Смаглюк А. О.
викладач технологічних дисциплін
Відокремлений структурний підрозділ «Фаховий коледж економіки і технологій НУ «Чернігівська політехніка»
м. Чернігів, Україна

РОЛЬ BIG DATA У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЙ ГОСТИННОСТІ: АНАЛІТИКА ПОВЕДІНКИ ТУРИСТІВ

У сучасному світі сфера туризму та гостинності стрімко трансформується під впливом цифрових технологій. Після пандемії COVID-19 більшість готельних підприємств і туристичних компаній зосередили свої зусилля на використанні великих даних (Big Data) для оптимізації процесів, персоналізації послуг і побудови стратегій, орієнтованих на гостя. Сьогодні саме аналітика даних стає основою прийняття управлінських рішень і ключовим чинником конкурентоспроможності на ринку гостинності [1].

Поняття Big Data охоплює великі обсяги структурованої та неструктурованої інформації, що надходить із різних джерел: систем бронювання, соціальних мереж, мобільних застосунків, платформ відгуків, сенсорів у готелях, GPS-навігації тощо. Ці дані збираються, зберігаються та обробляються за допомогою аналітичних платформ і алгоритмів машинного навчання, які дозволяють виявляти закономірності в поведінці туристів і прогнозувати їхні потреби [2].

Одним із головних напрямів застосування Big Data у готельно-ресторанному бізнесі є персоналізація досвіду гостя. Аналітичні системи здатні визначати індивідуальні вподобання туристів – від типу номера, улюблених страв чи напоїв до бажаного рівня сервісу. Це дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та програми лояльності, що підвищують рівень задоволеності та повторних візитів. Наприклад, мережі Marriott та Hilton активно використовують Big Data для передбачення запитів постійних гостей і автоматичного формування персональних пакетів послуг [3].

Іншим важливим аспектом є прогнозування попиту. Аналітика великих даних дає змогу готелям і туроператорам оцінювати сезонність, поведінкові тенденції, рівень завантаженості номерного фонду, зміну цінових очікувань. На основі цих прогнозів формується динамічне ціноутворення, оптимізується робота персоналу та управління запасами. У результаті підприємство гостинності отримує можливість зменшити операційні витрати й підвищити прибутковість [4].

Використання Big Data також сприяє розвитку маркетингових стратегій. Системи аналізу дозволяють визначати цільові сегменти туристів, оцінювати ефективність рекламних кампаній, досліджувати емоційний фон відгуків гостей у соціальних мережах. На основі цих даних готельєри можуть адаптувати контент, рекламні меседжі та канали комунікації, що підвищує точність маркетингових дій і конверсію бронювань.

Варто відзначити, що аналітика великих даних відкриває перспективи і для державного управління туризмом. Зокрема, аналіз цифрових слідів подорожей (бронювання, маршрути, геолокації) дозволяє органам місцевої влади прогнозувати потоки туристів, планувати навантаження на інфраструктуру, розвивати привабливі напрямки та розробляти стратегії сталого розвитку туризму.

Разом із тим, активне впровадження Big Data супроводжується низкою етичних та правових викликів, зокрема пов'язаних із захистом персональних даних туристів. Тому підприємствам гостинності необхідно забезпечувати прозорість збору та використання інформації, дотримуючись вимог законодавства щодо конфіденційності (наприклад, GDPR у країнах ЄС).

Таким чином, роль Big Data у сучасній індустрії гостинності є визначальною. Завдяки збору та аналізу великих обсягів даних готельні підприємства отримують змогу глибше розуміти свого гостя, підвищувати якість сервісу, оптимізувати ресурси та формувати ефективні стратегії розвитку. У перспективі інтеграція штучного інтелекту з технологіями Big Data дозволить створювати інтелектуальні системи гостинності, що передбачатимуть потреби туристів ще до моменту їхнього висловлення.

Список використаних джерел:

1. Статистичний збірник «Туристична діяльність в Україні у 2024 році». – Київ: Держстат України, 2025. 112 с.

2. Marr, B. *Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results.* – Wiley, 2022. – 256 p.

3. Hilton Annual Sustainability and Innovation Report. 2024. URL: https://esg.hilton.com

4. Gajdošík, T. *Big Data and Tourism Destinations: Smart and Sustainable Management.* – Springer, 2023. – 198 p.

Смірнова Н.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аудиту, обліку та оподаткування

Смірнова І.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аудиту, обліку та оподаткування
Центральноукраїнський національний технічнй університет,
м. Кропивницький, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ЦИФРОВІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сучасний етап розвитку готельно-ресторанної індустрії характеризується інтенсивною цифровою трансформацією всіх бізнес-процесів, включаючи систему бухгалтерського обліку. Цифровізація перестала бути конкурентною