Наукові перспективи
Видавнича група

ISSN 2786-5274 (Print)
DOI:10.52058/2786-5274-2025-2(42)

Ми б'ємось за те, чому
нема ціни в усьому світі —
за Батьківщину.
О. Довженко



Наукові інновації та передові технології

СЕРІЯ "УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ"
СЕРІЯ "ПРАВО"
СЕРІЯ "ЕКОНОМІКА"
СЕРІЯ "ПСИХОЛОГІЯ"
СЕРІЯ "ПЕДАГОГІКА"

№ 2(42) 2025

Всеукраїнська Асамблея докторів наук із державного управління

у рамках роботи Видавничої групи «Наукові перспективи»

«Наукові інновації та передові технології»

(Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»)

Випуск № 2(42) 2025

Київ – 2025

Ukrainian Assembly of Doctors of Sciences in Public Administration

within the work of the Publishing Group «Scientific Perspectives»

«Scientific innovations and advanced technologies»

(Series « Management and administration», Series «Law», Series «Economics», Series «Psychology», Series «Pedagogy»)

Issue № 2(42) 2025

Kyiv – 2025

Юринець Ю.Л. 727
ПЕРСПЕКТИВИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОБІГУ ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ

СЕРІЯ «Економіка»

Jingwen He, **Kukharuk A.D.** 746
STUDY ON THE ESSENCE OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF INNOVATION-ORIENTED ENTERPRISE TAKING HUAWEI AS AN EXAMPLE

Stanislavyk O.V., Kovalenko O.M. 757
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN CRISIS CONDITIONS: ADAPTING HR STRATEGIES TO MODERN CHALLENGES

Барвінок Н.В., Барвінок М.В. 775
НАПРЯМКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Безлатня Л.О., Грицик О.М., Брикін Є.В. 785
ЕКОНОМІКА ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В КОНТЕКСТІ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗЕМЕЛЬ: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ

Благун І.І., Гриневич Л.В., Судук Н.В., Бобровник В.М. 801
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ У ЗАЛУЧЕННІ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Галан Л.В., Борисевич Є.Г. 810
ВИКОРИСТУВАННЯ МЕТОДІВ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Гужва В.М. 822
ТЕХНОЛОГІЯ DATA FABRIC ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АКАДЕМІЧНИХ УСТАНОВ

Ємельянов О.Ю., Машковський М.А., Булат С.Р. 840
ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЇХНЬОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Жарун О.В., Чернега І.І., Соколюк С.Ю., Бленда Н.О., Панахно Р.В., Майданюк Р.П. 851
ТОРГОВЕЛЬНИЙ БІЗНЕС ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ДІЄВОГО ФАКТОРУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Журба О.М. 864
РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ОНЛАЙН: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

УДК 338.48:004

https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-2(42)-775-784

Барвінок Наталія Володимирівна доктор філософії, старший викладач кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи. Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань, https://orcid.org/0000-0002-6661-4780

Барвінок Максим Володимирович заступник директора з навчально-виховної роботи. Уманський ліцей №1 Уманської міської ради Черкаської області, м. Умань, https://orcid.org/0000-0003-1761-3199

НАПРЯМКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Анотація. У статті досліджено напрями впровадження цифрових технологій у діяльність підприємств індустрії гостинності. Зауважено, що цифровізація стає важливим фактором підвищення конкурентоспроможності на ринку індустрії гостинності та якості обслуговування споживачів. Здійснено аналіз сучасних викликів та можливостей цифровізації, зокрема зростання кількості користувачів інтернету (5,52 мільярда осіб) та соціальних мереж (5,22 мільярда осіб), що створює нові можливості для покращення роботи підприємств через впровадження цифрових технологій. Досліджено, що основними напрямками впровадження цифрових технологій є використання офісного програмного забезпечення (MS Word, MS Excel, MS Access), геоінформаційних систем (Google Maps, ArcGIS), мультимедійних технологій та рішень віртуальної й доповненої реальності (VR, AR), хмарних сервісів, систем управління підприємствами (J-Solution, Opera PMS) та систем електронного бронювання (Booking.com, Airbnb).

