

Маргарита Бойко, Марія Кулик, Світлана Бондар, Людмила Романчук, Тетяна Лосіцька

Залучення споживачів в умовах цифровізації бізнесу: Приклад готельної індустрії України

Конкуренція в готельному бізнесі диктує необхідність вивчення інноваційних способів збереження і збільшення клієнтської бази. Ефективна взаємодія з клієнтами свідчить про інноваційну активність готелів, що визначається активним впровадженням маркетингових концепцій і розвитком інформаційних технологій. У таких умовах залучення клієнтів передбачає цифровізацію процесу взаємодії «готель-споживач». Метою цього дослідження є визначення компонентів цифрової взаємодії з клієнтами в готельній індустрії з використанням систематизації, узагальнення, опитування та економетричних моделей. Компоненти цифрової взаємодії з клієнтами включають визнання, зацікавленість, комунікації, споживчий досвід, лояльність та наміри щодо повторного відвідування. Економетричні моделі використовували дані готелів Києва (Україна), щоб довести залежність їхніх доходів від витрат на цифрове залучення споживачів. Що стосується фінансових показників, то протягом дослідження були опитані менеджери готелів і зацікавлені сторони. Вибрані показники мають значний вплив на доходи готелю. Розглядаючи лінійну модель (готель «Хрещатик»), параметри показують, на скільки одиниць зміниться ефективна характеристика при зміні однофакторної характеристики на одну одиницю (за умови, що інші чинники постійні). У випадку степеневих моделей (готелі «Братислава» та «Хрещатик»), параметри, по суті, є коефіцієнтами еластичності, які демонструють чутливість змін доходу до змін факторних характеристик. Відповідно, узгодженість впровадження всіх компонентів цифрової взаємодії споживачів готельних послуг забезпечує збільшення обсягу наданих послуг та ефективність роботи готелю.

Ключові слова: цифровізація, готель, бізнес-процес, залучення споживачів, цифрові технології

Класифікація JEL: L25, L83, O10



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.