

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

**СУЧАСНІ ГОТЕЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В УКРАЇНСЬКОМУ ТУРИЗМІ В
УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

за спеціальністю: 242 Туризм
галузі знань: 24 Сфера обслуговування
за освітньо-професійною програмою: Туризм
на здобуття освітнього ступеня: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра
здобувачки денної форми навчання
IV курсу
групи «Організація туристичної діяльності»
Бердак Софії Олегівни

Науковий керівник
д.геогр.н, проф. Смирнов І.Г.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ ГОТЕЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ	
1.1 Цифрові технології в туризмі і його складовій – сфері гостинності	5
1.2. Нові технології в готельному бізнесі	16
1.3 Технології штучного інтелекту в готельному бізнесі	26
Висновки до розділу.....	29
Розділ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ ГОТЕЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
2.1. Вплив воєнного стану на готельну сферу в Україні	31
2.2. Інноваційні технології в готельному бізнесі України під час воєнного стану.....	36
2.3 Сучасний стан готельного господарства в Україні в умовах російської агресії.....	40
Висновок до розділу.....	43
Розділ 3. НОВІ ГОТЕЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ М.КИЄВА	
3.1. Міжнародні готельні ланцюги... ..	45
3.2. Українські готельні ланцюги.....	55
3.3. Інші готелі	63

3.4. Перспективи розвитку готельних технологій та їх використання в українському туризмі в повоєнний час	65
Висновки до розділу.....	67
Загальний висовок	69

Вступ

Сучасні тенденції цифрової трансформації проникають у всі сфери людської діяльності. Туризм не є винятком, що зумовлює необхідність комплексного дослідження та аналізу поточного стану застосування цифрових технологій у цій галузі, а також перспектив їхнього подальшого розвитку. Український туризм, як і вся економіка країни, переживає надзвичайно складний період в умовах воєнного стану. Повномасштабна агресія російської федерації завдала нищівного удару по галузі, яка до цього демонструвала стабільне зростання. Руйнування інфраструктури, обмеження пересування, загроза безпеці – ці та інші фактори призвели до різкого скорочення туристичного потоку та фактичного колапсу багатьох підприємств готельного бізнесу. Проте, навіть у таких важких умовах, галузь не припинила свого існування. Більше того, вона демонструє дивовижну стійкість та здатність до адаптації. Фактично, ми спостерігаємо збільшення кількості гостей, які прибувають в українські готелі. Одним з ключових факторів, що дозволяють готелям виживати та навіть розвиватися в умовах війни, є впровадження сучасних технологій. Цифровізація, автоматизація, використання інноваційних рішень – все це стає не просто трендом, а життєвою необхідністю для готельного бізнесу в Україні. Натепер прибуток готелям дають внутрішні туристи та іноземці, котрі працюють в Україні. Більше заробляють ті об'єкти, що знаходяться у західних областях. Саме тому тема даної дипломної роботи – "Сучасні готельні технології в українському туризмі в умовах воєнного стану" – є надзвичайно актуальною та важливою. Дослідження спрямоване на аналіз сучасних технологій, які використовуються в готельному бізнесі України в умовах війни, виявлення їхніх переваг та недоліків, а також розробку рекомендацій щодо їхнього подальшого впровадження та розвитку.

Розділ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ ГОТЕЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ

1.1. Цифрові технології в туризмі і його складові у сфері гостинності.

Сьогодні цифрові технології стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, і сектор туризму також активно піддається їх впливу. Вони змінюють майже всі аспекти туристичного досвіду: від етапу планування подорожі до перебування в обраному місці. Особливо в індустрії гостинності цифрові рішення відіграють вирішальну роль у підвищенні якості обслуговування, вдосконаленні операційних процесів і зміцненні конкурентоспроможності компаній. Цифровізація у сфері туризму – це вже не просто тенденція, а нагальна потреба, що спричинена динамічними змінами у вподобаннях споживачів і стрімким розвитком технологій. Сучасні мандрівники прагнуть швидкого доступу до інформації, персоналізованих сервісів і постійної можливості залишатися на зв'язку. Вони широко застосовують цифрові платформи для пошуку і бронювання житла, транспортних засобів, екскурсій та інших послуг. Тож готельні підприємства, які не адаптуються до цієї реальності, ризикують втратити свою клієнтську базу і залишитися поза конкуренцією. В умовах воєнного стану в Україні, коли традиційні методи ведення готельного бізнесу зазнають значних обмежень, сучасні тенденції цифрової трансформації проникають у всі сфери людської діяльності, зокрема у сферу туризму та гостинності. Це зумовлює необхідність комплексного дослідження та аналізу поточного стану застосування цифрових технологій у готельному бізнесі України, а також перспектив їхнього подальшого розвитку в умовах війни [44].

Вплив глобальних тенденцій:

- Статистичні дані щодо використання цифрових технологій у всіх сферах економічного та соціального життя, включаючи боротьбу з пандемією

COVID-19, підкреслили необхідність інтеграції цифрових технологій у туристичну діяльність.

- Розвиток цифрових технологій у світі прискорив та трансформував процеси виробництва, продажу та споживання туристичного продукту, зокрема у сфері гостинності.

Зростання використання цифрових технологій у повсякденному житті:

- Високий рівень використання цифрових технологій у повсякденному житті для вирішення різних завдань, включаючи планування та здійснення подорожей, підкреслює необхідність їхнього впровадження у сферу гостинності.

- Туристи активно використовують безготівкові розрахунки, онлайн-бронювання, системи навігації та інші цифрові інструменти, що створює попит на відповідні послуги у готелях.

Використання цифрових технологій для управління кризовими ситуаціями:

- Використання цифрових технологій, зокрема великих даних, для аналізу ризиків дозволяє туристичним компаніям, включаючи готелі, покращити управління кризовими ситуаціями.

- Можливість швидкого реагування на небезпеки та адаптація до змінних умов є особливо важливою в умовах воєнного стану. (нестеренко)

Інформаційна революція, також відома як цифрова ера, розпочалася в США в 1950-х роках після створення першого в історії електронного обчислювального пристрою. Однак, цифрові технології спочатку застосовувалися для промислового розвитку і мали обмежений вплив на зростання туристичної галузі. Від початку цифрової ери до 1990-х років, туризм був лише частково оцифрований. У туристичній індустрії, наприклад, електронні обчислювальні пристрої використовувалися для обробки корпоративних даних, дистанційної купівлі квитків або надання консультаційних послуг. З розвитком інтернету в 1990-х роках, цифрові технології почали суттєво змінювати

туристичну галузь. З'явилися онлайн-платформи для бронювання готелів, квитків та турів, що зробило подорожі більш доступними та зручними. Мобільні технології та соціальні мережі дозволили туристам ділитися досвідом та отримувати інформацію в режимі реального часу. Впровадження цифрових технологій також сприяло розвитку нових форм туризму, таких як віртуальні тури та персоналізовані подорожі.

1.1.2. Етапи цифрової революції в туризмі:

Початковий етап (1950–1980 рр.)

Використання комп'ютерів для обробки даних авіакомпаній та великих готельних мереж: Зараз вже важко уявити, як могли функціонувати готелі, санаторії, мотелі, туристичні фірми та інші компанії без систем комп'ютерного забезпечення. В даний час ці системи широко поширені і добре скоординовані. На сьогоднішній день існує декілька професійних розробок, які заслуговують уваги при виборі автоматизованої системи управління [1].

Поява перших систем бронювання квитків: Зростання авіаційної галузі, що виражається в збільшенні кількості авіакомпаній, повітряних суден та обсягів перевезень, зумовило необхідність впровадження автоматизованих систем бронювання (АСБ). Ці системи стали ключовим інструментом для резервування місць на авіарейсах. Перші такі системи з'явилися в середині 1960-х років. Зокрема, компанії United Airlines та American Airlines розробили системи Apollo та Sabre відповідно. На початковому етапі розвитку ці системи використовувалися переважно авіакомпаніями, які встановлювали термінали у своїх офісах. Автоматизовані системи бронювання авіаквитків відіграють важливу роль у розвитку туристичної індустрії. Вони сприяють зниженню вартості туристичних послуг, одночасно підвищуючи їх якість. Інтеграція України до міжнародних систем бронювання сприятиме значному зростанню як в'їзного, так і виїзного туризму. Масштаб сучасних систем бронювання підтверджується статистичними даними: в туристичних агентствах та офісах

авіакомпаній, які працюють з цими системами цілодобово, встановлено близько 600 тисяч терміналів. З огляду на розширення сфери використання, комп'ютерні системи бронювання отримали нову назву – Глобальні системи резервування (GDS) [2].

Етап інтернету (1990–2000 рр.): Етап інтернету (1990–2000 рр.) у туризмі став періодом фундаментальних змін, які трансформували галузь, зробивши її більш доступною, зручною та глобальною. Ось ключові аспекти цього періоду:

1. Поява онлайн-тревел-агентств:

З'явилися перші онлайн-платформи для бронювання подорожей, такі як Expedia, Travelocity та Orbitz. Вони дозволили туристам самостійно планувати та бронювати поїздки, не звертаючись до традиційних турагентств. Це стало початком ери самостійного планування подорожей, коли туристи отримали більше контролю над своїми поїздками.

2. Розвиток веб-сайтів туристичних компаній: Авіакомпанії, готелі та інші туристичні компанії почали створювати власні веб-сайти, де вони пропонували інформацію про свої послуги та можливість онлайн-бронювання. Це дозволило компаніям напряму взаємодіяти з клієнтами та зменшити залежність від посередників.

3. Онлайн-бронювання та електронна комерція: Інтернет став основним каналом для бронювання авіаквитків, готелів, оренди автомобілів та інших туристичних послуг. Електронна комерція в туризмі швидко зростала, забезпечуючи зручність та доступність для туристів по всьому світу.

4. Інформаційний бум: Інтернет став невичерпним джерелом інформації про туристичні напрямки, пам'ятки, культуру та інші аспекти подорожей. Туристи могли легко знаходити інформацію, порівнювати ціни та читати відгуки інших мандрівників.

5. Глобалізація туризму: Інтернет дозволив туристам легко планувати поїздки до будь-якої точки світу, незалежно від їхнього місцезнаходження. Це сприяло глобалізації туризму та зростанню міжнародних подорожей.

Вплив на туристичну галузь:

- Зростання конкуренції між туристичними компаніями.
- Зміна поведінки туристів, які стали більш самостійними та інформованими.
- Поява нових можливостей для маркетингу та просування туристичних послуг.
- Зростання ролі відгуків та рейтингів в прийнятті рішень туристами. Цей період заклав основу для подальшого розвитку цифрових технологій у туризмі, що призвело до появи мобільних додатків, соціальних мереж та персоналізованих подорожей.

Поява онлайн-тревел-агентств та платформ для бронювання: Перші онлайн-тревел-агентства, такі як Expedia, Travelocity та Orbitz, з'явилися в середині 1990-х років. Ці платформи пропонували можливість бронювання авіаквитків, готелів, оренди автомобілів та інших туристичних послуг в одному місці. Найпопулярніші ОТА : Expedia ;Booking.com; Agoda; Tripadvisor; Kayak.

Етап мобільних технологій та соціальних мереж (2000–2010 рр.): Більшість туристичних підприємств для активної маркетингової стратегії мають використовувати соціальні мережі. Проте це стосується не лише створення сторінки в мережі, важливо навчитися використовувати всі можливості Інтернет-ресурсів для просування свого продукту. Наприклад: створення свого профілю, завантаження фото та відео, поширення інформації про знижки, консультування, відгуки, оцінки та інше. Соціальні мережі в туризмі: від перших кроків до потужного інструменту [3]. Початок ери соціальних мереж у туризмі: Перші соціальні мережі, такі як Friendster та MySpace, з'явилися на початку 2000-х

років. Вони стали платформами для спілкування та обміну інформацією між користувачами. Туристичні компанії швидко усвідомили потенціал цих платформ для просування своїх послуг.

Перші кроки:

На початковому етапі туристичні компанії використовували соціальні мережі для створення сторінок, де вони розміщували інформацію про свої послуги та контактні дані. Вони також почали використовувати соціальні мережі для спілкування з клієнтами, відповідаючи на їхні запитання та коментарі.

1. *Фото та відео*: З появою платформ, таких як Flickr та YouTube, туристичні компанії почали використовувати візуальний контент для просування своїх послуг. Вони розміщували фотографії та відеоролики, що демонстрували красу туристичних напрямків та привабливість їхніх послуг.

2. *Відгуки та рейтинги*: З розвитком платформ, таких як TripAdvisor, туристи отримали можливість ділитися своїми відгуками та рейтингами про туристичні компанії та послуги. Це стало важливим фактором для прийняття рішень туристами, оскільки вони могли отримати інформацію з перших рук від інших мандрівників.

Сьогодні соціальні мережі є невід'ємною частиною маркетингової стратегії будь-якої туристичної компанії. Вони надають безліч можливостей для просування послуг, залучення клієнтів та побудови лояльності. Профіль – це візитна картка компанії. Він має бути інформативним, візуально привабливим та відображати унікальність вашого бренду. Використовують якісні фотографії та відео, додають детальний опис послуг, контактну інформацію та посилання на веб-сайт.

3. *Візуальний контент*: Завантажуйте високоякісні фото та відео, які демонструють красу туристичних напрямків, комфорт готелів або захопливі екскурсії. Візуальний контент є ключовим для залучення уваги користувачів та створення емоційного зв'язку з вашим брендом.

4. *Активне поширення контенту*: Регулярні публікації цікавого та корисного контенту, який відповідає інтересам вашої цільової аудиторії. Використання різних форматів контенту, такі як пости, сторіз, відео, прямі трансляції та опитування.

5. *Взаємодія з аудиторією*: Відпові на коментарі та повідомлення, беріть участь в обговореннях та організуйте конкурси та розіграші. Взаємодія з аудиторією допомагає побудувати лояльність та довіру до вашого бренду.

6. *Використання хештегів*: Використання релевантних хештегів, щоб контент могли знайти користувачі, які цікавляться подорожами.

7. *Таргетована реклама*: Використання інструментів таргетованої реклами, щоб показувати ваші оголошення користувачам, які відповідають вашій цільовій аудиторії.

8. *Співпраця з інфлюенсерами*: Співпраця з блогерами та інфлюенсерами, які мають велику аудиторію та користуються довірою у вашій цільовій аудиторії. Інфлюенсери можуть допомогти вам підвищити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів.

9. *Аналітика та оптимізація*: Використовується інструменти аналітики, щоб відстежувати ефективність ваших маркетингових кампаній та вносити необхідні корективи. Аналіз даних допомагає зрозуміти, який контент найкраще працює, та оптимізувати ваші маркетингові зусилля. Соціальні мережі надають безліч можливостей для просування туристичних послуг. Важливо використовувати їх комплексно та стратегічно, щоб досягти максимальних результатів.

