

УДК 005.2:004:338.48

Міщенко К.М.¹, Земліна Ю.В.²

¹ студентка, Київський Національний університету культури і мистецтв, м. Київ

² канд. пед. наук, доцент, Київський Національний університет культури і мистецтв, м. Київ

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОДАЖУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Цифрова трансформація є ключовим чинником підвищення ефективності управління та конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу (ГРБ). В умовах зростаючої ролі інформаційних технологій саме цифровізація забезпечує швидку адаптацію до змін ринку, оптимізацію бізнес-процесів та формування нової якості взаємодії з клієнтами [1]. Для України цей процес набуває особливого значення через виклики, пов'язані з пандемією COVID-19 та наслідками військових дій, що стимулюють впровадження інновацій у сферу послуг [2].

Метою роботи є аналіз особливостей менеджменту продажу готельних

послуг у контексті цифрової трансформації та визначення основних напрямів підвищення ефективності управлінських процесів.

У сучасному ГРБ цифровізація розглядається не лише як технологічне оновлення, а як стратегічна складова менеджменту продажу. Вона спрямована на автоматизацію процесів, підвищення якості обслуговування та персоналізацію сервісу.

Одним із ключових інструментів є CRM-системи (Customer Relationship Management), що дозволяють накопичувати дані про клієнтів, відстежувати історію бронювання і замовлень, а також формувати персоналізовані пропозиції. Це сприяє підвищенню лояльності та зростанню повторних продажів.

Не менш важливу роль відіграють PMS-системи (Property Management Systems), які забезпечують управління номерним фондом, бронюванням і внутрішніми операціями готелю. Інтеграція CRM та PMS сприяє створенню єдиної інформаційної екосистеми, що підвищує прозорість управлінських процесів і дозволяє оптимізувати витрати.

Значний вплив на систему продажів має впровадження онлайн-платформ бронювання, мобільних додатків і безконтактних сервісів (електронні ключі, QR-меню, безконтактна оплата). Такі інновації не лише підвищують комфорт клієнтів, а й скорочують операційні витрати підприємства. За результатами досліджень, підприємства, які впроваджують цифрові рішення, демонструють зростання доходів від онлайн-продажів на 15–25 % [1].

Сучасний менеджмент продажу все частіше використовує Big Data та штучний інтелект (ШІ) для аналізу поведінки споживачів і прогнозування попиту. На основі аналітичних даних формуються індивідуальні маркетингові кампанії, оптимізується ціноутворення (Revenue Management Systems), що підвищує прибутковість і конкурентоспроможність [3, 4].

Особливе значення має розвиток цифрового маркетингу, який забезпечує взаємодію з клієнтами через онлайн-канали, соціальні мережі та контент-платформи. Це не лише підсилює присутність бренду на ринку, але й створює

додаткові канали для продажів, сприяючи формуванню стабільної клієнтської бази. Разом із тим, цифровізація вимагає вирішення низки проблем: високої вартості інтеграції інновацій, нестачі кваліфікованих кадрів та загроз кібербезпеки. Для сталого розвитку необхідна підтримка державних ініціатив у сфері цифрової освіти, стандартизації та кіберзахисту [2, 5].

Менеджмент продажу готельних послуг у контексті цифрової трансформації є стратегічним напрямом підвищення ефективності діяльності підприємств ГРБ. Використання сучасних цифрових технологій забезпечує персоналізацію сервісу, оптимізацію бізнес-процесів і підвищення лояльності клієнтів. Успішна цифровізація галузі передбачає комплексний підхід — поєднання технічних, організаційних і кадрових рішень, що сприятиме конкурентоспроможності українських готельних підприємств у європейському просторі.

Список використаних джерел:

1. Захарова Т. В. Вплив цифрових технологій на розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. С. 1–16.
2. Сусіденко В.І., Гуштан Т. В., Каганець-Гаврилко Л.П., Вакула І. Сучасні інформаційні системи в готельно-ресторанному бізнесі. *Академічна візія*. Секція: економіка. 2025. Вип. 41. С. 1–9.
3. Нодь О.Л., Стегней М.І., Берхауер О.О. Розвиток готельно-ресторанного обслуговування в контексті розвитку цифрової економіки та євроінтеграції. *Економічний простір*. Збірник наукових праць. 2025. №200. С. 221–226.
4. Головань Д.М. Цифрова трансформація готельно-ресторанного бізнесу. *Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених*. 2024. С. 126–128.
5. Барна М., Мельник І. Стратегія цифровізації готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. Електронний журнал. 2025. №71. С. 372–

377.