Зауважено, що цифровізація підприємств індустрії гостинності сьогодні сприяє автоматизації рутинних завдань, зменшенню витрат, підвищенню точності та швидкості аналізу даних та створенню персоналізованих унікальних послуг. Крім того, важливе значення має цифровий маркетинг, зокрема використання таргетованої реклами, CRM-систем, чат-ботів і мобільних додатків задля полегшення взаємодії підприємств зі споживачами в реальному часі.

Результати дослідження свідчать про активне впровадження цифрових технологій на підприємствах індустрії гостинності та отримання значних переваг, включаючи формування лояльної клієнтської бази, розширення ринків та підвищення ефективності управління. Проте перед підприємствами індустрії гостинності постійно з’являються виклики, пов’язані з адаптацією до

швидких технологічних змін та необхідністю навчання персоналу. В статті підкреслено, що стратегічне планування впровадження цифрових технологій а підприємствах індустрії гостинності є важливим кроком для досягнення зростання та успіху підприємств у нестабільному конкурентному середовищі.

Ключові слова: цифрові технології, інформаційні системи, індустрія гостинності, готелі, ресторани, туристичні підприємства.

Barvinok Nataliia Volodymyrivna Doctor of Philosophy, Ph.D, Senior Lecturer of The Department of Technology and Organization of Tourism and Hotel and Restaurant Business. Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University. Uman. https://orcid.org/0000-0002-6661-4780.

Barvinok Maksym Volodymyrovych Deputy Director for Educational Work. Uman Lyceum No. 1 of the Uman City Council Cherkasy Region, Uman. https://orcid.org/0000-0003-1761-3199

DIRECTIONS FOR THE IMPLEMENTATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN HOSPITALITY ENTERPRISES

Abstract. The article examines the directions of introducing digital technologies into the activities of hospitality industry enterprises. It is noted that digitalization is becoming an important factor in increasing competitiveness in the hospitality industry market and the quality of consumer service. An analysis of modern challenges and opportunities for digitalization is carried out, in particular, the growth in the number of Internet users (5.52 billion people) and social networks (5.22 billion people), which creates new opportunities for improving the work of enterprises through the introduction of digital technologies. It is studied that the main directions of introducing digital technologies are the use of office software (MS Word, MS Excel, MS Access), geographic information systems (Google Maps, ArcGIS), multimedia technologies and virtual and augmented reality solutions (VR, AR), cloud services, enterprise management systems (J-Solution, Opera PMS) and electronic booking systems (Booking.com, Airbnb). It is noted that digitalization of hospitality industry enterprises today contributes to the automation of routine tasks, cost reduction, increased accuracy and speed of data analysis and the creation of personalized unique services. In addition, digital marketing is important, in particular the use of targeted advertising, CRM systems, chatbots and mobile applications to facilitate the interaction of enterprises with consumers in real time.

The results of the study indicate the active implementation of digital technologies in the hospitality industry enterprises and the receipt of significant benefits, including the formation of a loyal customer base, expansion of markets and increased management efficiency. However, hospitality industry enterprises constantly face challenges related to adaptation to rapid technological changes and

the need for staff training. The article emphasizes that strategic planning for the implementation of digital technologies in hospitality industry enterprises is an important step for achieving growth and success of enterprises in an unstable competitive environment.

Keywords: digital technologies, information systems, hospitality industry, hotels, restaurants, tourism enterprises.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку підприємства індустрії гостинності стають все більше залежними від цифрових технологій. Впровадження інновацій щодо цифровізації дозволяє підприємствам підвищувати рівень обслуговування споживачів, оптимізувати бізнес-процеси, покращувати ефективність управління та забезпечувати безпеку. Активне використання цифрових технологій значно допомагає підприємствам індустрії гостинності залучати нових споживачів, підвищувати їх задоволеність, цим самим підтримувати конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Значна частина підприємств індустрії гостинності у світі, в тому числі й в Україні, вже давно розпочали процес цифровізації в різних аспектах своєї діяльності. Проте, незважаючи на те, що цифрові технології заміняють велику частину операційних процесів, багато підприємств ще не усвідомлюють повною мірою, на скільки в умовах сьогодення це може полегшити створення послуг, формування їхньої вартості та пришвидшення всіх процесів. Тому значна частина підприємств, особливо невеликих, часто обмежуються впровадженням лише окремих сервісних програм або автоматизацією певних процесів.