Поява мобільних додатків для подорожей: Мобільні додатки, або "мобільні застосунки", - це програмне забезпечення, розроблене для використання на смартфонах, планшетах та інших портативних пристроях. Вони можуть бути попередньо встановлені на пристрої або завантажені з онлайн-магазинів, таких як App Store, Google Play чи інші, як безкоштовно, так і за плату.

Спочатку мобільні додатки використовувалися переважно для швидкого доступу до електронної пошти, але з часом їх функціональність значно розширилася. Сьогодні вони охоплюють різноманітні сфери, включаючи мобільні ігри, навігацію за допомогою GPS, спілкування, перегляд відео та веб-серфінг. Ринок мобільних додатків є надзвичайно динамічним і постійно зростає. Для сучасних туристів існує безліч корисних мобільних додатків, таких як Booking.com, TripAdvisor, BlaBlaCar, Tickets.ua та інші. Кожен розробник прагне створити унікальний продукт, який виділятиметься серед конкурентів [12].

Етап персоналізації та штучного інтелекту (2010–сьогодення): Штучний інтелект допомагає у сфері перевезень, бот може самостійно забронювати білет на наступний рейс, у випадку, коли з поточним рейсом стався форс-мажор. Система знайде найбільш актуальну пропозицію, згідно з параметрами попереднього вибору користувача. Готелі також не залишаються осторонь, деякі з них використовують штучний інтелект аби підвищити рівень обслуговування. Їх чат-боти допомагають гостям готелю «зачекінитися», минаючи черги на стійці рецепції, та надає поради по відвідуванню кращих місцин регіону [11]

Розвиток віртуальних та доповнених реальностей у туризмі: Доповнена реальність (AR) – це технологія, яка збагачує наше сприйняття реального світу, накладаючи на нього цифрові елементи. Вона використовує мобільні пристрої та спеціальне програмне забезпечення, щоб додати віртуальну інформацію до фізичного оточення. Ця технологія набуває все більшої популярності в різних сферах, особливо в туризмі, музейній справі, громадському транспорті та готельно-ресторанному бізнесі. Вона не лише надає необхідну інформацію, але й допомагає користувачам створювати та зберігати маршрути для піших, автомобільних та інших подорожей. Наприклад, навівши смартфон на ресторан, ви можете миттєво отримати відгуки відвідувачів або переглянути відео, де шеф-кухар готує вашу улюблену страву. Доповнена реальність також дозволяє туристам здійснювати віртуальні екскурсії готелями, курортами та музеями, допомагаючи їм вибрати найкраще місце для відпочинку. А якщо ви

подорожуєте до країни з незнайомою мовою, мобільні додатки з AR можуть автоматично перекладати друковані матеріали, такі як меню, знаки та газети. [4].

Вплив цифровізації на туристичну галузь: Цифрова готовність міст та її вплив на туристичну галузь. Дослідження, проведене компанією PricewaterhouseCoopers, оцінило готовність великих міст світу до впровадження сучасних технологій, зосереджуючись на їхній інфраструктурній підготовленості. Згідно з рейтингом, лідерами у впровадженні цифрових технологій майбутнього є:

Сінгапур (62% готовності)

Лондон (59%)

Шанхай (55%)

Нью-Йорк (по 53%)

Оцінка рівня цифровізації культури та туризму включала аналіз:

наявності мультифункціональних кіосків та "розумних" зупинок;

розробки мобільних додатків для туристів;

використання інноваційних технологій в аеропортах та музеях.

Лідерами в цій категорії стали:

Барселона

Сінгапур

Шанхай

Сучасний рівень розвитку інформаційних технологій має значний вплив на туристичний бізнес та його складові. В умовах інформаційного суспільства: змінюється взаємодія між суб'єктами туристичного ринку, включаючи виробників та споживачів послуг, інформація стає ключовим ресурсом, що

формує переваги споживачів та визначає привабливість туристичних продуктів та напрямків. Цифрові технології трансформують туристичну галузь, роблячи її більш доступною, зручною та персоналізованою [5].

Зростання онлайн-бронювань та електронної комерції: Стало однією з ключових тенденцій, що трансформували туристичну індустрію. Цей процес не лише змінив спосіб, яким люди планують та організують свої подорожі, але й відкрив нові можливості для туристичних підприємств.

Ключові аспекти зростання:

1. *Доступність та зручність:* Інтернет дозволив туристам бронювати послуги в будь-який час та з будь-якого місця. Онлайн-платформи надають можливість порівнювати ціни, читати відгуки та вибирати найкращі пропозиції.

2. *Широкий вибір:* В інтернеті представлений величезний вибір туристичних послуг, від авіаквитків та готелів до екскурсій та турів. Це дозволяє туристам знаходити варіанти, які найкраще відповідають їхнім потребам та бюджету.

3. *Електронна комерція:* Розвиток електронних платіжних систем зробив онлайн-бронювання безпечним та зручним. Туристи можуть оплачувати послуги онлайн, не виходячи з дому.

4. *Персоналізація:* Онлайн-платформи збирають дані про користувачів, що дозволяє їм надавати персоналізовані рекомендації та пропозиції. Це робить процес планування подорожей більш ефективним та приємним.

5. *Мобільні технології:* Зі зростанням популярності смартфонів та планшетів мобільні додатки стали важливим каналом для онлайн-бронювання. Туристи можуть бронювати послуги на ходу, використовуючи свої мобільні пристрої.

6. *Вплив на туристичну індустрію:* Зміна поведінки туристів: Туристи стали більш самостійними та інформованими. Вони активно використовують інтернет для пошуку інформації та планування подорожей.

7. *Підвищення конкуренції:* Онлайн-платформи відкрили ринок для нових гравців, що призвело до посилення конкуренції. Туристичні підприємства повинні постійно вдосконалювати свої послуги та пропонувати конкурентоспроможні ціни.

8. *Розвиток нових бізнес-моделей:* З'явилися нові бізнес-моделі, такі як онлайн-тревел-агентства, метапошукові системи та платформи для обміну житлом. Ці моделі змінили традиційну структуру туристичної індустрії.

9. *Зростання ролі відгуків та рейтингів:* Відгуки та рейтинги стали важливим фактором для прийняття рішень туристами. Туристичні підприємства повинні приділяти увагу якості своїх послуг та репутації в інтернеті.

Зростання онлайн-бронювань та електронної комерції продовжує трансформувати туристичну індустрію, роблячи подорожі більш доступними, зручними та персоналізованим [14].

Таблиця 1.1. Етапи цифровізації в туризмі [розроблено автором].

Період	Ключеві технології	Приклад	Вплив на туризм
	Основи компютерезації, перші системи бронювання	Sabre (American airlines), Apollo (united Airlines)	Google, Translate AR, віртуальні тури, чат боти
1990-2000 (інтернет-етап)	Інтернет, онлайн-	Expedia, Booking, Travelocity	Самостійне бронювання, зростання

	агентства, веб-сайти		електронної комерції
2000-2010 (мобільність і соцімережі)	Соціальні мережі, мобільні додатки	м	Маркетинг через соцімережі, вплив відгуків, активна взаємодія з клієнтами
2010-сьогодення	Штучний інтелект, AR/VR великі дані	Google, Translate AR, віртуальні тури, чат боти	Персоналізація сервісів, нові враження, швидкий сервіс
Майбутнє (прогнозовано)	Повна автоматизація, метавсесвіт, нейромережі	Метатуризм, віртуальні подорожі	Заміна парадигм подородей, цифровий туризм

1.2. Нові технології у готельному бізнесу.

Сучасний готельний бізнес не може обійтися без технологічних інновацій. Це пов'язано з тим, що для успіху готелі повинні залучати нових клієнтів і утримувати існуючих. Для цього необхідні сучасні рішення, які дозволяють економити час, гроші та енергію. Один із ключових напрямків технологічного розвитку – це використання енергоефективних технологій. Управління готелем – це складний процес, який вимагає постійного вдосконалення. У сучасному світі будь-який бізнес неможливий без активного використання інновацій. Технології допомагають залучати нових клієнтів через онлайн-бронювання та цифрові маркетингові інструменти. Вони також покращують досвід клієнтів, забезпечуючи персоналізовані послуги та зручність. Автоматизація процесів та використання енергоефективних технологій дозволяють знизити витрати та

підвищити продуктивність. Використання природних ресурсів, таких як сонячна енергія, та утилізація відходів. У сучасному світі, що швидко змінюється, готелі повинні постійно впроваджувати нові технології, щоб залишатися конкурентоспроможними. Впровадження інформаційних систем для об'єднання всіх процесів в середині готелю. Отже, технології є ключовим фактором успіху в готельному бізнесі, дозволяючи покращити обслуговування, підвищити ефективність та забезпечити стійкий розвиток.(інноваційні технології). Сучасні готелі потребують автоматизованих систем управління (АСУ/PMS) для ефективної роботи в умовах жорсткої конкуренції. Ці системи, що інтегрують різні підрозділи готелю, сприяють злагодженій взаємодії персоналу, клієнтів і партнерів[7]. Технологічний прогрес вимагає від готелів постійного оновлення систем управління. Якщо раніше технічне оснащення оновлювалося кожні 7-9 років, то зараз – кожні 3-5 років. На ринку представлені різноманітні АСУ, як західні (Micros Fidelio, OPERA). Провідні розробники пропонують рішення для віддаленого використання на основі інтернет-технологій. В Україні впровадження АСУ розпочалося в середині 90-х років, але вітчизняний готельний бізнес відстає від західних стандартів. Наприклад, корпорація Marriott інвестує мільйони доларів у розробку та підтримку власних програмних продуктів, що дозволяє їй економити на витратах. Отже, впровадження АСУ є необхідним кроком для підвищення ефективності та конкурентоспроможності готелів.

Інтерактивне бронювання та реєстрація

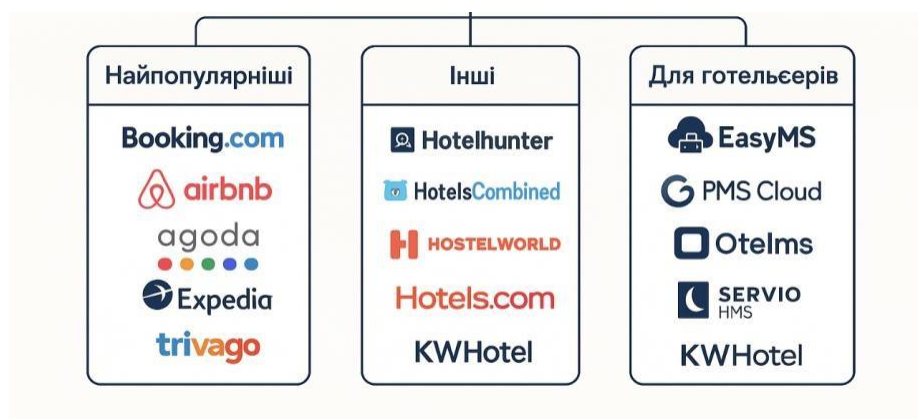
Сучасна світова тенденція - прискорення процесу роботи з гостями: бронювання, швидший заїзд check-in і check-out (реєстрація та від'їзд).

Мобільні програми для бронювання:

Для сучасних мандрівників, які цінують швидкість і комфорт, мобільні додатки для резервування номерів стали незамінними інструментами. Ці додатки дозволяють легко знаходити та бронювати готелі, надаючи актуальну

інформацію про доступність номерів, ціни та послуги. Крім того, вони часто інтегровані з програмами лояльності, пропонуючи зареєстрованим користувачам спеціальні знижки та ексклюзивні пропозиції. Мобільні додатки для бронювання готелів є динамічними інструментами, що постійно вдосконалюються. Розробники регулярно оновлюють їх, додаючи нові функції та покращуючи інтерфейс, щоб забезпечити користувачам максимально зручний та ефективний досвід. Тому, обираючи додаток, важливо враховувати ваші особисті потреби та переваги, адже кожен з них має свої унікальні особливості. Крім того, багато великих мереж готелів пропонують власні мобільні додатки, які надають додаткові функції та бонуси для постійних клієнтів. Ці додатки можуть включати ексклюзивні пропозиції, можливість швидкого бронювання, персоналізовані рекомендації та інші переваги, що роблять перебування в готелі ще більш комфортним та приємним [10].

Схема 1.2. Додатки для бронювання готелів в Україні [розроблено автором]



Самостійна реєстрація через кіоски:

Термінали самообслуговування стають все більш популярними в сучасному суспільстві, замінюючи традиційне обслуговування персоналом у різних сферах. Ця тенденція активно поширюється і на готельний бізнес, де технології Self Check-in впроваджуються як у великих готелях, так і в невеликих хостелах. У великих готельних комплексах з високою прохідністю такі

термінали допомагають уникнути черг і спрощують процес реєстрації гостей. Відвідувачі можуть самостійно заселитися, не чекаючи в черзі на стійці адміністратора, що значно підвищує рівень комфорту. Для невеликих готелів і хостелів використання таких технологій стало новим форматом бізнесу, оскільки дозволяє зменшити витрати на персонал або навіть повністю від нього відмовитися. Термінали працюють цілодобово, виконуючи всі функції, які зазвичай виконують співробітники ресепшену, замінюючи собою щонайменше трьох працівників.

Переваги для готелю:

- Прискорення процесу заселення та виселення: Гості можуть самостійно реєструватися за лічені хвилини, уникаючи черг на рецепції.
- Зниження витрат на персонал: Немає необхідності утримувати додатковий штат працівників, виплачувати їм зарплати, лікарняні та оплачувані відпустки.
- Відсутність людського фактора: Термінали не припускаються помилок, не втомлюються і не впливають на якість обслуговування.
- Багатомовний інтерфейс: Кіоски можуть підтримувати кілька мов, що спрощує комунікацію з іноземними гостями та зменшує потребу у багатомовному персоналі.
- Доступність 24/7: Технологія дозволяє заселяти та виселяти гостей у будь-який час доби, що особливо зручно для тих, хто прибуває вночі або рано-вранці.
- Реклама та додаткові послуги: Через термінали можна демонструвати акції, спеціальні пропозиції та додаткові сервіси, що сприяє підвищенню прибутку.

- Підвищення статусу готелю : Впровадження сучасних технологій допомагає створити імідж інноваційного закладу та виділитися серед конкурентів.

Переваги для клієнтів:

- Жодних черг: Процедура заселення проходить швидко і без необхідності чекати адміністратора.

- Детальна інформація про номери: Гості можуть переглянути опис і фото номерів, обираючи найбільш підходящий варіант.

- Зручність і доступність: Простий та зрозумілий інтерфейс забезпечує легке користування терміналом навіть тим, хто не знайомий із технологією.

- Свобода в часі: Гості можуть заселятися та виселятися у будь-який момент, не турбуючись про робочі години рецепції.

Використання терміналів Self Check-in не лише оптимізує бізнес-процеси в готельному секторі, а й робить обслуговування зручнішим і сучаснішим як для власників готелів, так і для їхніх гостей.

