

## **АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПОВТОРНИХ БРОНЮВАНЬ ЧЕРЕЗ CRM-СИСТЕМУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ І ДОХОДІВ ГОТЕЛЮ**

**ШВИДКОВА Віталіна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

У сучасному готельному бізнесі, що стрімко адаптується до умов діджиталізації, ефективне управління продажами стає ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Одним із найважливіших інструментів у цьому процесі є CRM-система (Customer Relationship Management), що дозволяє автоматизувати роботу з клієнтською базою, аналізувати

поведінкові патерни гостей та формувати стратегії персоналізованого маркетингу для підвищення рівня повторних бронювань.

Впровадження CRM-систем сприяє:

- автоматизації процесу комунікації з гостями через персоналізовані email-розсилки, push-сповіщення та чат-боти;
- аналізу поведінки гостей та створенню індивідуальних пропозицій на основі їхніх попередніх відвідувань;
- інтеграції з системами динамічного ціноутворення, що дозволяє пропонувати клієнтам найоптимальніші тарифи;
- зменшенню витрат на маркетинг завдяки використанню цільових стратегій ретаргетингу.

CRM-системи значно підвищують ефективність управління доходами, оскільки дозволяють готелям працювати не лише на залучення нових гостей, а й на утримання вже існуючих. Згідно з дослідженнями, ймовірність продажу послуг постійному клієнту складає 60–70%, тоді як для нових клієнтів цей показник не перевищує 20% [1]. Крім того, автоматизований аналіз даних дозволяє виявляти найбільш вигідні категорії клієнтів і розробляти спеціальні програми лояльності для стимулювання повторних відвідувань. [2]

Застосування CRM-рішень у сфері гостинності сприяє не лише збільшенню рівня завантаженості номерного фонду, а й покращенню загальної якості сервісу. Автоматизовані механізми аналізу відгуків допомагають готелям оперативно реагувати на зауваження клієнтів, що позитивно впливає на репутацію закладу. В результаті, автоматизація повторних бронювань через CRM є важливим стратегічним рішенням, яке сприяє зростанню прибутковості та формуванню довгострокової клієнтської бази. [3]

Подальший розвиток CRM-технологій відкриває нові можливості для ефективного управління клієнтським досвідом. Інтеграція штучного інтелекту та аналізу великих даних дозволяє більш точно прогнозувати потреби гостей і пропонувати персоналізовані послуги. Завдяки автоматизованому аналізу історії бронювань та поведінкових патернів система може передбачати найбільш сприятливі періоди для надсилання спеціальних пропозицій, що сприяє зростанню коефіцієнта повторних бронювань [4]. Використання рекомендаційних алгоритмів у CRM дає змогу пропонувати гостям додаткові послуги, такі як спа-процедури або ресторани знижки, на основі їхніх попередніх уподобань.

Діджиталізація комунікації між готелем і гостями також сприяє зниженню навантаження на персонал, оптимізуючи процеси обслуговування. Використання чат-ботів та голосових помічників дозволяє швидко реагувати на запити клієнтів та вирішувати типові питання без необхідності втручання адміністратора. Це не тільки покращує оперативність надання послуг, але й мінімізує витрати на утримання персоналу.

Крім цього, CRM-системи можуть значно підвищити ефективність роботи програм лояльності. Готелі можуть налаштовувати індивідуальні бонусні програми на основі аналізу частоти відвідувань та середнього чека гостя. Використання цифрових карт лояльності та інтеграція їх із мобільними

додатками дозволяє зручно управляти знижками та накопичувальними бонусами в режимі реального часу.

З огляду на високий рівень конкуренції в готельному секторі, впровадження CRM-рішень стає не лише конкурентною перевагою, а й необхідністю. Автоматизовані системи управління клієнтськими даними дозволяють готелям ефективно працювати з великою кількістю інформації, підвищувати рівень персоналізації сервісу та забезпечувати стабільний дохід у довгостроковій перспективі. Технологічний розвиток у сфері CRM сприяє покращенню якості обслуговування, формуванню довгострокових відносин із клієнтами та зміцненню позицій готелю на ринку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson;
2. Buhalis, D., & Leung, D. (2018). Smart Hospitality—Interconnectivity and Interoperability Towards an Ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50;
3. Law, R., Leung, R., & Buhalis, D. (2015). Information technology applications in hospitality and tourism: A review of publications from 2005 to 2014. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(5), 727-761;
4. Noone, B. M., & McGuire, K. A. (2013). Effects of price and user-generated content on consumers' prepurchase evaluations of variably priced services. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(4), 410-425.

Науковий керівник: д. н. держ. упр., доцент Ахмедова О. О.

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет біоресурсів і природокористування України**  
**Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**  
**Національний університет харчових технологій**  
**Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного**  
**Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу**  
**Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства**

# **ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

### **ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**12 березня 2025 року, Київ**

**КИЇВ 2025**

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)*

**Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України:** збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

#### **Редакційна колегія:**

**Мельниченко С. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Сердюк М. Є.** – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Олюніна С. Л.** – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025