресурсів. Наприклад, впровадження системи бронювання онлайн може мати пріоритет перед VR-турами через вищу віддачу.

Розробка дорожньої карти. Дорожня карта включає детальний план із кроками, термінами та ресурсами для впровадження. Наприклад, план може включати етапи: оцінка постачальників технологій, тестування пілотного проекту, повне впровадження. Необхідно визначити ключові показники ефективності (KPI), такі як рівень задоволеності гостей, час чекання на реєстрацію або операційна ефективність.

Забезпечення підтримки зацікавлених сторін. Важливо довести бачення та стратегію всім зацікавленим сторонам, включаючи власників, менеджерів та персонал. Лідерство має забезпечити підтримку та відданість процесу.

Формування міжфункціональної команди. Команда має включати представників різних відділів, таких як IT, маркетинг, операції та обслуговування гостей. Необхідно забезпечити навчання та ресурси для команди, щоб вони могли ефективно впроваджувати зміни.

Розглянемо ключові технології, які можуть бути частиною стратегії.

1) Системи управління готелем (PMS). Інтегрують різні процеси, такі як бронювання, розрахунки та планування персоналу, що покращує операційну ефективність.

2) Мобільні додатки. Дозволяють гостям бронювати, реєструватися та отримувати персоналізовані послуги, наприклад, як у LuxStay Hotels, де мобільний додаток підвищив задоволеність гостей на 25% [3].

3) Інтернет речей (IoT). Розумні номери з автоматичним регулюванням температури та освітлення, як у City Center Business Hotels, скоротили час реєстрації на 35%.

4) Штучний інтелект (AI). Чат-боти для обслуговування гостей та аналітика даних для персоналізованих пропозицій.

5) Віртуальна реальність (VR). Віртуальні тури, які, за даними, підвищують онлайн-доходи на 135% [4].

6) Автоматизація. Автоматизовані кіоски для реєстрації та розрахунків, що зменшують витрати на персонал.

Таким чином, розробка стратегії цифрової трансформації для готельного бізнесу вимагає комплексного підходу, який враховує технології, організаційні можливості та екологічні фактори. Готелі повинні адаптувати глобальні найкращі практики до свого контексту, враховуючи локалізацію ринку.

Список використаних джерел

1. Nikopoulou, M., Kourouthanassis, P., Chasapi, G., Pateli, A., & Mylonas, N. Determinants of Digital Transformation in the Hospitality Industry: Technological, Organizational, and Environmental Drivers. Sustainability, 2023. Vol. 15, № 3, P. 2736. https://doi.org/10.3390/su15032736

2. Enhancing Resilience by Boosting Digital Business Transformation in Ukraine. URL: https://www.oecd.org/en/publications/enhancing-resilience-by-

boosting-digital-business-transformation-in-ukraine_4b13b0bb-en.html (дата звернення: 04.03.2025).

3. 5 Digital Transformation in Hotels Case Studies [2025]. URL: https://digitaldefynd.com/IQ/digital-transformation-in-hotels-case-studies/ (дата звернення: 04.03.2025).

4. Digital Transformation in Hotel Industry. URL: https://www.gourmetmarketing.net/blog/digital-transformation-in-hotel-industry (дата звернення: 04.03.2025).

С. В. Мельников,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та туризму;
М. Д. Зестря,
здобувачка вищої освіти ступеня бакалавра;
Одеський національний морський університет, м. Одеса

АНАЛІТИЧНІ СЕРВІСИ ПРОГНОЗУВАННЯ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В ЛОГІСТИЦІ

Аналітичні інструменти для прогнозування вантажних перевезень у логістиці відіграють ключову роль у сучасному управлінні ланцюгами постачання. Вони дозволяють компаніям передбачати попит, оптимізувати маршрути, зменшувати витрати та покращувати терміни доставки, використовуючи передові технології, такі як штучний інтелект (ШІ), машинне навчання (ML) та аналіз великих даних.

Прогнозування вантажних перевезень є критичним для логістики, особливо в умовах глобалізації та мінливих ринкових умов. Воно допомагає планувати потребу в обладнані, вимоги до робочої сили, складські потужності та транспортну логістику, що в свою чергу знижує витрати та підвищує рівень обслуговування. Динамічний процес вимагає підтримки технологій, таких як аналітичні платформи, які можуть обробляти великі набори даних і виконувати складні розрахунки.

В транспортній логістиці використовуються чотири основні типи аналітики.

Дескриптивна аналітика – аналізує минулі дані для розуміння того, що сталося (наприклад, обсяги перевезень у минулому).

Діагностична аналітика – допомагає зрозуміти, чому щось сталося, наприклад, затримки через погодні умови.

Прогнозна аналітика – передбачає майбутні тенденції, такі як попит на фрахт або ставки перевезень.