Електронні Ключі та Безконтактні Технології

Використання цифрових ключів на смартфонах – це сучасне рішення для безпечного та зручного заселення в готель. Ця технологія не лише мінімізує контакти, сприяючи захисту здоров'я гостей, але й усуває необхідність очікування на стійці реєстрації, значно покращуючи загальний досвід. Для готелів це можливість безперебійно вести бізнес, дотримуючись суворих санітарних норм і запобігаючи поширенню інфекцій. Це також зміцнює довіру клієнтів і позитивно впливає на репутацію готелю. Як працюють цифрові ключі? Готель генерує унікальний код для кожного бронювання та надсилає його гостю через спеціальний додаток. Після підтвердження бронювання гість отримує посилання на цей код електронною поштою. По прибуттю в готель він може

одразу пройти до свого номера та відкрити його за допомогою смартфона. Замки Omnitec з Bluetooth-функцією дозволяють відкривати номери як з телефону, так і за допомогою цифрового коду, який також надається при бронюванні. Наприклад, електронний замок Code BLE. Інші моделі, такі як EVO та Gaudi BLE, додатково підтримують безконтактні карти MiFare, що дозволяє гостям використовувати фізичні карти для входу. Електронний замок Fit-In BLE пропонує можливість модернізації існуючих механічних або електронних замків, перетворюючи їх на Bluetooth-замки. Це дозволяє швидко та економічно оновити систему доступу в готелі[6].

Електронні системи бронювання та їх роль:

Глобальні системи бронювання (GDS) та онлайн-агентства (ADS) з'єднують готелі з клієнтами. GDS, з терміналами в сотнях тисяч турагентств, та ADS, з мільйонами користувачів, дозволяють швидко бронювати готелі по всьому світу. В Україні популярні Columbus, Classic, Fidelio, Otedis, Best Eastern та Unirez.

Послуги посередників:

- Підключення до GDS (Amadeus, Sabre, Galileo, Worldspan).
- Підключення до ADS (Expedia, Orbitz, HRS, Travelocity, Hotels.com, Priceline).

Провайдери пропонують єдине підключення, що поширює інформацію про готель у всі системи. Інформація включає опис готелю, тарифи, доступність номерів та зображення.

CRM та інновації:

CRM (управління відносинами з клієнтами) збирає дані про гостей для персоналізованих пропозицій. Інновації в готельному бізнесі включають:

- електронні системи бронювання;

- інтерактивне телебачення;
- Wi-Fi;
- управління енергією;
- медіахаби;
- RFID-замки;
- управління внутрішніми службами;
- прогнозне обслуговування;
- інфрачервоні сканери;
- безконтактні платежі;
- голосове управління.

RFID-карти та безконтактні технології:

Використання RFID-технології в готелях передбачає видачу гостям спеціальних карток або браслетів з вбудованими мікросхемами. Ці пристрої забезпечують безконтактний доступ до номерів та інших послуг, підвищуючи безпеку та зручність перебування гостей. Завдяки безконтактній технології гості можуть відчиняти двері та використовувати різні послуги в готелі, просто приклавши картку до зчитувача. Такий підхід не лише підвищує безпеку, але й робить доступ до номерів та інших зон готелю зручнішим і швидшим, дозволяючи швидко та легко відчиняти двері та користуватися різними можливостями готелю.

Управління освітленням та зручностями в номері

"Розумні" номери готелів пропонують гостям персоналізований досвід завдяки централізованому управлінню освітленням, температурою, шторами та іншими параметрами через мобільні додатки або пульти. Крім того, ці системи надають інформацію про бронювання, обслуговування номерів та інші зручності.

Автоматизовані системи освітлення та клімат-контролю, що використовуються в сучасних готелях, дозволяють гостям налаштувати атмосферу в номері за допомогою датчиків руху та світлових сценаріїв. Ці системи не лише підвищують комфорт, але й сприяють енергоефективності, що важливо для екологічно свідомих готелів.

Інтерактивна Комунікація з Гостями

Гості готелів можуть спілкуватися з персоналом та отримувати необхідну інформацію через чат-ботів та віртуальних помічників. Ці технології дозволяють автоматично відповідати на поширені запитання, обробляти бронювання, надавати інформацію про послуги та пропонувати персоналізовані рекомендації, що покращує доступність та оперативність обслуговування, а також зменшує навантаження на персонал. Крім того, деякі готелі надають гостям можливість спілкуватися з персоналом через персональні чати, де можна замовляти додаткові послуги, їжу в номер, отримувати інформацію про місцеві події та вирішувати інші питання. Це створює більш індивідуальний та зручний досвід для гостей, забезпечуючи миттєвий зворотний зв'язок.

Технології в харчуванні та розваги

Гості готелів можуть зручно замовляти їжу через мобільні додатки, які пропонують багато готельних ресторанів. Ці програми дозволяють легко вибрати страви, оплатувати замовлення та організувати доставку, включаючи можливість попереднього замовлення або замовлення в номер, що забезпечує гнучкість і зручність. Для розваг готелі використовують технології віртуальної реальності та ігор, пропонуючи гостям унікальні враження. Це можуть бути віртуальні екскурсії місцевими визначними пам'ятками, інтерактивні ігри або віртуальні подорожі, що збагачують дозвілля гостей та додають інновацій у сферу розваг.

Сучасні готелі пропонують широкий спектр інтерактивних систем телебачення, комунікацій та розваг. Компанія «Hoist Technology» надає кілька варіантів:

- iMac: 24-дюймовий пристрій для розваг.
- Pod Community Blog: внутрішній блог для спілкування гостей.
- Easy TV: система для бюджетних готелів, що не потребує повної заміни телевізорів.
- IPTV: цифрова система з фільмами, каналами та музикою. Вона також дозволяє гостям отримувати інформацію про послуги готелю, а персоналу - дізнаватися про їхні вподобання.

Екологічні Інновації у Готельному Бізнесі

Готельний сектор активно впроваджує інноваційні рішення для зменшення паперового документообігу та підвищення енергоефективності. Використання електронних чеків, онлайн-бронювання, електронних ключів та інтелектуальних систем управління енергією допомагає скоротити споживання паперу та електроенергії. Крім того, готелі застосовують технології для моніторингу та оптимізації енергоспоживання в приміщеннях, забезпечуючи раціональне використання ресурсів. Для зменшення впливу на довкілля готелі впроваджують "зелені" технології. Це включає встановлення сонячних панелей для виробництва екологічно чистої енергії, використання енергоефективних систем опалення, вентиляції та кондиціонування повітря (HVAC), а також переробку відходів. Ці технології сприяють зменшенню негативного впливу на довкілля та розвитку сталого готельного бізнесу. Завдяки впровадженню сучасних технологій, готельний бізнес значно покращив якість обслуговування та оптимізував операційні процеси. Електронні системи бронювання, персоналізовані послуги, "розумні" номери, аналітика даних та інші інновації дозволяють готелям надавати більш комфортні, безпечні та індивідуальні послуги. Технології також сприяють екологічній стійкості та енергозбереженню,

що є важливим аспектом для сучасного готельного сектору. Система управління внутрішніми процесами готелю (бек-офіс) – це інструмент, який дозволяє оптимізувати роботу персоналу, зменшити кількість помилок і покращити якість обслуговування гостей.

Система керування внутрішніми службами готелю (Back-office)

Координація роботи персоналу: Система забезпечує зв'язок між усіма працівниками готелю, від покоївок до інженерів, за допомогою бездротової мережі. Доступ до інформації в реальному часі: Персонал має можливість отримувати актуальну інформацію про стан номерів (потребують прибирання, ремонту), наявність товарів на складі та особливі побажання гостей. Автоматизація процесів: Система дозволяє автоматизувати рутинні завдання, такі як розподіл номерів для прибирання, формування звітів та контроль за виконанням робіт.

Покращення якості обслуговування: Завдяки оперативному доступу до інформації та координації роботи персоналу, готель може швидше реагувати на потреби гостей та надавати якісніші послуги.

Переваги використання системи:

- Підвищення ефективності роботи персоналу.
- Зменшення кількості помилок.
- Покращення якості обслуговування гостей.
- Оптимізація витрат.
- Покращення комунікації між відділами.

Система керування внутрішніми службами готелю є потужним інструментом, який допомагає готелям підвищити ефективність своєї роботи та покращити якість обслуговування гостей [14].

1.3. Технології Штучного інтелекту в готельному бізнесі

Готельний бізнес активно трансформується завдяки впровадженню інтелектуальних систем обслуговування. Мобільні додатки дозволяють гостям зручно реєструватися, замовляти послуги та керувати умовами в номері, такими як освітлення та температура, прямо зі своїх смартфонів. Це не лише покращує комфорт гостей, але й підвищує ефективність роботи готелю. Штучний інтелект відіграє все більш важливу роль у готельному секторі. Використання інтелектуальних чат-ботів для надання інформації про готель та місцеві визначні місця, а також систем прогнозування попиту та ціноутворення, допомагає готелям оптимізувати свою діяльність та забезпечити якісніше обслуговування [15]. Штучний інтелект (ШІ) значно підвищує продуктивність праці в готельному бізнесі, автоматизуючи рутинні операції. Завдяки потужному апаратному забезпеченню та спеціалізованим алгоритмам, ШІ ефективно виконує конкретні завдання, використовуючи знання з певної сфери. ШІ допомагає в організації готельного обслуговування, зокрема, в процесі бронювання. Він аналізує історію пошуку та попередній досвід гостей, пропонуючи найкращі ціни та персоналізовані рекомендації. Нейромережі збирають та аналізують дані про потреби та вподобання гостей з різних джерел, забезпечуючи динамічне ціноутворення та передбачаючи індивідуальні побажання. Наприклад, платформа Homes & Villas Marriott Bonvoу використовує ШІ для пошуку варіантів розміщення, зосереджуючись на бажаному досвіді гостей [16]. *Чат-боти* та віртуальні помічники, керовані ШІ, автоматизують відповіді на запитання та допомагають гостям бронювати номери. Вони забезпечують цілодобову підтримку, дозволяючи гостям швидко отримувати інформацію, а готелям – ефективно керувати продажами та пропонувати динамічні ціни. ШІ також допомагає створювати персоналізований досвід для гостей, надаючи індивідуальні пропозиції та рекомендації консьєржа [17].

Бронювання є першим етапом взаємодії гостя з готелем, де збирається інформація для формування індивідуального портрета гостя. ШІ прогнозує

додаткові послуги, які можуть зацікавити гостя, аналізуючи його вибір, бюджет та побажання. Це допомагає готелям максимізувати дохід [18].

Електронні системи та ШІ спрощують реєстрацію гостей, зменшуючи навантаження на рецепцію. ШІ використовується для персоналізованого обслуговування або безконтактної реєстрації. Проведене компанією «Hotel Tech Report» дослідження показало, що рівень задоволення гостей знижується на 50% під час очікування більше ніж 5 хв. біля стійки реєстрації [19], що є підставою для клієнтоорієнтованих готелів перекласти завдання реєстрації на нейромережі. Інші дослідження вказують, що зменшення взаємодії з персоналом може призвести до негативного клієнтського досвіду, особливо, якщо такий досвід є першим для гостя. Однак, важливо зберігати баланс між самообслуговуванням та людською взаємодією. Безконтактна реєстрація стала популярною під час пандемії. Першими його застосовувати почали відомі готельні бренди, такі як Hilton, InterContinental, Wyndham та інші, які впровадили технології самообслуговування, розробили мобільні додатки та встановили розумні кіоски реєстрації, алгоритми яких враховують особисті запити гостей й надають рекомендації, створюють умови для подолання мовного бар'єру, що покращило враження гостей від отримання більшої персоналізації, пришвидшення серійних операцій та дозволило персоналу зосередитись на якості індивідуальної гостинності. (33) Guest Expectations for Hotel Tech In 2019. Openkey: Це покращує персоналізацію та дозволяє персоналу зосередитися на індивідуальному обслуговуванні. Безконтактні системи включають цифрові ключі, розпізнавання обличчя, мовні перекладачі та чат-боти [20]. Цифрові ключі та розпізнавання обличчя підвищують безпеку, але вимагають захисту персональних даних. Мовні перекладачі допомагають подолати мовний бар'єр. "Розумні" номери з голосовими помічниками дозволяють керувати функціями номера, запам'ятовувати налаштування, підвищувати безпеку та оптимізувати енергоспоживання. ШІ автоматизує процес виїзду, нагадуючи про розрахунки, пропонуючи трансфер та збираючи відгуки. Це оптимізує час гостей та дозволяє персоналу зосередитися на

складних завданнях. Основні переваги ШІ в готельному бізнесі – це оптимізація процесів та персоналізація досвіду [21].

Таблиця 1.3. Основні переваги використання штучного інтелекту в гостьовому циклі [20]

Етап гостьового циклу	Оптимізація бізнес-процесів готелю	Персоналізація досвіду гостя
Бронювання	Збір інформації про гостя та аналіз історії досвіду; Прогнозування потреб; Оптимізація доступних номерів для продажу; Динамічне ціноутворення з урахуванням попиту.	Індивідуальний підбір номера з урахуванням попереднього досвіду; Швидка обробка запиту гостя; Персональні рекомендації; Цілодобова підтримка та консультації.
Реєстрація	Збір інформації про гостя; Передзаповнення реєстраційних форм та розпізнавання документів; Вибір способу оплати й інтеграція з іншими модулями; Мінімізація помилок	Голосовий помічник; Індивідуальні рекомендації; Автоматичне застосування бонусної системи або програми лояльності; Розпізнавання мови
Проживання	Налаштування параметрів номера; Прогнозне обслуговування; Оптимізація витрат; Підвищення ефективності роботи персоналу; Зростання безпеки.	Динамічна адаптація параметрів номера; Безконтактні ключі; Персональні рекомендації додаткових послуг; Нагадування про події; Швидкі відповіді через чат-бота і

		персональну комунікацію	текстову
Виїзд	Автоматична розсилка форми опитування і збір відгуків; Оптимізація витрат й перевірка оплат; Економія часу	Прогнозування виїзду; Пропозиції трансферу, сувенірів; Безконтактні оплата і виїзд	

Висновок :

Сучасний готельний бізнес перебуває в процесі глибокої цифрової трансформації, що зумовлена розвитком технологій та зростанням очікувань гостей щодо рівня сервісу. Використання новітніх технологій стало не лише конкурентною перевагою, а й необхідністю для підвищення ефективності управління, автоматизації процесів та покращення клієнтського досвіду.

Одним із ключових напрямів цифровізації є впровадження автоматизованих систем управління (АСУ/PMS), мобільних додатків для бронювання, інтерактивних сервісів та безконтактних технологій. Ці інструменти спрощують реєстрацію та виїзд гостей, підвищують безпеку та дозволяють персоналізувати послуги. Значну роль відіграє штучний інтелект (ШІ), який оптимізує бронювання, аналізує поведінку клієнтів, автоматизує спілкування через чат-ботів та підвищує точність прогнозування попиту.

