

Ільницька-Гикавчук Г. Я.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму

Єндик П.Ю.
здобувач магістерського рівня
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сучасний розвиток готельного бізнесу неможливо уявити без активного впровадження цифрових технологій. У глобальному масштабі цифровізація стала ключовим фактором, що визначає конкурентоспроможність готелів. Зміна поведінки туристів, зростання ролі онлайн-букінгу, активне використання мобільних додатків і соціальних мереж формують нові вимоги до просування готельних послуг. Для України ця проблема має особливе значення. Туристична індустрія країни переживає складний етап: з одного боку, війна завдала значних збитків інфраструктурі та знизила привабливість окремих регіонів, з іншого – саме період відновлення відкриває нові можливості для переосмислення підходів до просування готельних послуг. У таких умовах цифрові рішення стають не лише додатковим інструментом маркетингу, а й критичним чинником відродження та стабільного розвитку готельного бізнесу

У ХХІ столітті поняття «інновація» доповнилося категорією «цифрова інновація» (digital innovation), яка відображає специфіку технологічних змін, зумовлених можливостями цифрових технологій. Цифрова інновація визначається в сучасній літературі як процес створення або комбінації цифрових технологій та цифрових і фізичних компонентів з метою формування нових або значно покращених товарів, послуг, бізнес-процесів або бізнес-моделей [1,2]. Такий підхід акцентує три характерні риси цифрових інновацій: поєднання цифрових і фізичних елементів; генеративність – здатність цифрових артефактів створювати нові функції та взаємодії; відкритий, ітеративний характер впровадження через екосистеми стейкхолдерів (партнери, платформи, користувачі). Ця дефініція дозволяє розрізняти цифрову інновацію від традиційної технічно-організаційної модернізації і підкреслює її системний характер.

Поняття «цифрові інновації» уточнюється як підмножина інновацій загалом і означає створення та застосування цифрових технологій (апаратних, програмних, платформних рішень і даних) для формування нових ринкових пропозицій, трансформації внутрішніх бізнес-процесів і зміни способів взаємодії з клієнтами. У контексті туризму та готельного господарства цифрові інновації включають не лише окремі технологічні рішення (наприклад, мобільну реєстрацію, безконтактні платежі, системи керування майном - PMS), але й інтегровані цифрові бізнес-моделі (онлайн-платформи бронювання, екосистеми

сервісів, аналітичні платформи для персоналізації), що змінюють ланцюг створення вартості у галузі [2].

У готельному бізнесі цифрові інновації виконують три взаємозалежні функції [1,2]: підвищення операційної ефективності (автоматизація рутини, оптимізація ресурсів), поліпшення клієнтського досвіду (персоналізація, покращення взаємодії), створення нових джерел доходу або бізнес-моделей (динамічне ціноутворення, додаткові цифрові послуги). Саме ця тріада функціональних ефектів визначає пріоритети для впровадження цифрових рішень у готелях і слугує теоретичною основою для оцінки їхнього впливу.

Цифрові інновації в готельному господарстві можна систематизувати через кілька взаємопов'язаних класифікаційних вимірів – за функціональним призначенням, за рівнем технологічної інтеграції та за сферою застосування [3]. Така багатовимірна класифікація дозволяє коректно зіставляти технології з конкретними управлінськими завданнями та бізнес-цілями закладу.

За функціональним призначенням:

- Операційні/внутрішні системи – системи керування майном (Property Management Systems, PMS), системи управління ресурсами (HRM, ERP-модулі для готелю), автоматизація бек-офісу (автоматичне формування чеків, інвентаризація).

- Клієнтсько-орієнтовані рішення – мобільний чек-ін/чек-аут, ключі на смартфоні, цифрові консьерж-сервіси, чат-боти, рішення для зворотного зв'язку й управління репутацією (online reviews management).

- Маркетингово-комерційні інструменти – CRM, системи динамічного ціноутворення (revenue management systems), платформи лояльності, OTA-інтеграції і маркетплейси.

- Аналітичні та прийняття рішень – Big Data аналітика, системи прогнозування попиту, персоналізаційні движки на основі машинного навчання.

- Інфраструктурні/безпекові рішення – IoT для енергоменеджменту і smart-room, системи кібербезпеки, рішення для безконтактних платежів і верифікації.

Функціональне групування відображає, які бізнес-цілі переслідуються (оптимізація витрат, підвищення якості сервісу, зростання доходів тощо) і дозволяє зіставити технологію з метриками ефективності.

За рівнем інтеграції [6]:

- Локальні/ізольовані рішення – автономні додатки або пристрої, що працюють окремо від основної IT-інфраструктури (наприклад, окремий мобільний додаток без інтеграції з PMS).

- Інтегровані модулі – рішення, які інтегруються з PMS/CRM і з каналами бронювання, забезпечуючи двонаправлений обмін даними (наприклад, revenue management, пов'язаний із PMS та OTA).

- Екосистемні платформи – платформи або архітектури, які об'єднують кілька підсистем (PMS, CRM, маркетинг, аналітика, IoT) у єдину цифрову екосистему з API-взаємодією і централізованим управлінням даними.

- Хмарні/платформні рішення як послуга (SaaS/Cloud) – коли функціонал надається через хмарні сервіси, що змінює модель CAPEX/OPEX і швидкість масштабування.

Рівень інтеграції визначає не лише технічну складність впровадження, а й потенціал для отримання синергетичного ефекту: інтегровані та екосистемні підходи дають найширші можливості для персоналізації, прогнозування й автоматизації прийняття рішень.

За сферою застосування:

- Фронт-офіс та взаємодія з гостем (реєстрація, обслуговування, цифрові сервіси номера).
- Бек-офіс та управління персоналом (планування змін, навчання, автоматизація завдань).
- Маркетинг і продажі (ціноутворення, дистрибуція, CRM).
- Операційна інфраструктура та утримання (енергоменеджмент, технічне обслуговування через IoT).
- Аналітика і стратегії розвитку (KPI-дашборди, BI-системи, стратегічне планування).

Цифрові інновації дають низку відносно сталих переваг: підвищення операційної ефективності та зниження витрат; оптимізація доходів через динамічне ціноутворення та кращу дистрибуцію; поліпшення клієнтського досвіду через персоналізацію і доступність сервісів; посилення маркетингових каналів та управління репутацією; а також можливість енергоменеджменту й підвищення безпеки (кібер та фізичної).

Можна виділити проблеми впровадження цифрових інновацій:

- Фінансові обмеження і невідповідність моделі інвестування. Висока початкова вартість, потреба в постійних апдейтах та комплексна інтеграція створюють бар'єр для малих готелів;
- Недостатній рівень цифрової грамотності та опору змінам у персоналу;
- Питання кібербезпеки та захисту персональних даних. Ризики витоків і нормативні вимоги до обробки даних потребують інвестицій у захист та відповідність законодавству.

Список використаних джерел:

1. Amirulloh Anwar F., Deliana D., Suyamto i S. Digital Transformation in the Hospitality Industry: Improving Efficiency and Guest Experience. *IJMSIT*, 2024. Vol. 4. №. 2. doi: 10.35870/ijmsit.v4i2.3201.
2. Gutierrez I., Ferreira J. J., Fernandes P. O. Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review. *Tourism and Hospitality Research*, 2023. Vol. 25. №. 2. doi: 10.1177/14673584231198414.
3. Talwar S., Dhir A., Kaur P., Mäntymäki M. Why do people purchase from online travel agencies (OTAs)? A consumption values perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 2020. Vol. 88. doi: 10.1016/j.ijhm.2020.102534.