

Радіонова О. М., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету міського господарства
імені О. М. Бекетова
ORCID: 0000-0003-0570-3648

Влащенко Н. М., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету міського господарства
імені О. М. Бекетова
ORCID: 0000-0002-4163-7185

ІННОВАЦІЙНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ ІВЕНТ-ЗАХОДІВ У СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено роль інноваційних цифрових технологій організації та просування івент-заходів у системі підвищення ефективності діяльності готельних підприємств. Обґрунтовано актуальність впровадження цифрових рішень в умовах зростання конкуренції на ринку готельних послуг та необхідності оптимізації бізнес-процесів. Визначено, що цифровізація івент-діяльності виступає важливим чинником трансформації підходів до управління подіями, взаємодії з клієнтами та формування доданої вартості готельних послуг. У межах дослідження здійснено систематизацію інноваційних цифрових технологій за етапами організації івент-заходів, а також узагальнено їх сутнісні характеристики та функціональні можливості. Встановлено, що використання систем управління подіями, CRM-рішень, мобільних додатків, аналітичних платформ, інструментів штучного інтелекту та автоматизованих сервісів забезпечує підвищення ефективності управління івент-процесами, оптимізацію витрат ресурсів і покращення якості обслуговування клієнтів. Доведено, що системна інтеграція CRM та PMS забезпечує суттєву автоматизацію рутинних операцій, що прямо впливає на зниження операційних витрат та зростання показників ADR і RevPAR. Досліджено інноваційні цифрові технології просування івент-заходів, зокрема інструменти таргетованої реклами, соціальних медіа, email-маркетингу, SEO-оптимізації та маркетингової аналітики. Обґрунтовано їх роль у формуванні попиту, розширенні клієнтської бази та підвищенні впізнаваності готельних підприємств. Визначено, що інтеграція цифрових інструментів у процеси організації та просування івент-заходів забезпечує комплексний вплив на операційну, маркетингову та комунікаційну ефективність діяльності готелів. Встановлено вплив івент-заходів на ключові показники ефективності діяльності готельних підприємств, зокрема рівень завантаженості номерного фонду, показники ADR та RevPAR, доходи від додаткових послуг і рівень лояльності клієнтів. Обґрунтовано використання хмарних рішень (SaaS) як інструменту мінімізації ризиків, пов'язаних із дефіцитом цифрових компетенцій персоналу. Запропоновано модель впливу інноваційних цифрових технологій організації та просування івент-заходів на ефективність діяльності готельних підприємств, яка відображає взаємозв'язок між ресурсами, цифровими інструментами, процесами та результатами. Отримані результати сприяють поглибленню теоретичних підходів до дослідження цифровізації івент-діяльності у готельному бізнесі та розширюють уявлення про роль інноваційних цифрових технологій у підвищенні ефективності функціонування готельних підприємств в умовах сучасного ринкового середовища.

Ключові слова: готельне підприємство, івент-заходи, інноваційні цифрові технології, цифрова трансформація, ефективність діяльності підприємства, цифровий маркетинг, системи управління подіями, ADR, RevPAR, CRM-системи, SaaS-рішення.

Radionova O. M., Vlashchenko N. M. Innovative digital technologies for organizing and promoting events as part of efforts to improve the operational efficiency of hotel businesses

This article examines the role of innovative digital technologies in organizing and promoting events as part of efforts to improve the operational efficiency of hotel businesses. It demonstrates the relevance of implementing digital solutions in the context of growing competition in the hotel services market and the need to optimize business processes. It is determined that the digitalization of event activities serves as a key factor in transforming approaches to event management, customer interaction, and the creation of added value in hotel services. Within the scope of the study, innovative digital technologies were categorized according to the stages of event organization, and their essential characteristics and functional capabilities were summarized. It has been established that the use of event management systems, CRM solutions, mobile applications, analytical platforms, artificial intelligence tools, and automated services ensures increased efficiency in managing event processes, optimization of resource costs, and improved quality of customer service. It is proved that the systemic integration