Інновації у сфері енергоефективності, такі як «розумні» номери, автоматизоване керування освітленням і клімат-контролем, а також використання екологічно чистих технологій, сприяють зменшенню витрат і забезпечують сталий розвиток готельного бізнесу. Глобальні системи бронювання (GDS) та CRM-системи дозволяють ефективніше керувати відносинами з клієнтами, забезпечуючи персоналізований підхід до кожного гостя. Технологічний прогрес також впливає на організацію внутрішніх процесів готелю, підвищуючи продуктивність персоналу та забезпечуючи

оперативну координацію служб. Автоматизація бек-офісу, управління логістикою та впровадження аналітичних систем дозволяють готелям оптимізувати витрати та підвищити якість обслуговування.

Отже, впровадження новітніх готельних технологій у туризмі є ключовим чинником конкурентоспроможності та ефективного управління. Цифрові інновації не лише покращують досвід гостей, а й сприяють оптимізації бізнес-процесів, підвищенню рентабельності та розвитку стійких готельних підприємств у сучасному глобалізованому світі.

Розділ 2.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ ГОТЕЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ В УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЕННОГО СТАНУ

2.1. Вплив воєнного стану на готельну сферу в Україні.

До повномасштабного вторгнення Росії, український готельний ринок демонстрував стабільне зростання, залучаючи іноземних туристів та інвесторів. Розвиток інфраструктури та збільшення авіасполучення сприяли цьому процесу. Україна стала привабливою альтернативою для туристів з Аравійського півострова, Ізраїлю, Туреччини та Балкан, що призвело до зростання середнього чеку за послуги розміщення. Однак, війна кардинально змінила ситуацію. Готельний бізнес зазнав значних втрат, особливо в регіонах, де велися активні бойові дії. Західні готелі тимчасово виграли від внутрішньої міграції, але загалом туристичний потік значно скоротився. Іноземні туристи бояться відвідувати країну через безпекові ризики. Війна призвела до руйнування готелів, виведення бізнесу з окупованих територій, втрати кваліфікованого персоналу та проблем з постачанням. Сьогодні готелі покладаються на внутрішніх туристів та іноземців, які працюють в Україні, причому західні регіони мають більший попит. Внутрішній туризм зосереджується на заході України, оскільки східні та південні регіони потребуватимуть часу для відновлення. Готелі в Харкові, Чернігові, Херсоні, Миколаєві, Дніпрі та Київській області зазнали значних пошкоджень. Наразі немає точних даних про кількість зруйнованих готелів, але відомо про 12 публічно заявлених випадків. Більшість пошкоджень припадає на райони, де велися активні бойові дії [21]. 5 березня агентство Bloomberg повідомило, що сервіс оренди Airbnb отримав в Україні замовлення майже на 2 мільйони доларів від людей, які не проживають у заброньованих номерах, але просто бажають фінансово підтримати постраждалих від війни українців. За словами генерального директора Airbnb Браяна Ческі, на 2—3 березня в Україні було заброньовано близько 61 тисячі ночей. Майже три чверті замовників були зі

США, Великобританії та Канади [22]. Вплив комендантської години суттєво змінив режим роботи закладів розміщення. Обмеження в часі ускладнили процеси реєстрації та виїзду гостей, що призвело до концентрації навантаження на денні зміни. Готелі змушені були адаптуватися, оптимізуючи графіки роботи та збільшуючи кількість персоналу в денний час. Крім того, комендантська година призвела до того, що багато працівників готелів стали проживати на території закладів. Це було викликано не лише необхідністю забезпечення цілодобового функціонування готелів, але й міркуваннями безпеки. Готелі облаштовували тимчасові житлові приміщення для персоналу, забезпечуючи їх необхідними умовами для комфортного проживання. Така ситуація вимагала від готелів не лише змін у графіках роботи, але й перегляду внутрішніх правил та процедур. Готелі розробляли нові інструкції для персоналу, враховуючи особливості роботи в умовах комендантської години. Також готелі посилили заходи безпеки, забезпечуючи контроль за входом та виходом з території готелю в нічний час [23]. Готельний ринок України стикається з низкою серйозних проблем, які ускладнюють його розвиток.

Основними деструктивними факторами є:

Військовий конфлікт:

Він є головним дестабілізуючим чинником, що створює безпекові ризики, спричиняє міграцію населення та зменшує міжнародний туризм. Це призвело до закриття або тимчасового призупинення роботи багатьох готелів, особливо в регіонах, близьких до зони бойових дій.

Економічна нестабільність:

Війна спричинила девальвацію гривні, інфляцію та зниження доходів населення, що обмежило попит на готельні послуги, особливо з боку іноземних туристів. Готелі змушені скорочувати витрати та пропонувати бюджетні варіанти розміщення.

Інфраструктурні руйнування:

Пошкодження доріг, енергосистем та комунікацій ускладнюють доступ до готелів та зменшують кількість туристичних напрямків. Це особливо негативно впливає на готелі в регіонах, які стали менш доступними через бойові дії.

Зниження зовнішнього попиту:

Через війну іноземні туристи уникають відвідування України, що призвело до значного скорочення туристичного потоку. Це впливає на попит на готельні послуги, особливо у великих містах та курортних зонах.

Зміна структури попиту:

Переважання внутрішніх переселенців та релокованих компаній змінило клієнтську базу готелів. Збільшився попит на довготривале та бюджетне розміщення, а не на туристичні та преміальні послуги.

Нестача кваліфікованих кадрів:

Мобілізація та міграція призвели до дефіциту кадрів у готельному секторі, що ускладнює забезпечення якісного сервісу.

Конкуренція з орендними платформами:

Готелі конкурують з платформами короткострокової оренди, які пропонують гнучкіші умови та нижчі ціни.

Перебої з електропостачанням та зростання цін на енергоносії:

що також створює додаткові складнощі для готельного бізнесу.

Щодо саме українських готельних ланцюгів та їх проблем, то виділемо такі фактори :

Зростання операційних витрат

В умовах енергетичної кризи значно зросли витрати на комунальні послуги, паливо, харчування та технічне обслуговування. Утримання готельної

інфраструктури вимагає додаткових витрат на придбання генераторів, акумуляторних систем, систем очищення води та інше.

Відсутність державної підтримки

На відміну від стратегічних галузей економіки, туристична сфера наразі не має чітко визначених програм державної допомоги. Готельні підприємства самостійно шукають шляхи виживання, залучаючи інвесторів або переходячи на спрощені форми управління.

Репутаційні ризики

Частина готельних брендів з іноземним капіталом вийшла з українського ринку, що створює потребу у формуванні нових українських конкурентоздатних брендів. Для національних готельних мереж важливо зберігати довіру клієнтів через якість обслуговування, соціальну відповідальність та адаптацію до нових реалій.

Обмежені можливості для розвитку

Через загальну невизначеність, високі ризики та зниження платоспроможного попиту готельні мережі змушені відмовлятися від будівництва нових об'єктів або масштабних інвестицій у реконструкцію. Ці фактори створюють значний тиск на готельний ринок, вимагаючи швидкої адаптації та пошуку нових шляхів для стабілізації та розвитку. Ринок готельних послуг України зазнав значних коливань. У 2022 році, з початком повномасштабного вторгнення, виручка готелів впала на 51% порівняно з 2021 роком. Проте, завдяки адаптації операторів та споживачів до нових умов, у 2023 році спостерігалось відновлення, виручка зросла на 25,7%. Але все ще не досягла довоєнного рівня. Станом на середину 2024 року, за даними досліджень, готельний ринок України демонструє стійкість і потенціал для подальшого розвитку. Попри виклики війни, в країні планується реалізація значної кількості нових готельно-апартаментних комплексів та котеджних містечок. Це свідчить

про інтерес інвесторів до українського готельного сектору, навіть в умовах війни. Важливо зазначити, що готельний ринок України поступово відновлюється, але все ще залежить від багатьох факторів, зокрема від безпекової ситуації в країні. Також, значна роль відводиться внутрішньому туризму, та людям які працюють в Україні. Наразі західні регіони України демонструють найбільшу стабільність у готельному бізнес [23]. Відновлення готельного ринку в Україні протягом 2023–2024 років стало можливим завдяки кільком ключовим адаптаційним стратегіям:

Переорієнтація на внутрішній ринок:

З огляду на обмеження міжнародного туризму, готелі зосередилися на обслуговуванні внутрішніх клієнтів, таких як бізнес-мандрівники, внутрішньо переміщені особи та українські туристи.

Підвищення рівня безпеки:

Готелі, що забезпечують укриття, резервне енерго- та водопостачання, а також конференц-зали, користуються підвищеним попитом.

Інклюзивність:

Забезпечення безбар'єрного доступу стало важливим фактором для залучення широкого кола клієнтів.

Розширення спектру послуг:

Готелі впроваджують інноваційні послуги, такі як коворкінги, дитячі табори, оздоровчі програми, психологічна підтримка та розміщення з домашніми тваринами.

Впровадження технологій:

Використання онлайн-сервісів, мобільних систем реєстрації, автоматизації та енергоефективних технологій сприяє підвищенню ефективності та

задоволенню потреб клієнтів, особливо в умовах високого навантаження та дефіциту кадрів."

Також, варто додати, що не зважаючи на війну, в Україні планується реалізація значної кількості нових готельно-апартаментних комплексів та котеджних містечок. Це свідчить про інтерес інвесторів до українського готельного сектору.

2.2. Інноваційні технології в готельному бізнесі України під час воєнного стану.

В умовах воєнного часу, коли кожна галузь економіки зазнає випробувань, готельний бізнес України демонструє дивовижну стійкість та здатність до адаптації. Інноваційні технології, які раніше розвивалися поступово, зараз стрімко впроваджуються, стаючи не просто зручністю, а життєвою необхідністю. Цифровізація, автоматизація, посилення безпеки – ці напрямки стали пріоритетними для готелів, що прагнуть не лише вижити, а й продовжувати надавати якісні послуги. Онлайн-бронювання, віртуальні тури, системи відеоспостереження, чат-боти – ці технології допомагають гостям відчувати себе комфортно та безпечно, навіть перебуваючи далеко від дому. Гнучкість та мобільність стають ключовими характеристиками сучасного готельного сервісу. Готелі пропонують коворкінги, послуги доставки, адаптуючись до мінливих потреб клієнтів. Соціальні мережі та месенджери перетворюються на важливі канали комунікації, дозволяючи гостям отримувати оперативну інформацію та підтримку. Впровадження штучного інтелекту допомагає готелям краще розуміти потреби клієнтів, персоналізувати послуги та надавати швидкий зворотний зв'язок. Отже, готельний бізнес України не просто виживає, він трансформується, стаючи більш технологічним, безпечним та орієнтованим на клієнта. Це дозволяє йому не лише продовжувати свою роботу, а й закладати фундамент для успішного розвитку в майбутньому. Мобільний застосунок "Дія" відіграє важливу роль у розвитку інновацій в Україні, зокрема, опосередковано впливаючи і на готельний бізнес. Цифрові інструменти, що

обробляють, зберігають та генерують дані, стають невід'ємною частиною сучасного готельного бізнесу. Хоча їх впровадження вимагає часу та зусиль, результати вражають: оптимізація витрат, збільшення кількості бронювань та підвищення комфорту гостей. Наприклад, реєстрація за допомогою "Дії" спрощує процес заселення, онлайн-платежі роблять оплату зручнішою, автоматичні повідомлення інформують гостей на кожному етапі бронювання, а фіксація дзвінків покращує якість обслуговування. Таким чином, цифрові технології не лише економлять час та гроші готелю, але й створюють більш зручний та сучасний досвід для гостей. Цифровізація – це не просто тренд, а необхідність для сучасного бізнесу, що прагне до ефективності та конкурентоспроможності. Вона трансформує рутинні процеси, звільняючи час для стратегічних завдань і креативних рішень.

Основні переваги цифровізації:

1. Оптимізація комунікації:

- Відхід від застарілих методів, таких як пошта та факс, до миттєвих месенджерів та онлайн-платформ.

- Швидкий та зручний обмін інформацією між співробітниками, партнерами та клієнтами.

2. Економія часу та ресурсів:

- Перехід на безпаперовий документообіг, зберігання даних у CRM-системах.

- Автоматизація рутинних завдань, що дозволяє зосередитися на важливіших аспектах роботи.

3. Підвищення ефективності:

- Інтеграція систем лідогенерації для централізованого управління запитами.

- Автоматизація процесів продажів та маркетингу для підвищення конверсії.

4. Покращення обслуговування клієнтів:

-Автоматичні повідомлення на кожному етапі бронювання в готелях.

-Безконтактна реєстрація та онлайн-оплата для зручності гостей.

-Чат-боти для швидкої підтримки та контролю якості сервісу.

5. Розвиток персоналу:

-Онлайн-платформи для навчання та адаптації співробітників.

-Можливість створення інтерактивних навчальних матеріалів.

-Можливість проведення онлайн тестів для потенційних співробітників.

6. Цифровізація в готельному бізнесі:

- Онлайн-платформи для комунікації між підрозділами.
- Використання CRM, готельних програм та платіжних систем.
- Автоматизація процесів бронювання та реєстрації.

Цифровізація – це інвестиція в майбутнє, що дозволяє бізнесу адаптуватися до мінливого світу та досягати нових висот. Пандемія стала каталізатором для цифрової трансформації нашої компанії, прискоривши впровадження онлайн-сервісів для безпечної взаємодії з клієнтами. Цей імпульс, започаткований у складний період, виявився надзвичайно корисним і під час війни. Хоча готельний бізнес за своєю суттю є офлайн-сферою, завчасна цифровізація, проведена під час пандемії, допомогла нам адаптуватися до нових реалій воєнного часу. За тиждень до повномасштабного вторгнення ми підготували та розмістили на онлайн-платформі детальний план дій для співробітників, усвідомлюючи свою відповідальність за безпеку гостей і

персоналу. Безперервний інтернет став критично важливим для підтримки роботи системи, тому ми оперативно забезпечили готелі супутниковим зв'язком. Крім того, в деяких готелях були інтегровані системи оповіщення про повітряну тривогу та інструменти для відстеження переміщення гостей до укриттів.

