

УДК 338.48

Григор'єва П.С.¹, Корнієнко О.М.²

¹ студент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ІННОВАЦІЙНІ ЦИФРОВІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності цифрові технології стають одним із найважливіших інструментів підвищення ефективності управління та просування готельних послуг [1]. Готельний бізнес є надзвичайно конкурентним середовищем, де успіх підприємства залежить не лише від якості послуг, а й від уміння правильно позиціонувати себе на ринку, привертати увагу споживачів та формувати позитивний імідж. У зв'язку з цим застосування інноваційних цифрових методів просування стає необхідною умовою досягнення конкурентних переваг.

Інноваційні технології у сфері маркетингу дозволяють готелям ефективно комунікувати з цільовою аудиторією, аналізувати поведінку споживачів та швидко адаптувати свої пропозиції під їхні потреби. Особливої актуальності цифрове просування набуло в період після пандемії COVID-19 та в умовах воєнного стану в Україні, коли більшість споживачів перемістили свою активність у цифровий простір. Таким чином, ефективність використання інноваційних інструментів онлайн-комунікації стає визначальним чинником життєздатності готельних підприємств [2].

Серед основних сучасних методів просування готельних послуг варто виокремити активне використання соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, Tik-Tok, YouTube, де створюється контент, спрямований на формування емоційного зв'язку з потенційними гостями. Соціальні платформи дозволяють здійснювати точне таргетування, забезпечують інтерактивність та зворотний зв'язок, а також створюють можливість для побудови спільнот навколо бренду. Крім цього, вагомого значення набуває контент-маркетинг – створення унікального інформаційного продукту, який формує довіру до готелю та спонукає до бронювання. Одним із ключових інструментів також виступає оптимізація веб-сайту готелю за допомогою SEO-технологій, що підвищує його видимість у пошукових системах і дозволяє залучати органічний

трафік.

Варто зазначити, що значний вплив на конкурентоспроможність мають і інструменти автоматизації маркетингу, зокрема системи CRM, які дозволяють сегментувати базу клієнтів, персоналізувати комунікацію та прогнозувати їхні потреби. Використання штучного інтелекту у чат-ботах та системах онлайн-консультацій забезпечує оперативність взаємодії з гостями, а також підвищує рівень задоволеності сервісом. Таким чином, цифрові технології сприяють не лише просуванню, а й формуванню стійких відносин між готелем і клієнтом, що є основою лояльності споживачів [3].

Інноваційні цифрові методи також відкривають нові можливості для візуального представлення послуг. Віртуальні тури, 3D-візуалізація номерів і території готелю дозволяють потенційним клієнтам ознайомитися з умовами проживання до моменту прибуття. Такі технології сприяють зростанню довіри, а отже, підвищенню конверсії онлайн-бронювань. До того ж, впровадження технологій доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) у маркетингових кампаніях стає ефективним засобом залучення молодшої цифрової аудиторії, що активно реагує на інтерактивний формат реклами.

Особливу увагу варто приділити аналізу ефективності використання цифрових каналів просування. Використання аналітичних інструментів, таких як Google Analytics чи Meta Business Suite, дає змогу вимірювати результати рекламних кампаній у реальному часі та вносити оперативні зміни у стратегію. Це дозволяє оптимізувати витрати, підвищити рентабельність інвестицій і сформувати систему прийняття рішень на основі наявних даних. Отже, цифровий маркетинг у готельному бізнесі поступово трансформується із допоміжного інструменту в основний фактор стратегічного розвитку підприємства [3].

Разом із тим, слід враховувати і певні труднощі, які супроводжують упровадження цифрових технологій. Це – нестача кваліфікованих кадрів, недостатній рівень цифрової грамотності персоналу, обмежені фінансові ресурси для впровадження інновацій, а також ризики, пов'язані із захистом

персональних даних. Водночас, готелі, які інвестують у розвиток цифрової культури та системно впроваджують нові технології, отримують довгострокову перевагу на ринку. Таким чином, цифровізація просування готельних послуг не лише підвищує їхню видимість, а й формує нову якість взаємодії між підприємством і клієнтом.

Отже, інноваційні цифрові методи просування є одним із найважливіших чинників підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств. Вони забезпечують розширення цільової аудиторії, зростання обсягів бронювань, формування позитивного іміджу бренду та підвищення лояльності клієнтів. Перспективи подальшого розвитку полягають у комплексній інтеграції цифрових технологій у всі бізнес-процеси готелів – від маркетингу до управління обслуговуванням гостей. Таким чином, цифрова трансформація стає не тимчасовим трендом, а невід’ємною умовою сталого розвитку готельного господарства України [4].

Список використаних джерел:

1. Дубініна А. А., Мамотенко Д. Ю., Корнієнко О. М. Інноваційні технології в туризмі та готельно-ресторанному господарстві. *Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства*: монографія. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 27–49.
2. Anwar F., Deliana D., Suyamto. Digital Transformation in the Hospitality Industry: Improving Efficiency and Guest Experience. *Journal of Management and Digital Transformation*. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/385653120_Digital_Transformation_in_the_Hospitality_Industry_Improving_Efficiency_and_Guest_Experience (дата звернення: 07.10.2025).
3. Wynn M., Lam C. Digitalisation and IT Strategy in the Hospitality Industry. *Systems*. 2023. Vol. 11, No. 10. URL: <https://doi.org/10.3390/systems11100501> (дата звернення: 07.10.2025).
4. Remountakis M., Kotis K., Kourtzis B., Tsekouras G. ChatGPT and

Persuasive Technologies for the Management and Delivery of Personalized Recommendations in Hotel Hospitality. *ArXiv preprint*. 2023. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2307.14298> (дата звернення: 07.10.2025).