of CRM and PMS ensures significant automation of routine operations, which directly affects the reduction of operating costs and the growth of ADR and RevPAR indicators. Innovative digital technologies for promoting events were examined, including tools for targeted advertising, social media, email marketing, SEO optimization, and marketing analytics. Their role in shaping demand, expanding the customer base, and increasing the visibility of hotel enterprises has been substantiated. It has been determined that the integration of digital tools into the processes of organizing and promoting events has a comprehensive impact on the operational, marketing, and communication effectiveness of hotel operations. The impact of events on key performance indicators of hotel enterprises has been established, specifically room occupancy rates, ADR and RevPAR metrics, revenue from ancillary services, and customer loyalty levels. The use of cloud solutions (SaaS) as a tool to minimize risks associated with the shortage of digital competencies among staff is justified. A model of the impact of innovative digital technologies for organizing and promoting events on the performance of hotel enterprises is proposed, reflecting the interrelationship between resources, digital tools, processes, and results. The results obtained contribute to deepening theoretical approaches to the study of the digitalization of event activities in the hotel industry and expand understanding of the role of innovative digital technologies in improving the operational efficiency of hotel enterprises in the context of the modern market environment.

Key words: hotel business, events, innovative digital technologies, digital transformation, operational efficiency, digital marketing, event management systems, ADR, RevPAR, CRM systems, SaaS solutions.

Постановка проблеми. У сучасних умовах цифрової трансформації та зростання конкуренції у сфері гостинності актуалізується пошук ефективних інструментів підвищення результативності діяльності готельних підприємств. Івент-заходи розглядаються як важливий чинник формування попиту та диверсифікації доходів. Водночас їх ефективність значною мірою залежить від використання інноваційних цифрових технологій організації та просування. Незважаючи на наявні дослідження, недостатньо розкритими залишаються питання їх комплексного застосування та впливу на показники ефективності готелів, що зумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження інноваційних цифрових технологій у сферу гостинності та івент-діяльності перебуває у центрі уваги вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема, D. Buhalis, R. Leung, P. O'Connor розглядають smart hospitality як екосистему взаємопов'язаних та сумісних цифрових сервісів у готельно-туристичній сфері [1, 2]. R. Law, D. Buhalis і С. Cobanoglu узагальнюють прогрес інформаційно-комунікаційних технологій в індустрії гостинності та туризму, акцентуючи на їх ролі в операційній та сервісній ефективності підприємств [3]. Теоретичні та прикладні засади дослідження івент-заходів, зокрема планування, управління та результативність, системно розкрито у працях D. Getz і S. J. Page [4]. У дослідженнях, що поєднують цифровізацію з івент-сферою простежується акцент на технологічно опосередкованій взаємодії учасників заходів, гібридних форматах, медіатехнологіях, іммерсивних рішеннях та інтелектуальних технологіях для допомоги споживачам. Зокрема, у критичному огляді J. Chen, S. Jung, L. Cai виділено три великі групи івент технологій – медіатехнології, іммерсивні технології та інтелектуальні технології для допомоги споживачам, і показано їх вплив на залученість аудиторії на до-, підчас- і післяподієвому етапах [5]. Поряд із цим I. S. Son, S. Huang, D. Padovan розглядають використання потенціалу заходів як складову ширшої бізнес-стратегії підприємств туризму й гостинності, що є важливим для осмислення івент-заходів не лише як окремої послуги, а як інструменту розвитку підприємства [6].