Отже, цифрові технології не стали панацеєю від усіх проблем, але вони забезпечили необхідну гнучкість та стійкість, дозволивши нам ефективно реагувати на виклики воєнного часу та забезпечити безпеку наших гостей і співробітників. Цифрові технології – це не просто інструмент, а стратегічна перевага, що визначає конкурентоспроможність сучасного бізнесу. Впровадження CRM-систем та готельних програм, наприклад, дозволяє не лише покращити якість обслуговування, але й автоматизувати процеси, прискорити комунікацію та персоналізувати досвід клієнтів. Завдяки цьому, готель може запам'ятовувати вподобання гостей, їхні дні народження та історію проживання, створюючи програми лояльності та підвищуючи рівень задоволеності. Швидкість адаптації до цифрових інновацій також є ключовим фактором. Компанії, які відмовляються від застарілих методів комунікації та впроваджують онлайн-конференції, інтеграцію даних через "Дію" та інші сучасні рішення, отримують значну перевагу над конкурентами. Однак, цифровізація – це не одноразовий процес, а постійний розвиток. Необхідно постійно шукати нові можливості для автоматизації та впровадження інновацій. Взаємодія між бізнесом та ІТ-сферою є ключовою для цього процесу. Айтівці створюють нові інструменти, а бізнес їх впроваджує, підтримуючи один одного та рухаючись вперед у ногу з прогресом [25].

Схема 2.2. Інноваційність готельної сфери в Україні (2010-2025р.)
[розроблено автором].



2.3. Сучасний стан готельного господарства в Україні в умовах російської агресії

Готельна та туристична галузі є одними із найбільш привабливих секторів економіки для інвестицій у зв'язку з невеликими початковими вкладеннями капіталу, постійно зростаючим попитом суспільства на туристично-готельні послуги, високим рівнем рентабельності та середнім терміном окупності проектів. Готельна та туристична галузі стимулюють розвиток суміжних галузей народного господарства, насамперед, будівництва та торгівлі, сприяють створенню нових робочих місць. Готельна та туристична індустрії активно впливають на економіку міста (регіону, країни загалом), зокрема, сфери господарської та соціальної діяльності. Відновлення і розвиток готельного ринку значною мірою залежатиме від тривалості війни та економічної ситуації в країні, кажуть представники ЕУ в Україні. До повного та сталого завершення війни на

ринку будуть відсутні передумови для суттєвої зміни рівня заповнюваності та інших операційних показників готелів з огляду на обмежені економічні можливості населення та високий рівень невизначеності. Зокрема, на туристичному ринку відсутні передумови для відновлення туристичних потоків, особливо іноземних. У ДАРТ вважають, що у випадку закінчення війни та відновлення авіасполучення галузь швидко відновить довоєнні показники, особливо це стосується готелів, що орієнтуються на іноземців. Припускають, що в разі швидкого закінчення війни туристична зацікавленість Україною зросте, а показники галузі залежатимуть від того, чи зможе країна приймати туристичний потік з точки зору логістики, розміщення та безпеки.

Нині можна виділити такі фактори, що роблять перебування гостя в готелі більш комфортним:

- Індивідуальний підхід і нестандартні рішення. Комендантська година внесла свої корективи у функціонування готелю. Наприклад, співробітники об'єкта (кухарі, покоївки/прачки, офіціанти, технічна служба) можуть залишатися ночувати на роботі, щоб втримати звичний рівень сервісу

- Дрібниці. У них може бути схована справжня турбота. Людина має розуміти, що на неї тут чекали, їй щиро раді та готові допомогти. Спектр послуг в українських готелях, які не потребують оплати, значно збільшився. Це і медицина, і транспорт, і логістика, і навіть робота з дітьми та тваринами. Все це допомагає людині почуватися бажаним гостем, а також створює плідний ґрунт для розвитку туризму в нашій країні – тут готелі, в яких є душа.

- Наявність бомбосховища. Нині важливим фактором для гостей при виборі готелю є наявність бомбосховища. Воно має бути облаштоване: вентиляцією, автономним опаленням, водяними помпами, генераторами, вбиральною та мінімальними засобами та ресурсами для комфорту [29].

Бізнес після війни : Міжнародні туристичні партнери готові по завершенню бойових дій відкривати бізнес в Україні, створювати робочі місця та допомогти розвивати галузь. Інтерес до України сьогодні шалений. З ініціативи президента

йде мова про меморіалізацію певних місць в Україні, щоб створити своєрідні маршрути пам'яті. Багато людей захоче відвідати ті місця, які вже стали символами цієї війни. Якщо досі люди подорожували місцями козацької слави – до Холодного Яру, Черкащини, Хортиці, – то скоро до них додадуться місця нашої нинішньої слави. Про пляжний туризм на якийсь час доведеться забути – триватимуть розмінування. Сьогодні увесь світ захоплюється українським народом. І, говорячи про сміливість і героїзм наших людей, нам важливо вибудувати залученість іноземців до процесу відбудови і відновлення. Українці – це, безсумнівно, працьовиті, незламні та швидкоадаптивні люди. Тому процес відновлення готельної сфери, незважаючи на його складність, стане новою яскравою сторінкою у туристичному світі [45].

з метою забезпечення розвитку та ефективного функціонування суб'єктів гостинності, в державі запроваджуються програми та проекти підтримки цієї сфери економічної діяльності за сприянням міжнародних організацій. Попри військові дії Державною агенцією розвитку туризму спільно із Асоціацією Готелів та Курортів України реалізується проєкт із тестування європейської системи класифікації готелів "Hotels Stars Union" [46]. Такі кроки дозволяють наблизити стандартизацію готелів України до особливостей стандартизації у Європейському Союзі, що є одним із напрямів входження України у Євросоюз. Сучасна військово-політична ситуація в Україні дозволяє виділити перспективні напрями розвитку готельного господарства: - переорієнтація готельного бізнесу на більш безпечні території Західної України; - Переорієнтація готельних послуг на реабілітацію, що має більший попит. Активізація курортних готелів;

- Збільшення кількості Апарт-готелів, більше пристосовані для прийому сімей та комфортного довготривалого проживання;

- Відкладений попит на туризм та популяризація України на міжнародному рівні активізує туристичну діяльність після завершення війни, що вплине і на готельне господарства

- Відкладений попит на туризм та популяризація України на міжнародному рівні активізує туристичну діяльність після завершення війни, що вплине і на готельне господарство;

- Пристосування готельних підприємств до реалій військового часу та пошук нових форм обслуговування;

- Формування на ринку готельного господарства "відкладеної пропозиції", що активізує конкуренцію та вдосконалення послуг у готельних підприємствах країни; - переобладнання готелів із врахуванням вимог безпеки та автономної роботи (наявність бомбосховищ, автономних джерел живлення);

- Розвиток екоготелів із орієнтацію на альтернативну енергетику; посилення контролю за походженням інвестицій, які вкладаються в готельне господарство; наближення стандартів готельного господарства до стандартів Європейського Союзу; розбудова нових підприємств та переобладнання існуючих завдяки залученню коштів від різних фондів повоєнного відновлення. Готельний бізнес, враховуючи його соціальне спрямування, є надзвичайно чутливий до військово-політичної ситуації в країні. Війна в Україні спричинила низку негативних процесів у функціонуванні готельного господарства країни та змусила готельні підприємства адаптовуватись до сучасних реалій. Такі зміни проявляються у виокремленні тенденцій майбутнього (поствоєнного) розвитку готельного господарства [47].

Висновок:

Війна в Україні суттєво змінила готельний ринок, спричинивши значні виклики для його функціонування та розвитку. Руйнування інфраструктури, скорочення туристичних потоків, зниження платоспроможності населення та необхідність адаптації до умов воєнного стану стали головними факторами, що вплинули на сферу гостинності. Проте, попри всі труднощі, готельний бізнес демонструє стійкість, здатність до адаптації та перспективи для майбутнього відновлення. Важливу роль у збереженні та розвитку готельного сектору відіграє цифровізація та впровадження інноваційних технологій. Автоматизація

процесів, онлайн-бронювання, використання CRM-систем, мобільних додатків та чат-ботів не лише покращують обслуговування клієнтів, а й оптимізують роботу персоналу. Також зросло значення безпеки: готелі облаштовують бомбосховища, автономні системи живлення та впроваджують нові стандарти роботи в умовах воєнного стану. Попри складну ситуацію, готельна сфера залишається перспективним сектором для інвесторів. Збільшення кількості апарт-готелів, розвиток екологічного туризму, переорієнтація на реабілітаційні послуги та адаптація до військових реалій створюють нові можливості для зростання. Після закінчення війни очікується активізація туристичного потоку, зокрема іноземних відвідувачів, що сприятиме швидкому відновленню ринку. Державна підтримка та міжнародні ініціативи, зокрема стандартизація готельного бізнесу за європейськими нормами, є важливими кроками до інтеграції України в глобальний туристичний простір. Відкладений попит на туризм, ініціативи щодо меморіалізації знакових місць війни та залучення іноземних партнерів стануть додатковими драйверами для розвитку галузі. Таким чином, війна стала серйозним випробуванням для готельного бізнесу в Україні, проте він зумів пристосуватися до нових умов і закласти основу для майбутнього відновлення. Адаптивність, технологічний розвиток, нові формати послуг та міжнародна підтримка стануть ключовими факторами його подальшого зростання в повоєнний період.

Розділ 3.

НОВІ ГОТЕЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ м. КИЄВА

3.1 Міжнародні готельні ланцюги

Готельні ланцюги відіграють ключову роль у розвитку сучасного готельного бізнесу, сприяючи просуванню високих стандартів обслуговування на світовому туристичному ринку та забезпечуючи стабільну якість готельного обслуговування для туристів. Вони не лише поширюють та підвищують рівень організації виробництва та обслуговування, але й формують унікальний образ готельного досвіду. Завдяки готельним ланцюгам, туристи в незнайомих країнах можуть відчувати себе комфортно, як вдома, в знайомій та зручній обстановці. Основні вимоги в готельних ланцюгах, організованих за цією моделлю, такі:

- єдність стилю (архітектура, інтер'єр);
- єдність позначень і зовнішньої інформації;
- просторий і функціональний хол;
- швидкість реєстрації клієнтів;
- номери, передбачені для постійних клієнтів;
- сніданок «шведський стіл»;
- наявність конференц-залу;
- гнучка система тарифів;
- єдине управління, маркетинг і служба комунікації.

Готельні ланцюги функціонують за принципом спільного фонду, куди готелі-учасники вносять кошти. Цей фонд спрямовується на спільну рекламну та маркетингову діяльність, сприяючи просуванню бренду. Важливо, що при цьому кожен готель зберігає свою фінансову та управлінську незалежність. Існує

можливість комбінування різних моделей управління в рамках одного ланцюга. Прикладом є готельний ланцюг "Аккор", найбільший у Європі. Він об'єднує готелі різних класів, представлені під різними брендами. Наприклад, "Пульман", "Софітель" та "Новотель" – це готелі високого класу, а "Алтеа/Меркур" – середнього [26]. Дослідження, проведені британськими фахівцями, показали, що при об'єднанні готелів у ланцюги прибутковість одного номера в 7 разів вище, ніж у незалежних готелях. Метою об'єднання готелів, по-перше, є забезпечення конкурентоспроможності на ринку готельних послуг за рахунок високої якості обслуговування, що досягається завдяки підтримці стану основних фондів (якість споруд, оформлення інтер'єрів, оснащення), а також кваліфікацією персоналу, безпекою клієнта та його майна. Другою причиною об'єднання готелів є забезпечення економічної ефективності діяльності за допомогою стабільного та гарантованого завантаження готелів. Таким чином, ланцюг дозволяє мінімізувати витрати на резервування, маркетингові дослідження, рекламу, підготовку кадрів. До міжнародних готельних мереж, які поширені в Україні, можна віднести Marriott International, Hilton, Wyndham Hotel Group, Accor Hotels, InterContinental Hotels, Radisson Hotel Group, Hyatt Hotels Corporation, Rexin (табл. 1). При цьому найбільша кількість готелів у мережі Radisson Hotel Group та Accor, а перший готель світового лідера InterContinental в Україні був відкритий в 2009 році в Києві [27]. Світові мережі входять на український готельний ринок з обережністю, тому зазвичай вони відкривають один-два готелі. Велика кількість підприємств, що входять до міжнародних ланцюгів, представлена в Києві. Інтерес для міжнародних готельних мереж становлять також центри відпочинку і ділових зустрічей: Трускавець, Львів, Одеса, Запоріжжя та гірськолижний курорт «Буковель». Серед особливостей розвитку міжнародних готельних мереж в Україні варто відзначити, що першочергово відкривались 4- та 5- тизіркові готелі, натомість сьогодні на український ринок виходять бюджетні (3- зіркові) бренди Ibis та Ramada [28].

Hilton

На даний момент її номерний фонд становить понад мільйон одиниць. Їй належать 6400 об'єктів нерухомості в 119 країнах і 18 готельних брендів – від втілення розкоші Waldorf Astoria Hotels and Resorts, LXR Hotels & Resorts і Conrad Hotels & Resorts до інноваційного та демократичного Tru by Hilton. Хілтон Київ - це сучасна 26-поверхова будівля. Номерний баланс готелю налічує 262 номери різних категорій, включаючи стандартні, покращені, люкси, а також дипломатичні та президентські апартаменти. Конференц-сервіс Hilton Kyiv («Хілтон Київ») включає бізнес-центр, 11 конференц-залів, великий зал засідань. Також до послуг гостей пропонується оздоровчий центр Health Spa з фітнес-залом та басейном, триярусний підземний паркінг на 176 місць, бальний зал на 350 осіб, два ресторани, цілодобовий снєк-бар. Мережа готелів Hilton активно інтегрує штучний інтелект (ШІ) для підвищення якості обслуговування та оптимізації внутрішніх процесів. Одним із ключових інструментів є чат-бот Connie, який надає гостям інформацію про готель, послуги та місцеві пам'ятки, а також допомагає з реєстрацією та виїздом. Connie здатний оперативно відповідати на запитання щодо послуг готелю, вказувати на розташування зручностей та інформувати про готовність сніданку, а також рекомендувати цікаві місця для відвідування. Крім того, Hilton використовує ШІ для персоналізації обслуговування, аналізуючи дані про гостей для надання індивідуальних рекомендацій щодо ресторанів та екскурсій. ШІ також допомагає оптимізувати роботу готелю, керуючи енергоспоживанням, прогножуючи попит та плануючи закупівлі.

Особлива увага приділяється використанню ШІ в процесі рекрутингу. Компанія розробила чат-бота, який відповідає на запитання кандидатів та надає персоналізований зворотний зв'язок, а також допомагає в організації співбесід. Впровадження ШІ дозволяє Hilton покращити досвід гостей, підвищити ефективність роботи та зміцнити свої позиції в готельній індустрії [29].