Проте сучасні реалії вказують на те, що цифровізація поступово охоплює все більше аспектів діяльності в індустрії гостинності. Наприклад, сьогодні цифрові технології здатні значно підвищувати ефективність роботи підприємств індустрії гостинності, допомагаючи створювати унікальні продукти та послуги, більш ефективно комунікувати зі споживачами, аналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище та відповідати вимогам часу. Підприємства, які вчасно не адаптовуються до цих змін, стикаються з ризиком втрати конкурентоспроможності та змушені боротися за виживання, шукаючи нові способи розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливі аспекти цифрових технологій технологій в індустрії гостинності висвітлено в працях таких дослідників як Л. Нещадим, С. Тимчук [1], В. Гросул, Н. Балацька [2], Р. Кожухівська, В. Непочатенко [3], В. Бойко, Д. Лізон [4], Б. Шевчук, І Нестерчук [5], М. Барвінок [6], M. Wynn, C. Lam [7] та інші. Дослідження з питань цифрових технологій в індустрії гостинності підкреслюють важливість впровадження їх впровадження для покращення якості обслуговування споживачів та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Разом з цим, швидкий розвиток цифрових технологій створює постійну потребу в

пошуку ефективних шляхів їх впровадження та використання саме актуальних інструментів з метою реалізації цифровізації в індустрії гостинності. Це питання на сьогоднішній день є актуальним і вимагає постійного вивчення та аналізу з метою адаптації до нових умов та можливостей.

Мета статті – дослідження напрямів впровадження та застосування цифрових технологій у діяльність підприємств індустрії гостинності з метою підвищення ефективності їх роботи, конкурентоспроможності та якості обслуговування споживачів у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Станом на 2023 рік, близько 5,44 мільярда осіб у світі вже мали доступ до інтернету, що становило близько двох третин населення планети. Це говорить про те, що більша частка населення світу отримує інформацію з інтернету [8]. В той же час понад 4,76 мільярда осіб користувались соціальними мережами на регулярній основі [9]. Станом на жовтень 2024 року кількість користувачів інтернету у світі зросла до 5,52 мільярда осіб, а кількість користувачів соціальних мереж до 5,22 мільярда осіб [10], що свідчить про поступове зростання користувачів інтернетом та більш швидше користувачів соціальними мережами.

Відповідно до досліджень GWI, головними цілями використання інтернету на сьогоднішній день є:

– пошук інформації – 57,8%;
– зв'язок з друзями та сім'єю – 53,7%;
– вивчення новин та поточних подій – 50,9%;
– перегляд відео – 49,7%.

Серед онлайн-сервісів найчастіше використовуються:

– чати та месенджери – 94,8%;
– соціальні мережі – 94,6%;
– пошукові системи та вебсайти – 81,8%;
– покупки, аукціони або оголошення – 76% [10].

З огляду на це підвищення використання інтернету та соціальних мереж створює значні можливості для індустрії гостинності, адже дозволяє не просто покращити взаємодію зі споживачами, але й оптимізувати бізнес-процеси, підвищити рівень обслуговування та залучити нових споживачів. Тобто, 5,52 мільярда користувачів інтернету та 5,22 мільярда користувачів соцмереж дозволяють підприємствам індустрії гостинності охопити глобальну аудиторію через цифрові канали. А можливість таргетованої реклами через соцмережі (Facebook, Instagram, TikTok тощо) дозволяє ефективно досягати потрібних сегментів аудиторії.

Враховуючи те, що 53,7% людей використовують інтернет для зв’язку з друзями та сім’єю, свідчить про те, що використання чат-ботів, месенджерів та прямого контакту через соцмережі можуть стати основним каналом для запитів клієнтів, бронювань та комунікації. Крім того, підприємства індустрії

гостинності можуть створювати персоналізовані пропозиції на основі аналізу поведінки користувачів у соцмережах та їх онлайн-відгуків.

Так як 49,7% людей переглядають відео онлайн, пепред підприємствами індустрії гостинності відкривається можливість створення візуальних матеріалів: відеоекскурсії по готелях, демонстрація унікальних послуг чи культурних атракцій. В цей же час публікація відео в YouTube, TikTok та Instagram можуть використовуватись для розкрутки брендів та популяризації підприємств та об'єктів.

