

УДК 004.67:[338.48:640.4]

Кравцова К.В.¹, Капліна Т.В.²

¹ студ. гр. ГРС-21м, ПУЕТ, м. Полтава

² д-р. техн. наук., проф., ПУЕТ, м. Полтава

ВПЛИВ «BIG DATA» НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

В умовах цифрової трансформації і збільшення обсягу інформації компанії мають можливість отримувати детальні дані про своїх клієнтів, їхні уподобання, поведінку та звички. Аналітика великих даних дозволяє бізнесу краще розуміти ринок, передбачати зміни в попиті, оптимізувати операційні процеси і маркетингові кампанії, а також пропонувати персоналізовані послуги. Це підвищує рівень задоволеності клієнтів, конкурентоспроможність підприємства і, як результат, забезпечує його фінансовий успіх. Здатність адаптуватися до таких змін стає одним із ключових чинників для успішного функціонування бізнесу у конкурентному середовищі.

Завдяки «Big Data» можливо здійснювати глибоку сегментацію клієнтів, визначаючи групи гостей за віковими категоріями, рівнем доходу, географічним походженням, а також вподобаннями щодо подорожей і відпочинку. Це дозволяє пропонувати персоналізовані пакети послуг та акцій, які відповідають інтересам і потребам кожної групи. Наприклад, для бізнес-мандрівників можна створювати пакети з акцентом на швидке обслуговування, а для сімей з дітьми – пропонувати знижки на послуги для дітей чи розважальні програми.

Готелі та ресторани все частіше орієнтуються на екологічність, і «Big Data» допоможе у моніторингу та зниженні впливу на довкілля. Аналітика даних дозволяє точно відстежувати споживання енергії, води, продуктів та інших ресурсів, що допомагає зменшити відходи і впровадити стратегії економії. Наприклад, ресторани можуть налаштовувати закупівлі на основі прогнозованого попиту, що знижує витрати та обсяги харчових відходів.

Аналітика великих даних дозволяє не тільки відслідковувати, але й прогнозувати репутаційні ризики. Готелі та ресторани можуть своєчасно реагувати на негативні відгуки, вирішувати проблеми клієнтів і запобігати виникненню нових скарг. Аналізуючи відгуки та оцінки в реальному часі, компанії можуть швидко вживати заходів для покращення сервісу, а також виявляти позитивні моменти, які важливі для гостей.

Крім того, «Big Data» сприяють побудові програми лояльності на основі реальних потреб клієнтів. Наприклад, готелі можуть надавати індивідуальні знижки або пропозиції тим гостям, які зупиняються часто, або враховувати особливі потреби постійних клієнтів, створюючи у них відчуття турботи.

Використання аналітики великих даних допомагає оптимізувати графіки роботи персоналу, знижувати рівень вигорання співробітників та покращувати якість обслуговування. Аналізуючи пікові години завантаження, керівництво може налаштовувати зміни таким чином, щоб забезпечити оптимальну кількість персоналу у важливі періоди, що також позитивно впливає на задоволення гостей.

Разом з тим аналітика великих даних дозволяє готелям та ресторанам краще розуміти, які продукти чи послуги користуються найбільшим попитом, і в яких областях можна розвиватися. Наприклад, якщо аналіз показує, що гості готелю надають перевагу здоровому харчуванню, ресторан при готелі може ввести більше опцій зі здоровим харчуванням у меню. Подібний підхід допомагає не тільки вдовольняти існуючий попит, але й випереджати конкурентів, вводячи інноваційні продукти або послуги.

Роль аналітики є визначальною в сучасному бізнесі, оскільки вона підвищує ефективність процесів, знижує ризики та сприяє досягненню

стратегічних цілей компанії. Аналітика відіграє надзвичайно важливу роль у розвитку готельно-ресторанного бізнесу, оскільки дозволяє компаніям ефективніше використовувати дані для покращення якості обслуговування, оптимізації внутрішніх процесів та забезпечення інноваційного підходу до ведення бізнесу. Основні аспекти її впливу включають [1] (рис.1):