Huatt

1969 року мережа стала міжнародною. На даний момент вона налічує понад 850 об'єктів нерухомості у 60 країнах світу. Їй належать 20 брендів класу luxury та premium, серед яких Park Hyatt, Grand Hyatt, Miraval, Hyatt Regency, Andaz, Hyatt Place, Alila, Hyatt Centric, Thompson Hotels та інші. Готель «Hyatt Regency» розташований у діловому центрі міста Києва. Готель налічує 234 номери, з яких 25 категорії люкс, що входять до числа найрозкішніших апартаментів у столиці України [30]. Мережа готелів Hyatt активно впроваджує штучний інтелект (ШІ) для персоналізації досвіду гостей та оптимізації внутрішніх процесів. Аналізуючи дані про гостей, ШІ допомагає надавати індивідуальні рекомендації щодо ресторанів, спа-послуг та екскурсій, а також передбачати потреби гостей, готуючи номер до їхнього приїзду з урахуванням попередніх вподобань. Для швидкої та ефективної підтримки гостей Hyatt використовує чат-ботів та віртуальних консьєржів, які відповідають на запитання про готель, послуги та місцеві пам'ятки, а також допомагають з бронюванням та іншими послугами. Оптимізація роботи готелю також є пріоритетом для Hyatt. ШІ допомагає керувати енергоспоживанням, прогнозувати попит та планувати закупівлі, а також аналізувати відгуки гостей для покращення якості обслуговування. Окрім того, Hyatt використовує ШІ для підвищення рівня безпеки, застосовуючи його в системах відеоспостереження для виявлення підозрілої поведінки та аналізу даних про безпеку для запобігання потенційним ризикам. Загалом, використання ШІ дозволяє Hyatt покращити досвід гостей, підвищити ефективність роботи та забезпечити високий рівень безпеки [31].

Accor

Мережа працює майже в 100 країнах світу та штат компанії налічує 150000 осіб. Група Аккор має 40-річний досвід роботи і пропонує своїм клієнтам послуги двох основних напрямків: Управління готелями таких відомих брендів, як Fairmont, Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Mercure, Suitehotel, Ibis, All

seasons, Etap Hotel, Formule 1 і Motel 6, що становить більше 4000 готелів і 500000 номерів у 100 країнах світу [32].

У портфоліо групи більш ніж 45 брендів, готелі яких є і в Україні, зокрема у Києві, Львові та Одесі. Fairmont -5 зірковий готель розташований у самому серці історичного Києва, на Подолі, що робить його ідеальним місцем для відпочинку та ділових поїздок. Готелі Ibis - Сучасний тризірковий готель , є чудовим вибором для тих, хто шукає доступне та комфортне проживання у Києві, незалежно від мети подорожі [33]. Мережа готелів ibis представлена в Україні кількома закладами, які забезпечують комфортне проживання для гостей. Ці готелі забезпечують сучасні зручності та високий рівень обслуговування, характерний для мережі ibis.

В Україні готелі ibis розташовані в таких містах:

Київ:

- ibis Київ Центр
- ibis Київ Залізничний вокзал
- ibis Kyiv Beresteiska

Львів:

- ibis Lviv Center

Mercure Kyiv Congress-Стильний **чотиризірковий готель**, оформлений в авангардному стилі та прикрашений роботами відомих художників, поєднує сучасний дизайн із високим рівнем комфорту. **Mercure Kyiv Congress** ідеально підходить як для сімейного відпочинку, так і для ділових поїздок. Готель розташований у **будівлі торгового центру Cosmopolite**, що забезпечує зручний доступ до розваг і шопінгу [32]. Мережа готелів Ассог активно інтегрує штучний інтелект (ШІ) та цифрові технології для створення персоналізованого та зручного досвіду для своїх гостей. Використовуючи ШІ для аналізу даних, Ассог пропонує

індивідуальні рекомендації щодо номерів, ресторанів та розваг, а також персоналізовані пропозиції в рамках програми лояльності ALL - Accor Live Limitless. Для швидкої та ефективної підтримки гостей Accor впроваджує цифрові консьєржі та чатботи, які допомагають з бронюванням, відповідями на запитання та наданням інформації про місцеві пам'ятки. Оптимізація операційних процесів є ключовим аспектом стратегії Accor. ШІ допомагає керувати ресурсами, прогнозувати попит та покращувати енергоефективність, а також аналізувати відгуки гостей для покращення якості обслуговування. Accor активно розвиває мобільні додатки та цифрові ключі, що дозволяють гостям здійснювати бронювання, реєстрацію та виїзд онлайн, а також отримувати доступ до номерів. Використовуючи цифрові платформи, Accor покращує комунікацію з клієнтами та надає їм сучасні та зручні інструмент [32].

InterContinental

Вона володіє, управляє та надає франшизи 5964 готелям у більш ніж 100 країнах світу, а також займає одну з лідируючих позицій за номерним фондом — 886036 ключів. Готель ідеально підходить як для ділових мандрівників, оскільки забезпечує можливість проведення конференцій із професійним технічним обладнанням, так і для туристів, які відвідують Київ у рамках міського туризму, бажаючи ознайомитися з історією, архітектурними пам'ятками та місцевою кухнею. Однією з унікальних ініціатив InterContinental Kyiv та інших готелів мережі є програма InterContinental Collection, яка дозволяє проводити ділові зустрічі та заходи у форматі, що знайомить учасників із національно-культурними особливостями регіону. Ця програма відповідає найвищим стандартам обслуговування, розробляється індивідуально для кожного заходу та пропонує широкий вибір послуг. Серед доступних можливостей – інтерактивні виїзні програми для тимблдингу, зустрічі з місцевими знаменитостями, а також участь у соціально-екологічних проєктах. Такий підхід дозволяє готелю залучати нових клієнтів і залишатися конкурентоспроможним у динамічному готельному бізнесі, що потребує постійних інновацій [33]. Мережа готелів InterContinental, як частина IHG Hotels & Resorts, активно впроваджує цифрові технології для

покращення досвіду гостей та оптимізації операційних процесів. IHG, до якої входить InterContinental, активно розвиває цифрові платформи та мобільні додатки, що дозволяють гостям зручно бронювати номери, керувати бронюваннями та отримувати інформацію про готельні послуги. Мобільні додатки також надають можливість безконтактної реєстрації та виїзду, що особливо важливо в умовах сучасних вимог до безпеки. IHG використовує дані про гостей для персоналізації їхнього перебування. Це включає в себе рекомендації щодо ресторанів, розваг та інших послуг, що відповідають інтересам гостя. Програма лояльності IHG Rewards використовує цифрові технології для надання персоналізованих пропозицій та винагород. IHG впроваджує технології для покращення обслуговування гостей, такі як чат-боти та віртуальні консьєржі. Ці інструменти допомагають гостям отримувати швидкі відповіді на запитання та вирішувати проблеми. Використання систем управління готелем (PMS) дозволяє автоматизувати багато операційних процесів, що покращує ефективність роботи персоналу. IHG впроваджує технології для покращення комфорту гостей, такі як високошвидкісний Wi-Fi, системи "розумний дім" та сучасні мультимедійні системи. IHG активно працює над впровадженням технологій для покращення енергоефективності та екологічності своїх готелів.

InterContinental, як частина IHG, прагне використовувати цифрові технології для створення комфортного, персоналізованого та сучасного досвіду для своїх гостей.

Radisson Hotel

Сьогодні вона є однією з найбільших груп, що найбільш динамічно розвиваються в галузі. Їй належать понад 1100 об'єктів нерухомості у всьому світі. Мережа представляє 7 брендів – Radisson Collection, Radisson Blu, Radisson, Radisson RED, Park Plaza, Park Inn by Radisson та Country Inn & Suites by Radisson. Radisson Hotels став першою міжнародною готельною мережею, яка відкрила свої готелі в Україні [34]. Одним із ключових інструментів залучення та

утримання гостей є програма лояльності Radisson Rewards .Вона дозволяє клієнтам накопичувати бали за використання послуг мережі, які згодом можна обміняти на безкоштовне бронювання номерів у готелях Radisson [35]. Одним із найпопулярніших курортних готелів у Буковелі є Radisson Blu Resort. Він пропонує широкий спектр послуг, зокрема трансфер з аеропорту та організацію гірськолижного відпочинку. Крім того, готель надає бізнес-послуги, що робить його привабливим як для туристів, так і для ділових гостей [36]. Radisson розвиває цифрові платформи та мобільні додатки, що дозволяють гостям зручно бронювати номери, керувати бронюваннями та отримувати інформацію про готельні послуги. Мобільні додатки також надають можливість безконтактної реєстрації та виїзду, що відповідає сучасним вимогам безпеки. Radisson використовує дані про гостей для персоналізації їхнього перебування. Це включає рекомендації щодо ресторанів, розваг та інших послуг, що відповідають інтересам гостя. Програма лояльності Radisson Rewards використовує цифрові технології для надання персоналізованих пропозицій та винагород. Radisson впроваджує технології для покращення обслуговування гостей, такі як чат-боти та віртуальні консьєржі. Ці інструменти допомагають гостям отримувати швидкі відповіді на запитання та вирішувати проблеми. Використання систем управління готелем (PMS) дозволяє автоматизувати багато операційних процесів, що покращує ефективність роботи персоналу. Radisson впроваджує технології для покращення комфорту гостей, такі як високошвидкісний Wi-Fi, системи «розумний дім» та сучасні мультимедійні системи. Radisson активно працює над впровадженням технологій для покращення енергоефективності та екологічності своїх готелів. Radisson прагне використовувати цифрові технології для створення комфортного, персоналізованого та сучасного досвіду для своїх гостей [37].

Києві є два готелі мережі Radisson Blu:

1. **Radisson Blu Hotel, Kyiv City Centre:**

- Розташований у центрі міста, на вулиці Ярославів Вал, 22.

- Знаходиться неподалік від Золотих Воріт та інших історичних пам'яток.

- Має елегантні номери, ресторан і бар.

- Пропонує конференц-зали та фітнес-центр.

2. **Radisson Blu Hotel, Kyiv Podil City Centre:**

- Розташований на Подолі, за адресою вулиця Братська, 17-19.

- Знаходиться у історичній частині міста, недалеко від Конtrakтової площі.

- Пропонує стильні номери з безкоштовним Wi-Fi, ресторан та кафе.

- Має фітнес-центр та конференц-зали.

Основні відмінності між цими готелями:

- **Розташування:** Radisson Blu Hotel, Kyiv City Centre знаходиться в самому центрі ділової та культурної активності, тоді як Radisson Blu Hotel, Kyiv Podil City Centre розташований в історичному районі Подолу.

- **Атмосфера:** Готель у центрі може мати більш офіційну та бізнес-орієнтовану атмосферу, а готель на Подолі – більш затишну та історичну.

- **Особливості:** Хоча обидва готелі пропонують високий рівень сервісу та зручностей, вони можуть мати різні дизайнерські рішення та акценти в оформленні.

Обидва готелі Radisson Blu в Києві є чудовим вибором для проживання, і вибір між ними залежить від ваших особистих переваг щодо розташування та атмосфери.

Holiday in

Holiday in- міжнародний готельний ланцюг , який також представлений в Україні. Готельний ланцюг Holiday Inn відомий високим рівнем сервісу, інноваціями та помірними цінами. Holiday Inn першим запровадив франчайзинг та комп'ютерну систему бронювання. Готель Holiday Inn Kyiv в центрі Києва пропонує зручне розташування, можливості для ділових зустрічей, бізнес-центр, фітнес-центр та оздоровчі послуги. У зв'язку з пошкодженнями, отриманими в результаті обстрілу у грудні 2024 року, , готель тимчасово призупинив свою роботу. Впровадження електронних систем реєстрації гостей значно прискорює процес заселення, мінімізуючи ймовірність помилок. Штучний інтелект (ШІ) відіграє ключову роль у спрощенні реєстрації, знижуючи навантаження на рецепцію та підвищуючи задоволеність клієнтів. Алгоритми ШІ використовуються для персоналізації обслуговування або для створення систем самостійної безконтактної реєстрації. Згідно з дослідженням компанії «Hotel Tech Report», очікування біля стійки реєстрації понад 5 хвилин знижує рівень задоволення гостей на 50%. Це спонукає клієнтоорієнтовані готелі до використання нейромереж для реєстрації. Однак, деякі дослідження показують, що зменшення взаємодії з персоналом може негативно вплинути на досвід гостя, особливо при першому візиті. Тому важливо знайти баланс між самообслуговуванням та людською взаємодією. Прискорення реєстрації можливе завдяки автоматично згенерованим попередньо заповненим реєстраційним формам, інтегрованим з системами автоматизації готелю. Безконтактний сервіс набув особливої популярності під час пандемії COVID-19. Провідні готельні бренди, такі як Hilton, InterContinental та Wyndham, першими впровадили технології самообслуговування, мобільні додатки та розумні кіоски реєстрації. Алгоритми цих систем враховують індивідуальні потреби гостей, надають рекомендації та допомагають подолати мовний бар'єр, що покращує враження від персоналізованого обслуговування, прискорює рутинні операції та дозволяє персоналу зосередитися на якісному індивідуальному обслуговуванні [39].

3.2. Українські готельні ланцюги

Готельні ланцюги відіграють ключову роль у забезпеченні якісного функціонування ринку готельних послуг, гарантуючи стабільні стандарти обслуговування завдяки чітко визначеним правилам, незалежно від місця розташування готелю, що підвищує довіру та лояльність клієнтів. Їхня фінансова стабільність, зумовлена значними ресурсами, дозволяє інвестувати в розвиток інфраструктури, навчання персоналу та впровадження новітніх технологій, сприяючи підвищенню якості послуг та конкурентоспроможності. Глобальна присутність готельних ланцюгів забезпечує зручність для міжнародних туристів і бізнес-мандрівників, які цінують передбачуваність і комфорт у різних країнах. Отже, готельні ланцюги є важливим елементом сучасного готельного ринку, забезпечуючи високу якість послуг, фінансову стабільність і глобальну доступність [40].

Premier Hotels

Готельний ланцюг Premier Hotels був створений в 2003 році і на сьогоднішній день об'єднує 7 готелів в шести містах України. Це такі готелі, як: готель «Прем'єр Палац» (Київ), готель «Дністер» (Львів), готель «Лондонський» (Одеса), готель «Космополіт» (Харків), готель «Аврора» (Харків) і готель «Стар» (Мукачево). Готельний ланцюг «Premier Hotels» вирізняється нетрадиційним підходом до стратегії розвитку, об'єднуючи різноманітні за концепцією та послугами готелі в ключових ділових та туристичних центрах України. Завдяки індивідуальності кожного готелю, мережа уникає проблем стандартизації, водночас подвоюючи конкурентні переваги у позиціонуванні бренду та його впізнаваності, а також забезпечуючи єдину систему бронювання. Однак, через неоднорідність готелів, що працюють у різних сегментах ринку та під різними брендами, «Premier Hotels» складно назвати класичним готельним оператором. Створення такого об'єднання стало відповіддю на насичення ринку готелями високого класу та появу великих міжнародних операторів, що спонукало незалежні готелі до співпраці та розробки спільної бізнес-стратегії.

Основними особливостями «Premier Hotels» є:

- істинно слов'янська гостинність;
- затишна елегантність;
- зручні номери;
- виключно якісне обслуговування;
- особлива кухня;
- надзвичайні розваги;
- готелі, спроектовані у всіх відношеннях для зручності гостей;
- готелі, де гості або відвідувачі відчують, що їм завжди раді [41].