У вітчизняних публікаціях основна увага зосереджена на загальних процесах цифровізації готельно-ресторанного бізнесу, впровадженні інформаційних технологій та управлінських аспектах цифрової трансформації. М. Барна та І. Мельник обґрунтовують ключові елементи цифровізації, серед яких автоматизація операцій, цифровий маркетинг, онлайн-присутність, персоналізація сервісу, мобільні технології, безконтактні сервіси, аналітика та штучний інтелект [7]. Ю. Земліна розглядає інформаційні технології як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, підкреслюючи їх значення для якості обслуговування, гнучкості бізнесу та розширення клієнтської бази [8]. К. С. Нікітенко аналізує управлінські виклики цифровізації в готельно-ресторанному бізнесі України та наголошує, що цифрова трансформація є не лише адаптаційним, а й конкурентним чинником, хоча вітчизняна практика залишається нерівномірною та фрагментарною [9].

Аналіз наукових публікацій свідчить, що, незважаючи на значну кількість досліджень у сфері цифровізації гостинності та івент-діяльності, недостатньо розкритим залишається комплексний підхід до використання інноваційних цифрових технологій у процесах організації та просування івент-заходів. Більшість наукових праць зосереджена на окремих аспектах цифрових рішень або загальних питаннях трансформації галузі, тоді як проблеми їх системної інтеграції за етапами івенту та оцінювання впливу на ефективність діяльності готельних підприємств висвітлено недостатньо.

Метою статті є дослідження інноваційних цифрових технологій організації та просування івент-заходів у готельному бізнесі, їх систематизація за етапами реалізації та визначення впливу на ефективність діяльності готельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Сучасний розвиток ринку готельних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, що зумовлює необхідність впровадження ефективних інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємств. У цьому контексті особливого значення набуває цифровізація бізнес-процесів, рівень якої визначає здатність готельних підприємств адаптуватися до динамічних умов ринкового

середовища. Зокрема, у сфері організації та проведення івент-заходів цифрові технології забезпечують не лише автоматизацію операційних процесів, а й трансформацію підходів до управління подіями, взаємодії з клієнтами та формування доданої вартості послуг. У системі підвищення ефективності діяльності готельних підприємств івент-заходи виступають комплексним інструментом, що реалізує сукупність взаємопов'язаних функцій (рис. 1), ефективність яких посилюється завдяки впровадженню цифрових технологій.

Економічна функція реалізується через автоматизований контроль показників ADR та RevPAR у системах класу PMS (наприклад, Opera) при бронюванні групових івент-замовлень, що оптимізує дохід від номерного фонду. Завдяки цьому готельне підприємство не лише має можливість оптимізувати дохід від номерного фонду, а й чітко відстежувати фінансову віддачу від кожного проведеного заходу.



Рис. 1. Функції івент-заходів у системі підвищення ефективності діяльності готельних підприємств

Маркетингова функція підсилюється використанням інструментів ретаргетингу в Meta Ads Manager, що дозволяє повертати відвідувачів минулих подій та знижувати вартість залучення клієнта. Комунікаційна функція забезпечується CRM-рішеннями (наприклад, Salesforce) для персоналізації взаємодії через автоматизовані розсилки, що сприяє розбудові довгострокових відносин. Іміджева функція реалізується через SMM-підтримку в Instagram та LinkedIn, що формує статус готелю як інноваційного майданчика. Нарешті, інноваційна функція впроваджується через AI-чат-боти для миттєвого консультування учасників, що оптимізує навантаження на персонал та відповідає стандартам self-service.

Івент-заходи у готельному бізнесі доцільно розглядати не лише як складову операційної діяльності, а як стратегічний напрям підвищення ефективності функціонування підприємств. Їх інтеграція у систему управління готелем забезпечує диверсифікацію послуг та формування додаткових конкурентних переваг. Івент-заходи сприяють більш ефективному використанню ресурсного потенціалу готельних підприємств, зокрема конференц-інфраструктури, банкетних залів та супутніх послуг, що позитивно впливає на фінансові результати діяльності. У наукових дослідженнях підкреслюється, що впровадження цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі сприяє підвищенню ефективності використання ресурсів та якості надання послуг [7].

З позицій ринкової адаптації івент-заходи виступають інструментом активізації попиту та розширення клієнтської бази. Проведення різноманітних подій дозволяє залучати нові сегменти споживачів, зменшувати сезонні коливання попиту та забезпечувати стабільність доходів підприємства.