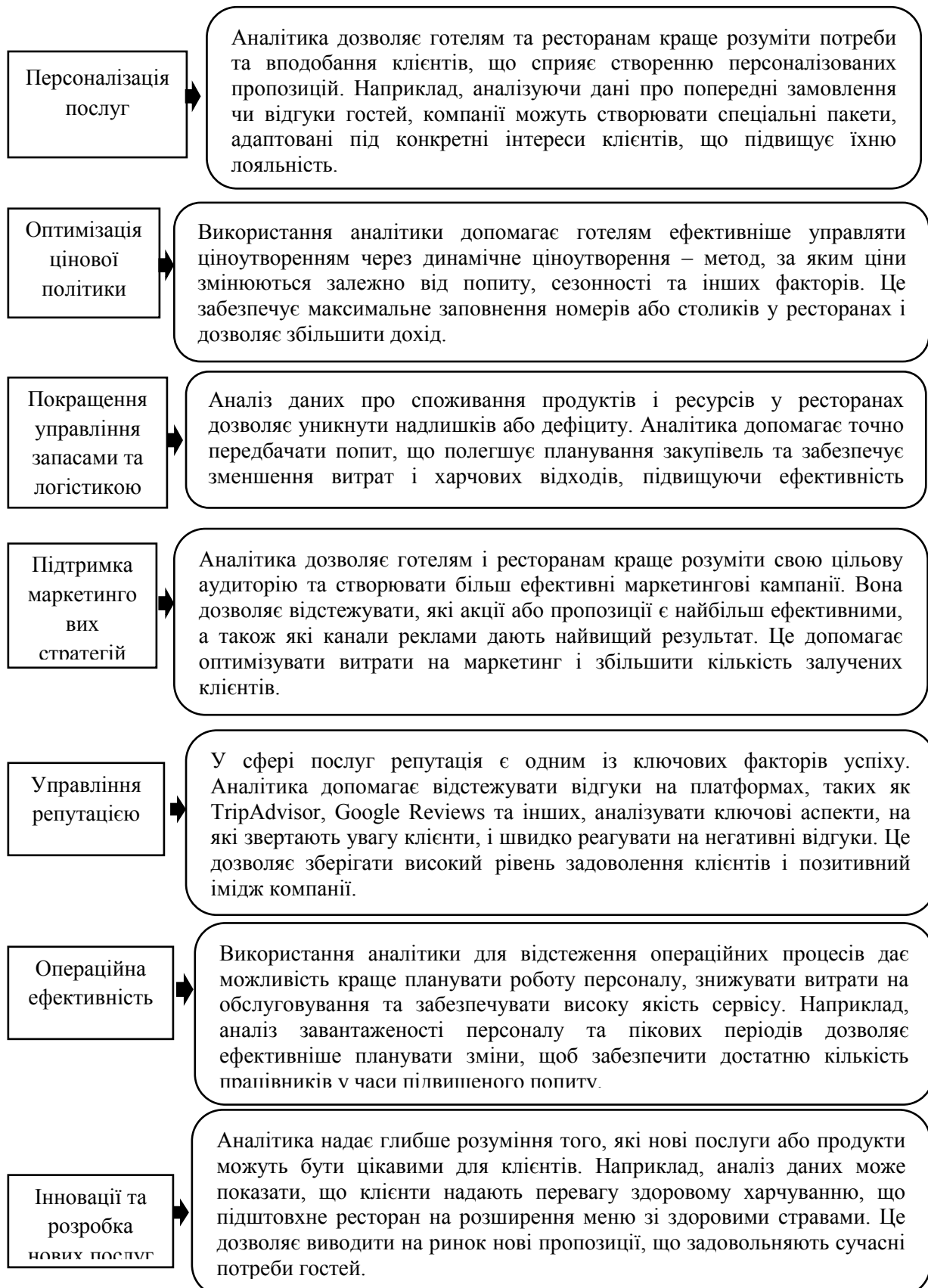


Рисунок 1 – Вплив аналітики на розвиток готелів і ресторанів

Висновок. Отже, «Big Data» та аналітика надають готельно-ресторанному бізнесу можливість переходу до більш інноваційної, гнучкої та орієнтованої на клієнта моделі роботи. Використання даних дозволяє краще розуміти потреби гостей, оптимізувати внутрішні процеси та впроваджувати нові рішення, що сприяє підвищенню якості обслуговування і конкурентоспроможності. У майбутньому, із розвитком технологій, вплив «Big Data» на готельно-ресторанний бізнес буде ще більшим, і ті компанії, які зможуть впровадити аналітичні інструменти у свою діяльність, отримають значну перевагу на ринку.

Список використаних джерел

1. Zara Zarezade, Raymond Rastegar, Zheng Xiang. Big data analytics and the hotel guest experience: A critical literature review. April 2022 *International Journal of Modern Hotel Management* 34(4). DOI: 10.1108/IJCHM-10-2021-1293.