Готелі мережі розташовані в різних регіонах України, що впливає на їхню спеціалізацію. Наприклад, **Premier Palace Hotel** у Києві має діловий ухил, пропонуючи конференц-сервіс, оренду приміщень і апаратури, а також спа-послуги та спортзал. Готель відкритий у 1912 році й вважається культурною спадщиною міста, ставши першим п'ятизірковим готелем України. Водночас **Premier Resort Hotel** у Буковелі орієнтований на рекреаційний відпочинок. Хоча його будівництво ще триває, готель уже веде активну рекламну кампанію та пропонує апартаменти у приватну власність. Таким чином, **Premier Hotels and Resorts** об'єднує готелі різної спеціалізації, що забезпечує їй додаткові конкурентні переваги на ринку [35].

Ribas Hotels Group:

Ribas Hotels Group – це українська мережа готелів, що активно розвивається, з портфелем у 26 об'єктів по всій Україні. Мережа пропонує широкий спектр готелів, включаючи 3- та 4-зіркові, курортні пляжні та гірськолижні, міські, бутик-готелі, апарт-готелі та казино-готелі.

Ribas Hotels Group позиціонує себе як мережу з душею, що пропонує не просто місце для ночівлі, а затишні номери для комфортного відпочинку. Кожен готель мережі прагне створити атмосферу затишку та комфорту, забезпечуючи якісне та ненав'язливе обслуговування. Ribas Hotels Group - мережа готелів в

Одесі, Одеській області та Буковелі сьогодні пропонує гостям на вибір 10 міських, курортних, міні-, апарт-, бізнес-готелів і замських клубів з номерним фондом в 260 номерів, забезпечує якісне, ненав'язливе обслуговування і затишну, комфортну атмосферу в кожному готелі мережі Ribas Hotels Group.

Розвиває готелі курортні пляжні та гірськолижні готелі, міські готелі, бутік-готелі, апарт-готелі, казино-готелі. За останні 7 років в управління компанії перейшли 26 об'єктів.

Ribas Hotels Group спроектувала, побудувала й запустила 6 готельних об'єктів, серед яких:

гірськолижний готель Ribas Karpaty Hotel, апарт-готель WOL.121, бізнес-готелі WallStreet Hotel by Ribas, Bosstor by Ribas, City Hotel Bortoli by Ribas тощо.

Ribas Hotels Group активно досліджує та впроваджує штучний інтелект (ШІ) у свою діяльність, прагнучи оптимізувати процеси та покращити якість обслуговування.

Одним із ключових напрямків використання ШІ є сфера рекрутингу. Компанія застосовує ШІ для автоматизації відбору кандидатів, аналізу резюме та проведення попередніх співбесід, що значно економить час та ресурси. Це дозволяє швидше знаходити кваліфікованих співробітників, які відповідають вимогам вакансій.

Керівництво Ribas Hotels Group висловлює наміри активно впроваджувати ШІ в різні аспекти роботи компанії, розуміючи його важливість для підвищення ефективності бізнесу. Планується створення корпоративної культури, де кожен співробітник буде розуміти та вміти використовувати ШІ у своїй роботі.

У сфері маркетингу компанія також використовує цифрові технології, включаючи аналіз даних, що є однією з форм ШІ, для ефективного налаштування рекламних кампаній.

Враховуючи загальні тенденції використання ШІ в готельному бізнесі, Ribas Hotels Group прагне йти в ногу з часом, активно досліджуючи та впроваджуючи ШІ у свою діяльність.

Reikartz Hotel:

Історія Reikartz Hotel Group розпочалася у 2003 році в Україні, коли група бельгійських архітекторів на чолі з Франсуа Рейкарцем придбала старовинний особняк у самому серці Львова, на вулиці Друкарській. Тоді партнери помітили, що на українському ринку практично відсутні мережеві готелі європейського рівня категорії 3 та 4 зірки. Це стало поштовхом для амбітного проєкту – створення української мережі готелів під брендом Reikartz Hotels & Resorts. Сьогодні Reikartz Hotel Group – це потужна національна мережа, яка об'єднує 40 готелів в Україні та за її межами, представлені на готельних ринках Казахстану, Німеччини, Швеції, Грузії та Узбекистану.

Під її брендом функціонує п'ять готельних мереж:

- Reikartz Hotels: класичні міські та курортні готелі.
- VITAPARK: готелі з фокусом на активний відпочинок та оздоровлення.
- Optima Hotel: сучасні готелі з оптимальним співвідношенням ціни та якості.
- Reikartz Collection Hotel: готелі преміум-класу з унікальним дизайном.

Reikartz Hotel Group активно розвивається, пропонуючи гостям широкий спектр послуг та високий рівень сервісу. Мережа прагне задовольнити потреби

різних категорій мандрівників, від туристів до бізнесменів. Готелі пропонують спа на грязелікуванні та бальнеології. Присутні солярії, лікувальні масажі, апаратна фізіотерапія, сучасні методи омолодження: біоревіталізація та мезотерапія. Готелі розташовані переважно у західній Україні. Оскільки готелі розташовані в гірськолижних зонах, наявний також сервіс з активного відпочинку: гірськолижні траси, екскурсійні марш-рути, походи у гори з провідником [42].

ROYAL CLUB

Royal Hospitality Group – один із найуспішніших гравців на сучасному українському ринку готельних послуг. За сім років, з моменту заснування у 2005 році, компанія досягла значних успіхів, піднявши вітчизняний готельний бізнес на якісно новий рівень. З 2005 по 2011 роки Royal Hospitality Group відкрила дев'ять готелів європейського рівня в різних регіонах України, об'єднаних у мережу «Royal Hotels and SPA Resorts». Кожен готель пропонує гостям не лише комфортне проживання, але й широкий спектр додаткових послуг, таких як унікальні оздоровчі процедури, активний відпочинок та SPA-сервіс.

Особливості Royal Hospitality Group:

- Фокус на розкіш та оздоровлення: Мережа спеціалізується на готелях та SPA-курортах, пропонуючи гостям не лише відпочинок, а й можливість покращити своє здоров'я.
- Широкий спектр послуг: Готелі Royal Hotels and SPA Resorts пропонують різноманітні послуги, включаючи ресторани, бари, басейни, тренажерні зали, конференц-зали та інше.
- Унікальні оздоровчі процедури: Мережа відома своїми SPA-центрами, які пропонують широкий спектр процедур, від класичного масажу до унікальних методик оздоровлення.

- Активний відпочинок: Готелі мережі розташовані в мальовничих місцях, що дозволяє гостям насолоджуватися активним відпочинком на природі.
- Високий рівень сервісу: Royal Hospitality Group прагне забезпечити високий рівень сервісу, щоб кожен гість відчував себе особливим.

Royal Hospitality Group продовжує розвиватися, пропонуючи гостям нові послуги та враження [43]. Інформація про активне використання штучного інтелекту (ШІ) мережею готелів ROYAL CLUB у відкритих джерелах обмежена. Проте, з огляду на загальні тенденції розвитку готельного бізнесу, можна припустити, що компанія може використовувати або планує використовувати ШІ в кількох ключових сферах.

Перш за все, це персоналізація досвіду гостей. Аналіз даних про клієнтів дозволяє надавати індивідуальні рекомендації щодо ресторанів, спа-послуг та розваг, а також передбачати їхні потреби для надання персоналізованих послуг. По-друге, цифрові консьєржі та чат-боти можуть використовуватися для надання швидкої та ефективної підтримки гостям, відповідей на їхні запитання та надання інформації про готельні послуги. По-третє, ШІ може застосовуватися для оптимізації операційних процесів, таких як управління ресурсами, прогнозування попиту та покращення енергоефективності. Аналіз відгуків гостей також може сприяти покращенню якості обслуговування. Нарешті, розвиток мобільних додатків та використання цифрових ключів для доступу до номерів є ще одним напрямком, де ШІ може бути корисним. Для отримання точної інформації про використання ШІ в ROYAL CLUB рекомендується звернутися безпосередньо до представників готелю або відвідати їхній офіційний веб-сайт.

Табличка 3.2. Українські готельні ланцюги та технології ШІ
[розроблено автором].

Готельний ланцюг	Приклади застосування ШІ в готелі
 PREMIER HOTELS & RESORTS	Чат-боти для бронювання, аналітика клієнтів, smart-room
 Ribas Hotels Group	Динамічне ціноутворення, автоматизація чек-ін/аут
 Reikartz Hotel Group	CRM-системи з ШІ, персоналізація сервісів
 ROYAL CLUB HOTEL	Віртуальні помічники, голосові сервіси у номераах

Існують також сучасні проблеми українських готельних ланцюгів, особливо в умовах повномасштабної війни та економічної нестабільності. У відповідь на сучасні виклики — зокрема повномасштабну війну, зниження туристичного потоку, економічну нестабільність — українські готельні ланцюги шукають різноманітні шляхи збереження діяльності та трансформації. Нижче наведено приклади чотирьох найбільш показових мереж, які демонструють різні підходи до адаптації в умовах кризи.

1. Reikartz Hotel Group

Це найбільша національна готельна мережа, яка до початку війни налічувала близько 60 об'єктів по всій Україні. З початком бойових дій частина готелів була тимчасово закрита, однак мережа оперативно переорієнтувала свою діяльність:

- частину об'єктів перепрофільовано у шелтери для внутрішньо переміщених осіб (ВПО);
- основна увага зосереджена на бізнес-туризмі, роботі з державними замовленнями, проживанні військових та гуманітарних місій;
- значні інвестиції були спрямовані на закупівлю генераторів, облаштування укриттів та забезпечення автономності;
- запущено модель франчайзингу як спосіб подальшого розширення мережі у складних умовах.

2. Premier Hotels and Resorts

Це одна з найвідоміших преміальних мереж в Україні, серед її об'єктів — Premier Palace Hotel у Києві та Premier Hotel Dnister у Львові. Після зменшення обсягів традиційного туристичного потоку компанія змінила фокус діяльності:

- переорієнтація на бізнес-туризм, конференц-сервіси, розміщення релокованих підприємств;
- активна співпраця з міжнародними організаціями та дипломатичними структурами;
- інвестиції в енергетичну безпеку, зокрема встановлення резервних джерел живлення;
- акцент на збереження високої якості сервісу та підтримання брендової репутації.

3. Ribas Hotels Group

Молода, інноваційна готельна група, заснована в Одесі, яка спеціалізується на SMART-готелях та доступному середньому сегменті. Попри воєнні умови, мережа активно розвивається:

- впроваджує цифрові технології (контактний check-in, мобільні ключі, автоматизація продажів);
- залучає інвесторів до партнерських проєктів навіть під час війни;
- фокусується на внутрішньому туризмі в безпечних регіонах (Львівська, Закарпатська області, Карпати, Буковель).

Попри відмінності у форматі, масштабах і стратегіях, усі готельні мережі демонструють схожі адаптивні підходи:

- впровадження енергоефективних технологій та резервного живлення;

- цифровізація процесів обслуговування: онлайн-бронювання, електронні ключі, автоматизована реєстрація;
- стратегічна співпраця з міжнародними гуманітарними організаціями;
- орієнтація на розвиток внутрішнього туризму, зокрема у природних і рекреаційних регіонах України.

Рис. 3.2. Карта готельних ланцюгів України [розроблено автором].

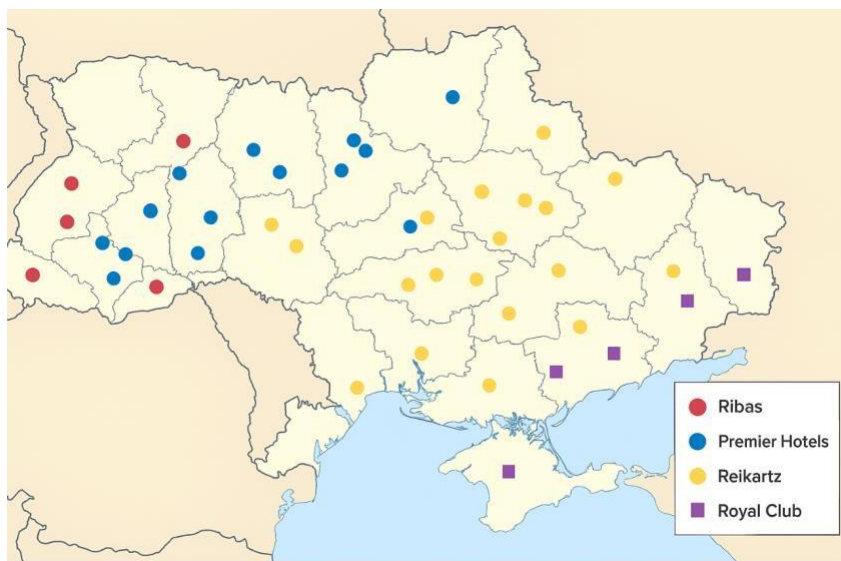


Рис.3.2. Картоschema українських готельних ланцюгів

3.3 Інші готелі

Київ, як столиця України, є не лише центром культурного та історичного надбання, але й містом, що активно розвиває свою туристичну інфраструктуру. Окрім великих готельних мереж, у Києві існує безліч інших готелів, які також впроваджують новітні технології для покращення якості обслуговування. Цей розділ присвячений огляду цих готелів, їхньому внеску в розвиток туристичної галузі міста, а також аналізу того, як вони використовують новітні технології для задоволення потреб сучасних туристів.

Готель "11 Mirrors" (Київ):

Цей бутик-готель відомий своїм сучасним дизайном та використанням передових технологій. Інноваційна особливість: Використання "розумних" систем управління номером. Гості можуть контролювати освітлення, температуру та інші функції номера за допомогою сенсорних панелей або своїх смартфонів. Також готель приділяє велику увагу персоналізації послуг, використовуючи системи аналізу даних для передбачення потреб гостей [44]. Готель "11 Mirrors" у Києві – це не просто місце для проживання, а справжній зразок сучасного готельного бізнесу, де інноваційні технології гармонійно поєднуються з елегантним дизайном та високим рівнем обслуговування. Особливу увагу в готелі приділено інтеграції "розумних" систем управління номером, що дозволяє гостям контролювати освітлення, температуру та інші функції за допомогою сенсорних панелей або смартфонів. Однією з ключових особливостей готелю є його орієнтований на технології дизайн. Мінімалістичний інтер'єр з елегантними цифровими інтерфейсами створює атмосферу високотехнологічного, але водночас затишного простору. Крім того, "11 Mirrors" активно використовує системи аналізу даних для персоналізації послуг. Це дозволяє готелю краще розуміти потреби та переваги гостей, пропонуючи їм індивідуальні рішення та створюючи унікальний досвід. Високотехнологічні зручності в номерах, такі як високошвидкісний Wi-Fi та сучасні телевізори з потоковими сервісами, забезпечують максимальний комфорт для гостей. В умовах сучасних вимог готель також приділяє велику увагу безконтактним технологіям, включаючи онлайн-реєстрацію, електронні ключі та безконтактні способи оплати. Усі ці інновації роблять "11 Mirrors" одним з найбільш технологічно просунутих готелів в Україні, пропонуючи гостям не лише комфортне проживання, але й незабутній досвід.

