

УДК 640.4:004

JEL L83, Z32

DOI: 10.32782/2786-8273/2025-10-14

Сіра Е.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичної інфраструктури та
готельно-ресторанного господарства,
Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9488-0234>

Evelina Sira

State University "Uzhhorod National University"

Світлиць О.В.

кандидат філософських наук,
доцент кафедри туристичної інфраструктури та
готельно-ресторанного господарства,
Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0007-8751>

Olha Svitlynets

State University "Uzhhorod National University"

Парубець О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи і туризму,
Київський державний фаховий коледж туризму та готельного господарства
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4586-7997>

Oleh Parubets

The Kyiv Applied College of Tourism and Hospitality

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ

USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES TO IMPROVE GUEST SERVICE

Анотація. У сучасних умовах глобалізації економічних процесів та зростання конкуренції у сфері гостинності використання інноваційних технологій стало ключовим чинником підвищення якості сервісу та зміцнення конкурентних позицій підприємств. Інноваційні технології у сфері гостинності виконують системоутворюючу функцію, формуючи нову архітектуру взаємодії між підприємством і гостем. Встановлено ключові напрями їх застосування: персоналізація послуг, автоматизація процедур, впровадження цифрових каналів комунікації та інтеграція у комплексні системи управління. Проаналізовано інструменти й моделі інтеграції технологій у бізнес-практику, серед яких стратегічно-планова, організаційно-структурна та клієнтоорієнтована. Виявлено основні бар'єри, що стримують впровадження інновацій: високі фінансові витрати, кадровий дефіцит, організаційна інерція, складність суміщення нових рішень із чинними системами, ризики кібербезпеки та недостатність інфраструктурної підтримки. Науково обґрунтовано практичні рекомендації, що передбачають створення довгострокових стратегій цифрової трансформації, розвиток цифрових компетентностей персоналу, формування партнерських альянсів із технологічними компаніями та орієнтацію технологій на підвищення клієнтського досвіду.

Ключові слова: цифрова трансформація, конкурентоспроможність, клієнтоорієнтованість, управління інноваціями, сервісні моделі.

Abstract. Introduction. In the context of globalization and intensifying competition in the hospitality industry, the adoption of innovative technologies has become a key factor in improving service quality and strengthening the competitive positions of enterprises. Technological solutions contribute to the personalization of services, optimization of management processes, automation of routine operations, and acceleration of communication. This highlights the need for scientific justification of digital transformation mechanisms and the search for effective models of innovation integration that align with both customer needs and business objectives. The purpose of the study is to provide a scientific and practical justification for the use of innovative technologies to enhance guest services in the hospitality sector and to identify approaches for their effective integration into business models of enterprises. **Methods.** The theoretical basis of the research consists of academic works of domestic and foreign scholars analyzing digital transformation and innovation management in the service sector. The methodological toolkit includes a systems approach to identify interrelations between technological solutions and business models; comparative analysis for contrasting international and domestic practices; content analysis for interpreting scientific sources and industry

case studies; induction and deduction for building generalizations; and logical synthesis for formulating conclusions and recommendations. **Results.** It has been demonstrated that innovative technologies in hospitality perform a system-forming function, shaping a new architecture of interaction between enterprises and guests. Key areas of application include service personalization, process automation, digital communication channels, and integration into comprehensive management systems. The study analyzes integration models such as strategic-planning, organizational-structural, and customer-oriented. Major barriers to implementation were identified: high financial costs, staff shortages and low digital competencies, organizational inertia, complexity of system integration, cybersecurity risks, and insufficient infrastructural support. Practical recommendations emphasize the development of long-term digital transformation strategies, establishment of organizational structures for innovation management, enhancement of staff competencies, formation of partnerships with technology providers, and prioritization of guest experience improvement. **Conclusion.** Future research should focus on developing criteria for evaluating the effectiveness of technological innovations in hospitality enterprises, analyzing their impact on consumer behavior, and assessing integration practices within domestic businesses. The implementation of these approaches is expected to strengthen the competitiveness of enterprises, increase guest trust and loyalty, and promote sustainable development of the industry within the global environment.

Keywords: digital transformation, competitiveness, customer orientation, innovation management, service models.