Ще одним важливим аспектом є те, що 57,8% користувачів шукають інформацію в інтернеті, тому SEO-оптимізація сайтів, відгуки на туристичних платформах та активність у Google My Business для підприємств індустрії сьогодні є надважливими. При цьому інформація на сайті чи в соцмережах мережах має бути актуальною, доступною та детальною, що допоможе споживачам швидше знаходити необхідне, цим самим підвищуючи рівень бронювань.

Враховуючи те, що 94,8% користувачів активно використовують чати та месенджери, підприємства індустрії гостинності мають впроваджувати чат-боти для обслуговування споживачів, надання відповідей на часті запитання або для допомоги у процесі бронювання. А відвідування 94,6% користувачів соціальних мереж підкреслює важливість позитивних відгуків, публікацій гостей та фотографій з місць відпочинку. Адже, потенційні споживачі орієнтуються на рекомендації друзів чи лідерів думок (інфлюенсерів), що робить соціальні мережі потужним інструментом для залучення нових споживачів.

На сьогоднішній день 76% користувачів беруть участь в онлайн-шопінгу, що свідчить про важливість використання для продажів в індустрії гостинності саме через інтернет. А інтеграція платіжних систем, таких як PayPal чи Apple Pay, на сьогоднішній день значно допомагає спростити процес бронювання для споживачів.

Отже, завдяки тому, що значна частина потенційних споживачів регулярно взаємодіє в інтернеті, підприємства індустрії гостинності можуть отримувати детальні аналітичні дані про їх поведінку, вподобання та потреби. Тому, зростання кількості користувачів інтернету та соціальних мереж створює зручну базу для індустрії гостинності для модернізації сервісів та перетворення їх на більш доступні, персоналізовані та клієнтоорієнтовані.

З огляду на зростання кількості користувачів інтернету та соціальних мереж, необхідним у сфері гостинності стає і впровадження сучасних систем управління підприємствами, адже такі системи є важливими для автоматизації процесів, оптимізації роботи на підприємствах та забезпечення високого рівня обслуговування споживачів. Такі системи управління дозволяють централізувати дані про споживачів, бронювання, управління персоналом, фінанси, та інші процеси. Завдяки автоматизації завдань, таких як, наприклад,

обробка бронювань або звітність, працівники можуть приділити більше часу та уваги споживачам, що впливає на підвищення якості обслуговування.

Крім того, можливості систем управління підприємствами індустрії гостинності на сьогоднішній дозволяють відстежувати тенденції ринку, аналізувати вподобання споживачів, сегментувати ринок та створювати персоналізовані пропозиції. На сьогодні це є одним з пріоритетних завдань для залучення нових споживачів і підвищення лояльності існуючих. А враховуючи те, що сучасні системи управління підприємствами індустрії гостинності мають можливості інтегруватися з популярними платформами (соціальні мережі, месенджери та онлайн-агрегатори), які є основними каналами для пошуку інформації та взаємодії клієнтів, забезпечує комплексний підхід до оптимізації бізнес-процесів, що дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними та відповідати високим очікуванням сучасних споживачів [1].

Отже, враховуючи вище наведене, сучасна індустрія гостинності переживає цифрову трансформацію, яка є важливим фактором для підвищення ефективності діяльності підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності та покращення якості обслуговування споживачів. Інтеграція цифрових технологій в індустрії гостинності дозволяє підприємствам швидше адаптуватися до змін на ринку, задовольняючи потреби сучасних споживачів через впровадження інноваційних підходів до управління та організації роботи. В індустрії гостинності на сьогоднішній день особливо актуальним є використання таких цифрових технологій, які дозволяють оптимізувати бізнес-процеси та покращити комунікацію зі споживачами. Тому, на нашу думку, на сьогоднішній день слід виділити основні напрямками впровадження цифрових технологій на підприємствах індустрії гостинності та виділити їх роль у підвищенні конкурентоспроможності (табл. 1).

Таблиця 1

Напрями впровадження цифрових технологій на підприємствах індустрії гостинності

Напрями впровадження	Програмне забезпечення	Значення для підприємств індустрії гостинності	Вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємства
1	2	3	4
Використання офісних програм	MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, MS Publisher, MS Access	автоматизація документообігу; створення звітів; творення презентацій та друкованих матеріалів; зберігання баз даних.	ефективна організація роботи; скорочення часу на виконання рутинних завдань; підвищення професійного іміджу підприємства.