Важливою складовою є маркетинговий потенціал івент-заходів, що реалізується через формування іміджу готелю, підвищення його впізнаваності та зміцнення бренду. Використання цифрових маркетингових

інструментів у процесі просування івентів забезпечує ефективну комунікацію з цільовою аудиторією та підвищує результативність маркетингової діяльності [10].

Зростання ролі івент-заходів у забезпеченні ефективності діяльності готельних підприємств зумовлює необхідність поглибленого аналізу інноваційних цифрових технологій, що застосовуються в процесі їх організації. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності свідчать про перехід від традиційних підходів до управління подіями до цифрово орієнтованих моделей, які забезпечують підвищення якості організації, оптимізацію ресурсів та зростання результативності івент-діяльності [11].

Інноваційні цифрові технології організації івент-заходів доцільно розглядати як сукупність програмно-апаратних рішень та інформаційних систем, що забезпечують автоматизацію, інтеграцію та координацію всіх етапів підготовки і проведення подій. Їх використання спрямоване на підвищення ефективності управління івент-процесами, скорочення витрат часу та ресурсів, а також забезпечення високого рівня якості обслуговування [2, 4].

Ключовими етапами організації івент-заходів, у межах яких застосовуються інноваційні цифрові технології, є планування, координація, реалізація та післяподієвий аналіз.

На етапі планування використовуються цифрові інструменти для формування концепції заходу, управління бюджетом, розподілу ресурсів та визначення цільової аудиторії. Зокрема, застосовуються системи управління проектами, такі як Trello, Asana та Microsoft Project, які дозволяють структурувати завдання та контролювати терміни їх виконання. Для фінансового планування та бюджетування використовуються цифрові інструменти на основі електронних таблиць і спеціалізованих платформ, зокрема Microsoft Excel та Google Sheets.

Для аналізу цільової аудиторії та прогнозування попиту застосовуються аналітичні сервіси, такі як Google Analytics та Meta Ads Manager, що дозволяють оцінювати поведінкові характеристики потенційних учасників заходів і підвищувати обґрунтованість управлінських рішень.

На етапі організації та координації івент-заходів застосовуються спеціалізовані системи управління подіями, зокрема Eventbrite, Cvent та Bizzabo, які забезпечують централізований контроль за процесами реєстрації учасників, комунікації, логістики та взаємодії з підрядниками.

Важливе значення має інтеграція цих систем із готельними інформаційними платформами, зокрема PMS- та CRM-системами, такими як Opera PMS та Salesforce, що дозволяє синхронізувати дані про клієнтів, бронювання та івент-активності, підвищуючи ефективність використання ресурсів підприємства [3, 8].

Реалізація івент-заходів супроводжується використанням цифрових рішень, що забезпечують підвищення оперативності обслуговування та зручності для учасників. До таких технологій належать системи онлайн-реєстрації, мобільні додатки, електронні квитки та інструменти контролю доступу (QR-коди, RFID-технології). Впровадження гібридних форматів заходів із використанням цифрових платформ, таких як Zoom та Microsoft Teams, дозволяє розширити аудиторію та підвищити масштабованість подій [12].

Важливим складником організації івент-заходів є післяподієвий аналіз, що здійснюється за допомогою цифрових аналітичних інструментів, зокрема Google Analytics, Power BI та Tableau. Їх використання дозволяє оцінити ефективність проведених заходів за ключовими показниками, виявити сильні та слабкі сторони організації, а також сформулювати рекомендації щодо вдосконалення подальшої діяльності [13].

Для системного представлення інноваційних цифрових технологій організації івент-заходів та оцінки їх впливу на ефективність діяльності готельних підприємств проведено їх структурування за етапами реалізації івент-заходу (табл. 1).