Постановка проблеми. Інноваційні технології стають визначальним чинником підвищення якості обслуговування гостей у сфері гостинності, оскільки їх використання безпосередньо впливає на рівень комфорту, швидкість комунікації та ступінь персоналізації послуг. Динаміка розвитку ринку, зростання конкурентного середовища та зміна очікувань споживачів зумовлюють потребу у науковому обґрунтуванні механізмів інтеграції технологічних рішень у діяльність підприємств, а також у практичному пошуку ефективних моделей їх реалізації. У науковому дискурсі актуальним є дослідження системних підходів до цифровізації готельно-ресторанного бізнесу, що дозволяють простежити взаємозв'язок між інноваціями, організаційною ефективністю та рівнем задоволеності клієнтів. У прикладному вимірі особливого значення набуває розробка та апробація технологій, здатних оптимізувати внутрішні процеси, зменшити витрати і водночас підвищити стандарти сервісу. Таким чином, дослідження використання інноваційних технологій у сфері гостинності поєднує важливі наукові завдання з практичними потребами галузі, створюючи підґрунтя для формування нових стратегій розвитку та зміцнення конкурентних позицій підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасних досліджень щодо використання інноваційних технологій у готельно-ресторанному бізнесі для підвищення якості обслуговування гостей дозволяє виокремити кілька взаємопов'язаних напрямів. Перший пов'язаний із цифровою трансформацією операцій та персоналізацією сервісу на основі автоматизації, інтегрованих інформаційних систем і довірчих технологій. Г. Кіш демонструє, що впровадження цифрових платформ управління ресурсами, каналами збуту та комунікаціями зі споживачами змінює нормативні уявлення про стандарт якості послуг і задає нову операційну дисципліну сервісу [1]. Н. Писаренко (N. Pysarenko), Н. Петруха (N. Petrukha) і С. Пахомов (S. Pakhomov) обґрунтовують релевантність блокчейн-технологій для прозорості транзакцій, верифікації лояльності та смарт-контрактів у сервісних екосистемах, що безпосередньо може бути екстрапольовано на готельні процеси бронювання та взаєморозрахунків [2]. Т. В. Лисюк показує, що системи автоматизації (PMS/CRM, мобільні застосунки гостя, аналітика попиту) у поєднанні з алгоритмами персоналізації забезпечують адресність послуг і підвищують задоволеність через кращу відповідність очікуванням [3]. К. М. Кашук, І. В. Мосійчук та І. В. Саух деталізують управлінські практики цифровізації (хмарні рішення, мобільні інтерфейси, модульні

CRM), які забезпечують наскрізну керованість сервісом та скорочення часу операційної реакції [4].

Другий напрям стосується глобального трансферу інновацій і стратегічних наслідків для конкурентоспроможності та якості сервісу. О. Вдовічена і К. Паламарек фіксують, що адаптація світових технологічних трендів (від безконтактних сервісів до IoT-моніторингу) потребує локалізації під споживчі очікування й регуляторні умови [5]. А. Д'яконова, Л. Тітомир і К. Жовтяк показують, що інновації стають фактором стратегічного управління якістю: від інтегрованих стандартів сервісу до даних-керованих циклів покращення, де цифрові зворотні зв'язки формують контури «живих» SOP [6]. Н. Прокопенко, Н. Коваленко і Д. Шапіро акцентують інноваційні технології як основу ринкової диференціації готельних підприємств, вказуючи на зв'язок між технологічною інтенсивністю, гнучкістю пропозиції та стійкою конкурентною перевагою [7]. А. Білгіхан (A. Bilgihan) і П. Річчі (P. Ricci) концептуалізують «нову еру» маркетингу готелів, де передові технології інтегруються з класичними принципами сегментації й позиціонування, формуючи омніканальну послідовність сервісу від пошуку до пост-проживання [8].

Третій напрям охоплює прийняття штучного інтелекту та робототехніки і їхній вплив на поведінку гостей та конфігурацію сервісних процесів. С. С. Кім (S. S. Kim), Дж. Кім (J. Kim), Ф. Баду-Байден (F. Badu-Baiden) та співавтори доводять, що пандемія COVID-19 змінила переваги щодо роботизованого чи людського обслуговування, виявивши ситуаційну та культурну умовність прийняття автоматизованого сервісу [9]. Н. Самала (N. Samala), Б. С. Каткам (B. S. Katkam), Р. С. Белламконда (R. S. Bellamkonda) та співавтори пропонують критичний огляд ефектів ШІ та робототехніки у туризмі, підкреслюючи не лише продуктивні зиски, а й ризики деперсоналізації та технологічного стресу [10]. К. Нам (K. Nam), К. С. Датт (C. S. Dutt), П. Чатот (P. Chathoth) та співавтори окреслюють перспективи й бар'єри впровадження ШІ в готельній індустрії, наголошуючи на потребі балансувати масштабованість алгоритмів із вимогами приватності, безпеки та етики сервісу [11]. Х. Пак (H. Park), М. Лі (M. Lee) і К. Дж. Бек (K. J. Back) узагальнюють дискусії щодо технологічно зумовлених сервісних інновацій і формують програму подальших досліджень – від архітектур даних до перетину інновацій із досвідом гостя та операційною стійкістю [12].