Продовження табл. 1

1	2	3	4
Впровадження ГІС	Google Maps, Mapbox, ArcGIS	планування туристичних маршрутів; позначення на катах важливих об'єктів індстрії гостинноті; аналіз туристичних потоків; управління ресурсами.	оптимізація маршрутів; підвищення точності прогнозів та аналізу даних; підвищення задоволеності клієнтів.
Впровадження мультимедійних технологій, VR та AR	Oculus VR, ARKit (Apple), Google ARCore, Unity, VeeR VR	створення унікальних вражень; створення віртуальних екскурсій та інтерактивних турів.	забезпечення унікального досвіду для споживачів; приваблення нових споживачів; формування іміджу сучасного підприємства.
Впровадження хмарних технологій	Google Workspace, Microsoft 365, Dropbox, Salesforce, Opera Cloud	полегшення управління бронюваннями, фінансами, обліком; оптимізація бізнес-процесів; забезпечення доступу до даних в будь-якому місці та в будь-який момент.	Підвищення оперативності та доступності даних, гнучкість у роботі, зниження витрат на інфраструктуру.
Впровадження спеціалізованих програмних засобів	J-Solution, Opera PMS, Fidelio, OpenTable	полегшення управління готелями, ресторанами, туроператорами; автоматизація бізнес-процесів; полегшення контролю якості обслуговування.	оптимізація діяльності підприємства; зменшення помилок, пов'язаних з людським фактором; підвищення рівня обслуговування та продуктивності діяльності.
Впровадження систем електронного бронювання	Booking.com, Airbnb, Expedia, Amadeus	автоматизація процесів бронювання; ефективне управління бронюваннями; зручність бронювання для споживачів.	розширення ринків; розширення клієнтської бази; мінімізація пропущення можливостей продажів.
Впровадження використання мобільних додатків	TripAdvisor, Booking.com, Uber, Google Maps	полегшення навігації; полегшення бронювання та замовлень; постійна підтримка споживачів у реальному часі.	забезпечення зручності для споживачів; підвищення довіри до бренду; збільшення кількості користувачів.
Впровадження блокчейн-технологій	Ethereum, Hyperledger, TravelChain	прозорість транзакцій; безпечні платежі криптовалютою; смарт-контракти; уникнення посередників під час платежів.	підвищення довіри споживачів; підвищення безпеки даних і транзакцій; поява нових фінансових можливостей.
Розвиток цифрового маркетингу	HubSpot, Hootsuite, Google Analytics, Facebook Ads, Instagram Ads	полегшення аналізу ринку; персоналізація реклами; управління взаємодією зі споживачами; покращення маркетингових кампаній.	залучення нових споживачів; підвищення лояльності споживачів; покращення ефективності рекламних витрат.

Джерело: розроблено автором на основі [1, 6, 11].

Зважаючи на те, що цифровізація сьогодні стає невід'ємною частиною індустрії гостинності, перетворюючи її підходи до управління та взаємодію зі споживачами, використання цифрових технологій дозволяє підприємствам швидше та ефективніше адаптуватися до змін на ринку. Це в свою чергу значно впливає на підвищення якості обслуговування та створення персоналізованих послуг. Впровадження цифрових технологій на всіх напрямках діяльності підприємств індустрії гостинності може позитивно впливати на зростання конкурентоспроможності та задоволеності споживачів.

У сучасних умовах глобалізаційних процесів та підвищеної конкуренції підприємств індустрії гостинності на ринку, впровадження цифрових технологій може допомогти отримати стратегічну перевагу, адже здатні охоплювати набагато ширшу аудиторію, допомагати створювати нові унікальні послуги та швидше реагувати на потреби та вимоги споживачів [12]. Завдяки автоматизації процесів, використанню швидкої аналітики даних і сучасних маркетингових інструментів підприємства індустрії гостинності можуть отримати можливості не лише підвищувати ефективність роботи, але й сформувати довгострокові відносини зі споживачами. Тобто отримати лояльних споживачів, які готові повертатись до підприємства неодноразово. Тому сьогодні підприємства, які готові інвестувати у впровадження цифрових технологій у свою діяльність, забезпечують собі стійке зростання в майбутньому та розвиток у нестабільному середовищі.