Систематизація інноваційних цифрових технологій за етапами організації івентів, наведена в табл. 1, дозволяє визначити їх функціональне призначення та вплив на ефективність діяльності готельних підприємств. Аналіз цих технологій свідчить про їх високу прагматичну цінність: згідно зі звітами міжнародних організацій (зокрема OECD та UNWTO [11,12]), системна інтеграція CRM та PMS дозволяє готелям автоматизувати до 30 % рутинних операцій з реєстрації учасників. Застосування системної інтеграції безпосередньо знижує операційні витрати та позитивно впливає на показник RevPAR (Revenue Per Available Room), оскільки цифрові інструменти дозволяють ефективніше реалізовувати стратегії Upselling та Cross-selling серед учасників івент-заходів.

Водночас для більш глибокого розкриття змісту та прикладних аспектів їх використання доцільно деталізувати окремі технологічні рішення. З цієї метою інноваційні цифрові інструменти в готельному бізнесі узагальнено за їх змістовими характеристиками, особливостями застосування та очікуваними результатами впровадження у табл. 2.

Впровадження у практику організації івент-заходів цифрових рішень, систематизованих у табл. 2, забезпечує комплексну трансформацію управлінських і сервісних процесів. Узагальнення наведених технологічних рішень демонструє, що використання мобільних додатків для івентів та систем електронного анкетування забезпечує зростання лояльності гостей, що у довгостроковій перспективі конвертується у стабільне зростання показника ADR (Average Daily Rate) за рахунок підвищення цінності бренду готелю як інноваційного хаба. Використання систем управління подіями, CRM-рішень та інструментів штучного інтелекту сприяє не лише підвищенню оперативності обслуговування, а й оптимізації витрат ресурсу персоналу [3, 13].

Інноваційні цифрові технології організації івент-заходів за етапами реалізації та їх вплив на ефективність готельних підприємств

| Етап організації івент-заходу | Цифрові технології / платформи | Функціональне призначення | Ефект для готельного підприємства |
|-------------------------------|--|--|---|
| Планування | Trello, Asana, Microsoft Project, Microsoft Excel, Google Sheets, Google Analytics | Планування завдань, бюджетування, аналіз аудиторії, прогнозування попиту | Підвищення точності планування, оптимізація витрат, обґрунтованість управлінських рішень |
| Організація та координація | Eventbrite, Cvent, Bizzabo, Opera PMS, Salesforce | Управління реєстрацією, комунікацією, логістикою, інтеграція з клієнтськими базами | Централізація управління, підвищення ефективності використання ресурсів, покращення координації |
| Реалізація заходу | Zoom, Microsoft Teams, Hopin, QR-коди, RFID-технології | Проведення онлайн/гібридних заходів, контроль доступу, комунікація з учасниками | Розширення аудиторії, підвищення доступності заходів, покращення сервісу |
| Післяподієвий аналіз | Google Analytics, Power BI, Tableau | Аналіз ефективності, оцінка показників, виявлення недоліків | Підвищення якості управлінських рішень, вдосконалення майбутніх івентів |

Джерело: складено авторами

Характеристика інноваційних цифрових технологій івент-заходів

| Цифрові технології | Характеристика | Використання у готелі | Результат |
|---|---|--|---|
| Системи управління подіями (Event management systems) | Програмні рішення для планування, координації та контролю івент-заходів | Організація конференцій, бізнес-заходів, банкетів | Оптимізація процесів організації та скорочення операційних витрат |
| Онлайн-реєстрація учасників | Використання цифрових платформ для попередньої реєстрації гостей | Реєстрація учасників через веб-сайт або мобільні сервіси | Скорочення часу обслуговування та підвищення операційної ефективності |
| CRM-системи | Системи управління взаємовідносинами з клієнтами | Формування бази гостей, персоналізація запрошень | Підвищення ефективності комунікації та лояльності клієнтів |
| Мобільні додатки заходів | Цифрові додатки для інформування та навігації учасників | Додаток конференції або івенту в готелі | Підвищення рівня задоволеності споживачів та якості обслуговування |
| Чат-боти та AI-сервіси | Автоматизовані системи взаємодії з користувачами | Консультації щодо програми заходу, навігації, послуг | Підвищення швидкості обслуговування та оптимізація витрат персоналу |
| Аналітичні системи | Інструменти збору та аналізу даних про івент-заходи | Аналіз відвідуваності, ефективності івентів | Підвищення обґрунтованості управлінських рішень |