Сучасний готельний ринок Києва характеризується динамічним розвитком та активним впровадженням новітніх технологій. Зокрема, готелі-бутики та міжнародні мережеві готелі демонструють високий рівень технологічної оснащеності, постійно модернізуючи номерний фонд та сервісні послуги. Однак, у місті все ще присутні готелі, які потребують значної модернізації та оновлення

технологічної бази. З особистого практичного досвіду, отриманого під час роботи в готелі «Україна», можу зазначити, що, незважаючи на прагнення до покращення умов, готель, функціонуючи з 1960 року, потребує капітального оновлення. Останній капітальний ремонт було проведено у 2001 році. Незважаючи на це, адміністрація готелю вживає заходів для впровадження сучасних технологій, наприклад, електронних ключів для частини номерного фонду та оновлення обладнання для конференц-залів. Водночас, готель «11 дзеркал», де я проходила практику, демонструє приклад сучасного підходу до обслуговування, постійно оновлюючи номерний фонд та впроваджуючи новітні технології. Отже, існує нагальна потреба у вирівнюванні технологічного рівня готелів Києва для забезпечення високого стандарту обслуговування та відповідності сучасним вимогам туристичного ринку.

3.4. Перспективи розвитку готельних технологій та їх використання в українському туризмі в повоєнний час.

Сучасний туризм – це складна соціально-економічна система, у якій готельно-туристична індустрія відіграє ключову роль у розвитку економіки країни. В умовах повоєнного відновлення України ця галузь стає не лише важливим джерелом прибутку, але й одним із рушіїв економічного відродження регіонів, залучення інвестицій та інтеграції в міжнародний туристичний ринок. Впровадження новітніх технологій у готельному бізнесі відіграє важливу роль у формуванні конкурентоспроможної та ефективної індустрії гостинності. Це особливо актуально для України, яка після війни стикається з необхідністю швидкого відновлення інфраструктури, забезпечення високого рівня безпеки для туристів і впровадження стійких екологічних стандартів.

Ключові напрямки розвитку готельних технологій у повоєнний період:

Відновлення та модернізація готельної інфраструктури:

- Впровадження цифрових технологій для моніторингу стану будівель і своєчасного ремонту пошкодженої інфраструктури.

- Використання модульних та швидкозбірних конструкцій для швидкого створення готельних об'єктів у регіонах, де туристичний потік відновлюється найшвидше.

- Розвиток смарт-готелів із мінімальними операційними витратами та максимальною автоматизацією процесів.

2. Цифрові технології та штучний інтелект:

- розробка онлайн-платформ для бронювання, які інтегруються з міжнародними сервісами, що дозволить залучати іноземних туристів.

3. Безконтактні технології та мобільні сервіси:

- впровадження безконтактних систем реєстрації, оплати та доступу до номерів через мобільні додатки.

4. Екологічні ініціативи та сталий розвиток:

- адаптація до міжнародних екологічних стандартів, впровадження енергоефективних технологій, програм зменшення викидів та утилізації відходів.

5. Інновації у сфері комунікації та маркетингу:

- використання технологій доповненої та віртуальної реальності для створення 3D-турів по готелях, історичних пам'ятках та туристичних маршрутах.

Безпека та кіберзахист:

розширення систем кіберзахисту для персональних даних гостей, інтеграція камер спостереження та розумних систем безпеки для контролю за територією готелів.

7. Розвиток онлайн-послуг та інтеграція готельного бізнесу з туристичними платформами:

запуск онлайн-сервісів для віртуальних екскурсій, віддаленої реєстрації та управління бронюванням.

Повоєнний період стане часом активного відродження готельного бізнесу в Україні, і технології відіграватимуть у цьому ключову роль. Інноваційні рішення сприятимуть підвищенню рівня безпеки, економічної ефективності та

екологічної сталості готельного сектору. Український ринок матиме унікальний шанс інтегрувати найсучасніші технології ще на етапі відбудови, що дозволить створити конкурентоспроможну, технологічно розвинену та привабливу для іноземних туристів готельну інфраструктуру.

Українські готелі, які першими адаптують новітні технології, отримають не лише перевагу на ринку, а й стануть флагманами відновленої туристичної індустрії, здатної приваблювати туристів з усього світу.

Висновок

Готельний бізнес України зазнав значних змін через війну, однак продемонстрував високу адаптивність і стійкість. Попри руйнування інфраструктури та зменшення міжнародного туристичного потоку, готельна індустрія змогла пристосуватися до нових реалій, переорієнтувавшись на внутрішній ринок, впроваджуючи інноваційні технології та підвищуючи рівень безпеки. Важливу роль у стабілізації та розвитку галузі відіграють міжнародні та українські готельні мережі, які впроваджують сучасні технології управління, цифрові сервіси, безконтактні системи та енергоефективні рішення. Відзначається активна модернізація номерного фонду, підвищення стандартів обслуговування та інтеграція штучного інтелекту для оптимізації бізнес-процесів. Готельний ринок Києва також демонструє зміни: поряд із сучасними бутик-готелями, що впроваджують високотехнологічні рішення, є готелі, які потребують модернізації для відповідності сучасним вимогам. Вирівнювання рівня технологічного розвитку готелів столиці сприятиме зміцненню туристичної привабливості міста.

У поствоєнний період ключовими напрямками розвитку готельного бізнесу стануть відновлення інфраструктури, цифровізація, впровадження безконтактних технологій, екологічні ініціативи та посилення кібербезпеки. Це дозволить не лише відродити туристичний сектор, а й зробити його

конкурентоспроможним на міжнародному рівні. Таким чином, війна стала серйозним випробуванням для готельної сфери України, але вона відкрила можливості для її трансформації та оновлення. Завдяки інвестиціям, технологічним інноваціям та міжнародному співробітництву галузь має всі шанси стати більш стійкою, ефективною та привабливою для туристів з усього світу.

Загальний висновок

Готельний бізнес України зазнав значних змін унаслідок війни, проте продемонстрував високу адаптивність, інноваційний розвиток і здатність до трансформації. Попри втрати інфраструктури, скорочення туристичних потоків і нові виклики безпеки, галузь змогла переорієнтуватися на внутрішній ринок, впроваджуючи сучасні технології управління та автоматизації.

Цифровізація стала ключовим фактором стійкості та конкурентоспроможності готельного сектору. Використання автоматизованих систем управління (АСУ/PMS), CRM-систем, мобільних додатків, чат-ботів і безконтактних технологій дозволило оптимізувати бізнес-процеси, покращити рівень обслуговування та підвищити безпеку гостей. Особливе значення мають енергоефективні рішення та «розумні» номери, які сприяють сталому розвитку індустрії.

Війна стала серйозним випробуванням, однак створила передумови для модернізації готельного ринку. Українські готелі активно впроваджують міжнародні стандарти якості, що сприяє їхній інтеграції у глобальний туристичний простір. Інвестиції в цифрові технології, безпекові рішення та екологічні ініціативи дозволяють будувати перспективну та конкурентоспроможну індустрію гостинності.

У післявоєнний період головними драйверами розвитку стануть відновлення інфраструктури, стандартизація послуг, міжнародне співробітництво та активізація туристичного потоку, зокрема іноземного. Таким чином, сучасні готельні технології є не лише відповіддю на виклики сьогодення, а й запорукою сталого розвитку українського туризму у майбутньому.

Україна має значний потенціал для того, щоб стати рівноправним учасником світового готельного ринку. Інноваційна діяльність в українській готельній індустрії розвивається в різних напрямках, включаючи просування нових типів екологічних готелів, залучення блогерів і різних технічних помічників для поширення популярності готелів, а також спрощення процесу заселення і виселення. Значний вплив на інноваційну діяльність українських готелів мають трендові світові мережі. Аналіз та моніторинг інноваційних трендів дозволяє українській готельній індустрії йти в ногу з часом, розширювати всі можливі послуги, знаходити нові способи комунікації з гостями та створювати нові готелі та інші об'єкти розміщення.

Список використаних джерел

Наукові статі у журналах або розділ книг

1. А.Махно, Н.Городиська Використання ШІ в готелях
https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39700/2/PDT_2022_Horodyska_N-Using_of_artificial_intelligence_69-71.pdf
2. Артемова О.М., Козлова В.А. Основи гостинності та туризму
https://infotour.in.ua/artemova8-2.htm#google_vignette
3. Безручко Л.С , Білоус С.Ф , Економіка та суспільство “Філь М.І. Готельне господарство України в умовах війни.”
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145>
4. Бойчук М. Прогнози готельного бізнесу у військовий період
<https://hotel-solution.com.ua/news/prognozi-gotel>
5. В.Є. Редька, В.А.Сливенко Переваги використання штучного інтелекту
<https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-15-12-01>
6. Готельні ланцюги України <https://studfile.net/preview/9079415/page:5/>
7. Готельні ланцюги в Україні та їх перспектива <http://mer-journal.sumy.ua/index.php/journal/article/view/127>

8. Готельна індустрія в умовах воєнного часу
<https://reicst.com.ua/pmt/article/download/2024-11-12-02/2024-11-12-02/1049>
9. Гудзувата О.О. Автоматизованні системи управління готелями
https://tourlib.net/statti_ukr/gudzovata.htm
10. Дія <https://business.diia.gov.ua/history-of-success/tsyfrova-transformatsiia-v-hotelnomu-biznesi>
11. Електронний ресепшн <https://selfservice4u.com/seo-elektronnyy-resepshn-terminaly-self-check-in>
12. Інновації в готельному секторі України
<https://ekhnuir.karazin.ua/bitstreams/7b77a662-7bd2-455e-8f3a-f98ac86b3c94/download>
13. І.М. Писаревський Інноваційні технології в готельному господарстві
<http://eprints.kname.edu.ua/54108/1/2019%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.%20335%D0%9C%20%D0%9C%D0%92%20%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%80%20%D1%80%D0%B0%D0%B1%20%D0%98%D0%BD%20%D1%82%D0%B5%D1%85%20%D0%93%D0%93.pdf>
14. Інновації в готельному бізнесі <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/shi-innovatsii-v-hotelnomu-biznesi.html>
15. Історія виникнення комп'ютерних систем бронювання <https://tourism-book.com/books/book-32/chapter-1363/>
16. Лутай А.П. Вплив цифровізації на розвиток туристичної діяльності.
http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/45.pdf
17. Лутай А.П. Комп'ютерні системи https://tourlib.net/statti_ukr/lutaj3.htm
18. Менделя, Жутдеї, Румянцева; Інноваційна стратегія туризму innovative strategies of hotel enterprises//

https://www.researchgate.net/publication/342195990_innovative_strategies_of_hotel_enterprises

19. Операційні ланцюги в готельному секторі України

<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/37932/1/%d0%9e%d0%9f%d0%95%d0%a0%d0%90%d0%a6%d0%86%d0%99%d0%9d%d0%86%20%d0%9b%d0%90%d0%9d%d0%a6%d0%ae%d0%93%d0%98.pdf>

20. <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-gostinic-v-ukraine-vyruchka-operatorov-velichilas-na-26-posle-obvala-2022-goda>

21. Особливості функціонування готельних ланцюгів в Україні 35

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1448/1393/>

22. Переваги використання технологій штучного інтелекту в гостьовому циклі обслуговування в Україні <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-15-12-01>

23. Переваги використання технологій штучного інтелекту в гостьовому циклі обслуговування в готелі

https://www.researchgate.net/publication/385410125_Perevagi_vikoristanna_tehnologij_stucnogo_intelektu_v_gostovomu_cikli_obsługovuvanna_v_goteli

24. Польова Л.В. Клапчук В.М. Соціальні мережі як інструмент інтенсивності в туристичній сфері

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1807>

25. Сучасні електронні системи бронювання в готельному юїзнесі

http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/31835/1/Flinta_Chernivtsi.pdf

26. Сучасний стан та перспективи розвитку готельних мереж

<http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-312-62-04.pdf> :

27. Топ 20 застосунків для бронювання <https://хо.ua/uk/blog/top-20-luchshih-prilozhenij-dlya-puteshestvij-na-ios-i-android>

28. Чередняк Н.А. Використання новітніх технологій віртуальної та доповненої реальності у сфері туризму
https://tourlib.net/statti_ukr/cherednyak.htm
29. Чуєва І. Жестков с.. Сидорюк А. Сучасні тенденції розвитку онлайн бронювання туристичних послуги.
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/416>
30. Ярмоченко К. С. <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/aeb5f68c-caef-4a66-8d1e-641028d379e1>
31. Accor Україна <https://smekni.com/a/163808/gotelna-kompanya-accor-gotel-ibis-ta-nsh-gotel-merezh-accor/>
32. Accor мережа в Україні <https://bungalo.com.ua/ukraine/goteli-merezhi-accor-v-ukrayini/>
33. Buhalis, D., & Moldavska, I. (2022). Voice assistants in hospitality: using artificial intelligence for customer service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(3), 386–403. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2021-0104>
34. Cheng, Y., & Jiang, H. (2022). Customer–brand relationship in the era of artificial intelligence: understanding the role of chatbot marketing efforts. *Journal of Product & Brand Management*
35. Haytt <https://www.businessinsider.com/hyatt-cco-on-how-technology-changed-hotel-business-marketing-model-2021-9>
36. Haytt Київ <https://ital-tecno.com.ua/otel-hyatt-regency-byvshij-sofiya-kiev-sofievskaaya-plocshad>
37. Hilton Київ
<http://www.spv.ua/1023/modnews/branch~0/pid~841/lang~ukrainian/>

38. Hollander J. (2024, 19 July). Contactless Check-in for Hotels: 2024 Free Guide. HotelTechReport. Retrieved from <https://hoteltechreport.com/news/contactless-check-in>
39. Radisson <https://www.radissonhotels.com/ru-ru/>
40. Royal Group <https://rhg.com.ua/ua/royal-klab/>
41. 11mirrors-hotel.com/uk
42. Innovation Radisson <https://www.radissonhotels.com/en-us/blog/meetings/innovative-design-innovative-meetings>
43. Intercontinental <https://www.ihg.com/intercontinental/hotels/ru/ru/kyiv/kbpha/hoteldetail>
44. Site of Hotels and Villas by Marriott Bonvoy (2024). homes-and-villas.marriott.com. Retrieved from [https://homes-and-villas.marriott.com/.](https://homes-and-villas.marriott.com/))
45. Site of Canary technologies (2024)
46. Visit Ukraine (2022), "Ukrainian hotels located in war zones ask the world for support and launch the action "Visit Ukraine in the Future", available at: <https://visitukraine.today/blog/214/ukrainian-hotels-located-in-war-zones-ask-the-world-for-support-and-launch-the-action-visitukraine-in-the-future> (Accessed 19 Mar 2022)