Висновки. Отже, цифровізація в індустрії гостинності є важливим фактором її розвитку, оскільки дозволяє підприємствам підвищувати ефективність роботи, полегшувати бізнес-процеси та створювати унікальні пропозиції та постійно комунікувати зі споживачами. Впровадження таких технологій, як системи управління підприємствами, мобільні додатки, хмарні сервіси та блокчейн, сприяє автоматизації значної кількості завдань, зменшенню помилок пов'язаних з людським фактором та підвищенню якості обслуговування. Сьогодні це є одним з пріоритетних завдань в умовах високої конкуренції на ринку індустрії гостинності, коли для споживачів визначальними стають швидкість, доступність і зручність отримання послуг.

Впровадження цифрових технологій також дозволяє підприємствам індустрії гостинності значно ефективніше працювати з клієнтською базою та інформацією про споживачів. Аналіз поведінки споживачів та їх уподобань через соціальні мережі, різного роду пошукові системи чи платформи дає змогу створювати персоналізовані пропозиції та покращувати маркетингову діяльність. Крім того, цифрові технології відкривають нові можливості для створення нових каналів комунікації зі споживачами (чат-боти чи інтерактивні платформи), які забезпечують швидку й зручну взаємодію та підтримку в реальному часі.

Тому, підприємства індустрії гостинності, які активно впроваджують цифрові технології, мають конкурентну перевагу, залучаючи нових спожива-

чів та утримуючи постійних. Вони не лише відповідають сучасним вимогам, але й формують нові стандарти роботи в галузі і забезпечують собі стійке зростання. Разом, важливим завданням залишається адаптація до швидких технологічних змін у зовнішньому середовищі, що потребує постійного вивчення та аналізу, навчання персоналу та стратегічного планування. Успішна цифровізація може гарантувати підприємствам гнучкість та готовність до змін у нестабільному ринковому середовищі.

Література:

1. Нещадим Л., Тимчук С. Автоматизація бізнес-процесів підприємств індустрії гостинності як чинник підвищення економічної ефективності. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 36. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-38.

2. Гросул В., Балацька Н. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11–2. С. 7–12. DOI: https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20.

3. Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 93–98. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.7.93.

4. Бойко В. О., Лізон Д. Х. Використання інформаційних технологій при наданні послуг у ресторанному бізнесі. *Філософські обрії сьогодення:* матеріали міжнародної науково-практичної конференції (18 листопада 2021 р.). Херсон: ХДАЕУ, 2021. С. 9–10.

5. Шевчук Б., Нестерчук І. Аналіз можливостей інтерактивних карт, створених на базі ГІС, для потреб туризму в Україні. *Таврійський науковий вісник*. 2020. № 3. С. 147–154. DOI: https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.3.18.

6. Барвінок М. В. Інформаційні технології, їх вплив на розвиток сфери послуг в туризмі. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки:* матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів (31 жовтня – 1 листопада 2018 р.). Умань: Видавничий центр «Візаві», 2018. С. 250–253.

7. Wynn M., Lam C. Digitalisation and IT Strategy in the Hospitality Industry. *Systems*. 2023. Vol. 11 (10). DOI: https://doi.org/10.3390/systems11100501.

8. Кожен третій мешканець планети онлайн та рейтинг офлайн-країн: що ми робимо в інтернеті у 2024 році. URL: https://cases.media/en/article/kozhen-tretii-meshkanec-planeti-onlain-ta-reiting-oflain-krayin-sho-mi-robimo-v-interneti-u-2024-roci (дата звернення: 18.01.2025).

9. We Are Social 2023. URL: https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023 (дата звернення: 18.01.2025).

10. Digital population worldwide. URL: https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/ (дата звернення: 18.01.2025).

11. Пукач Я. (2024). Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2024, №60. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68.

12. Дідковська Л.І. Регулювання обігу ГМ-культур в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення. Економіка АПК. 2021. № 5. С.38-45. https://doi.org/10.32317/2221-1055.202105038

References:

1. Neshchadym, L., Tymchuk, S. (2022). Avtomatyzatsiia biznes-protsesiv pidpryiemstv industrii hostynnosti yak chynnyk pidvyshchennia ekonomichnoi efektyvnosti [Automation of business processes in hospitality enterprises as a factor of increasing economic efficiency]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, (36). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-38 [in Ukrainian].