Джерело: складено авторами

Водночас ефективність івент-заходів значною мірою залежить не лише від якості їх безпосередньої організації, але й від результативності їх просування на ринку. У зв'язку з цим доцільним є розгляд цифрових технологій просування, які забезпечують формування попиту та залучення цільової аудиторії. Сукупність інструментів цифрового маркетингу, що забезпечують багатоканальну взаємодію з потенційними споживачами, представлено у табл. 3.

До ключових технологій належать системи таргетованої реклами, зокрема Meta Ads Manager та Google Ads, які дозволяють здійснювати сегментацію аудиторії та персоналізоване просування івент-заходів.

Важливу роль відіграють інструменти соціальних медіа, зокрема Instagram, Facebook та LinkedIn, що забезпечують комунікацію з аудиторією, підвищення впізнаваності заходів та формування зацікавленості до участі. Використання контент-маркетингу та візуальних матеріалів сприяє формуванню позитивного сприйняття івенту та готельного підприємства.

Ефективним інструментом просування виступає email-маркетинг, реалізований за допомогою платформ Mailchimp та SendPulse, що дозволяє здійснювати персоналізовані розсилки та підтримувати комунікацію з клієнтами. Додатково застосовуються SEO-інструменти та аналітичні сервіси, зокрема Google Analytics, які забезпечують оцінювання ефективності маркетингових кампаній та поведінки користувачів [14].

Інноваційні цифрові технології просування івент-заходів у готельному бізнесі

| Цифрова технологія просування | Інструменти / платформи | Функціональне призначення | Ефект для готельного підприємства |
|-------------------------------|--|--|---|
| Таргетована реклама | Meta Ads Manager, Google Ads | Сегментація аудиторії, персоналізоване просування івентів | Підвищення конверсії та ефективності рекламних кампаній |
| Соціальні медіа (SMM) | Instagram, Facebook, LinkedIn | Комунікація з аудиторією, просування контенту, формування іміджу | Підвищення впізнаваності готелю та залучення нових клієнтів |
| Email-маркетинг | Mailchimp, SendPulse | Персоналізовані розсилки, інформування про заходи | Підвищення рівня лояльності та повторних звернень |
| Контент-маркетинг | Блоги, лендинги, відеоконтент (YouTube, сайт готелю) | Формування інтересу до заходу, інформування аудиторії | Зростання зацікавленості та довіри до івенту |
| SEO-оптимізація | Google Search Console, Google Analytics | Підвищення видимості івентів у пошукових системах | Збільшення органічного трафіку |
| Інфлюенсер-маркетинг | Соціальні мережі, блогери | Просування через лідерів думок | Розширення аудиторії та підвищення довіри |
| CRM-маркетинг | Salesforce | Управління клієнтською базою, персоналізація пропозицій | Підвищення ефективності взаємодії з клієнтами |
| Автоматизація маркетингу | HubSpot | Автоматизація комунікацій, аналітика кампаній | Оптимізація маркетингових процесів та зниження витрат |

Джерело: складено авторами

Систематизація інноваційних цифрових технологій організації івент-заходів дозволяють сформувати комплексне уявлення про цифрову трансформацію івент-діяльності у готельному бізнесі. Застосування зазначених технологічних рішень забезпечує інтеграцію процесів планування, організації, комунікації та аналітики, формуючи єдину цифрово орієнтовану систему управління івент-заходами. Узгоджене використання інноваційних цифрових технологій на різних етапах реалізації івентів, а також у процесі їх просування, сприяє підвищенню ефективності використання ресурсів готельного підприємства, оптимізації операційної діяльності та покращенню якості обслуговування. Водночас цифрові інструменти забезпечують розширення каналів взаємодії з клієнтами, підвищення рівня їх залученості та формування стабільного попиту на івент-послуги.

Поряд із зазначеними перевагами, системна інтеграція інноваційних цифрових технологій в івент-діяльність готелів пов'язана з низкою ризиків та бар'єрів, що підтверджується нерівномірністю цифрової трансформації у вітчизняній практиці. До ключових детермінант, що можуть обмежувати ефективність впровадження цифрових рішень, доцільно віднести:

1. Високу вартість інвестицій та складність ліцензування. Впровадження комплексних систем, таких як Opera PMS або Salesforce, потребує значних капіталовкладень, що стає критичним бар'єром для підприємств в умовах обмежених ресурсів.

2. Дефіцит цифрових компетенцій персоналу. Ефективність використання аналітичних інструментів (наприклад, Power BI чи Tableau) прямо залежить від кваліфікації кадрів, а брак спеціалістів може нівелювати потенційні переваги автоматизації.

3. Проблеми кібербезпеки та конфіденційності. Активне використання CRM-систем та хмарних сервісів для реєстрації учасників підвищує вразливість готелю до витоку персональних даних.

4. Технологічну залежність. Проведення гібридних заходів через платформи Zoom чи Microsoft Teams робить результативність івенту критично залежною від стабільності зовнішньої цифрової інфраструктури.

Урахування цих ризиків дозволяє більш об'єктивно оцінити вплив цифрових технологій на кінцеві показники діяльності підприємства. З урахуванням цього доцільно запропонувати модель їх впливу на ефективність діяльності готельних підприємств (рис. 2).

Модель відображає послідовний взаємозв'язок між ресурсним забезпеченням готелю, використанням цифрових технологій, реалізацією функціональних процесів івент-діяльності, проміжними організаційно-управлінськими результатами та кінцевими показниками ефективності.

Її застосування дозволяє розглядати івент-заходи не лише як окремих напрям діяльності, а як інтегрований інструмент підвищення конкурентоспроможності та результативності функціонування готельного підприємства.

Висновки. У результаті дослідження обґрунтовано значення інноваційних цифрових технологій як базового інструменту підвищення ефективності діяльності готельних підприємств через івент-діяльність.



Рис. 2. Модель впливу цифрових технологій івент-заходів на ефективність готельних підприємств

Джерело: розроблено авторами

Встановлено, що цифрова трансформація функцій івент-заходів – від автоматизованого контролю RevPAR у системах Opera PMS до персоналізації комунікацій через CRM-рішення – забезпечує інтеграцію бізнес-процесів та оптимізацію ресурсів.

Систематизація технологій за етапами організації дозволила визначити їх прямий вплив на операційну та маркетингову ефективність, зокрема через використання ретаргетингу та AI-сервісів. Доведено, що інтеграція цифрових рішень позитивно корелює з ключовими показниками готелю: спираючись на дані світової практики (OECD, UNWTO), встановлено, що системна інтеграція CRM та PMS забезпечує автоматизацію до 30 % рутинних процесів, що веде до зниження операційних витрат та зростання ADR. Для нівелювання ризику дефіциту цифрових компетенцій персоналу готельним підприємствам доцільно обирати хмарні рішення з інтуїтивним інтерфейсом (SaaS), що не потребують тривалого навчання та високих капітальних витрат. Запропонована модель впливу слугує основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та зміцнення конкурентних позицій готельних підприємств у сучасному ринковому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Buhalis D., Leung R. Smart hospitality: interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*. 2018. Vol. 71. P. 41–50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>
2. Buhalis D., O'Connor P., Leung R. Smart hospitality: from smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2023. Vol. 35(1). P. 369–393. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>
3. Law R., Buhalis D., Cobanoglu C. Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2014. Vol. 26(5). P. 727–750. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2013-0367>
4. Getz D., Page S. J. *Event studies: theory, research and policy for planned events*. 3rd ed. London: Routledge, 2016. 460 p.
5. Jijun Chen, Shinyong Jung, Liping A. Cai. A critical review of technology-facilitated event engagement: current landscape and pathway forward. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2025. Vol. 37 (13). P. 169–189 DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2025-0236>
6. Son I. S., Huang S., Padovan D. Realising the goals of event leveraging: the tourism and hospitality SME perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2021. Vol. 49. P. 253–259. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.09.018>
7. Барна М. Ю., Мельник І. М. Стратегія цифровізації готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5493>
8. Земліна Ю. В. Інформаційні технології як фактор конкурентоспроможності готельно-ресторанного підприємства: аналітичний зріз ринку України. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2024. Т. 7, № 2. С. 207–219. URL: <https://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/335173>
9. Нікітенко К. С. Управлінські виклики цифровізації в готельно-ресторанному бізнесі України. *Економічний простір*. 2025. № 202. С. 196–201. URL: <https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2025/07/202-196-201-nikitenko.pdf>
10. Старовойт В. В. Аналіз ефективності цифрових маркетингових стратегій для підтримки готельного бізнесу під час кризи. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. № 3–4. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13945108>
11. OECD Tourism Trends and Policies 2020. Paris: OECD Publishing, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>
12. UNWTO. Digital Transformation. URL: <https://www.untourism.int/digital-transformation>
13. Kotler P., Bowen J. T., Makens J. C., Baloglu S. *Marketing for hospitality and tourism*. 7th ed. Pearson, 2017. 658 p.
14. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. 7th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2019. 576 p.

References:

1. Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality: Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41–50. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>
2. Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart hospitality: From smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1), 369–393. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>
3. Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727–750. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2013-0367>
4. Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (3rd ed.). Routledge
5. Chen, J., Jung, S., & Cai, L. A. (2025). A critical review of technology-facilitated event engagement: Current landscape and pathway forward. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(13), 169–189. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2025-0236>
6. Son, I. S., Huang, S., & Padovan, D. (2021). Realising the goals of event leveraging: The tourism and hospitality SME perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 253–259. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.09.018>
7. Barna, M. Yu., & Melnyk, I. M. (2025). *Stratehiia tsyfrovizatsii hotelno-restorannoho biznesu* [Digitalization strategy of hotel and restaurant business]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (71). Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5493>
8. Zemlina, Yu. V. (2024). *Informatsiini tekhnolohii yak faktor konkurentospromozhnosti hotelno-restorannoho pidpriemstva: analitychnyi zriz rynku Ukrainy* [Information technologies as a factor of competitiveness of hotel

and restaurant enterprises: analytical review of the Ukrainian market]. *Restoranni i hotelnyi konsal'tynh. Innovatsii*, 7(2), 207–219. Retrieved from: <https://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/335173>

9. Nikitenko, K. S. (2025). *Upravlinski vyklyky tsyfrovizatsii v hotelno-restorannomu biznesi Ukrainy* [Managerial challenges of digitalization in the hotel and restaurant business of Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir*, (202), 196–201. Retrieved from: <https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2025/07/202-196-201-nikitenko.pdf>

10. Starovoit, V. V. (2024). *Analiz efektyvnosti tsyfrovyykh marketynhovykh stratehii dlia pidtrymky hotelnoho biznesu pid chas kryzy* [Analysis of the effectiveness of digital marketing strategies for supporting hotel business during crisis]. *Aktualni pytannia ekonomichnykh nauk*, (3–4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.13945108>

11. OECD. (2020). *OECD tourism trends and policies 2020*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>

12. UNWTO. (n.d.). *Digital transformation*. Retrieved from: <https://www.untourism.int/digital-transformation>

13. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson

14. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson

Дата першого надходження статті до видання: 23.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 17.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026