Четвертий напрям віддзеркалює архітектуру відкритих інновацій і баланс технологічних та людських сервісних нововведень у досягненні задоволеності,

захоплення й лояльності гостей. М. А. А. М. Харіф (M. A. A. M. Harif), М. Наваз (M. Nawaz) і В. У. Хамід (W. U. Nameed) показують, що поєднання відкритих інновацій, якості сервісу та злагодженої маркетингової стратегії підвищує результативність готельного бізнесу [13]. Й. Ф. Тай (Y. F. Tai), Й. С. Ван (Y. C. Wang) і Ц. Ц. Ло (C. C. Luo) емпірично розрізняють технологічні та людиноцентричні сервісні інновації, доводячи їхню комплементарність у формуванні задоволеності, приємного здивування й довгострокової лояльності [14].

Попри інтерес до цифрової трансформації у сфері гостинності, дослідження залишають прогалини. Недостатньо вивчено прямий вплив інноваційних технологій на якість сервісу, їх адаптацію до національних ринків та моделі інтеграції у діяльність підприємств. Бракує аналізу бар'єрів впровадження, зокрема кадрових, фінансових та інфраструктурних, а також є проблема відсутності узгоджених методологій. Запропоноване дослідження спрямоване на систематизацію інноваційних інструментів, аналіз бар'єрів та розробку практичних рекомендацій, що поєднує теоретичний внесок із прикладною цінністю для формування ефективних стратегій цифрової трансформації.

Мета дослідження полягає у науковому обґрунтуванні та практичному аналізі можливостей застосування інноваційних технологій для підвищення якості обслуговування гостей у сфері гостинності з урахуванням сучасних тенденцій цифровізації та трансформації споживчих очікувань.

Завдання статті:

1. Розкрити сутність і значення інноваційних технологій та інструментів їх застосування у сфері гостинності.
2. Проаналізувати моделі інтеграції та бар'єри впровадження інновацій у діяльність підприємств гостинності.
3. Сформулювати науково обґрунтовані рекомендації щодо вдосконалення стратегій цифрової трансформації галузі.

Матеріали і методи. У дослідженні використано наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів, присвячені цифровій трансформації та управлінню інноваціями у сфері гостинності, а також практичні кейси провідних міжнародних і українських готельних мереж. Методологічна база ґрунтується на системному підході, що дозволив виявити взаємозв'язки між впровадженням інноваційних технологій і якістю сервісу. Для зіставлення міжнародних і національних практик застосовано метод порівняльного аналізу, тоді як контент-аналіз забезпечив інтерпретацію нормативно-правових актів, галузевих звітів і аналітичних матеріалів. Метод індукції дав змогу сформулювати узагальнення на основі окремих практичних прикладів, тоді як дедукція сприяла перевірці цих узагальнень на ширшому теоретичному рівні. Логічний аналіз у поєднанні з методами синтезу забезпечив комплексність висновків і дозво-

лив сформулювати практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегій використання інновацій у сфері гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційні технології у сфері гостинності виступають важливим чинником формування нової якості сервісу, адже вони змінюють традиційні моделі обслуговування та створюють умови для персоналізованої взаємодії з гостями. Їхній зміст полягає у використанні сучасних підходів до організації процесів, де провідне значення мають персоналізація досвіду, автоматизація рутинних процедур, цифрова комунікація та інтеграція технологій у комплексні системи управління. Завдяки цьому інновації забезпечують одночасно підвищення ефективності бізнесу та зростання рівня задоволеності клієнтів, що робить їх стратегічним ресурсом розвитку галузі (табл.1).

У глобальній конкуренції інноваційні технології у сфері гостинності стають ключовим чинником підвищення якості сервісу та формування конкурентних переваг. Їхня роль полягає не лише у впровадженні технічних рішень, а й у створенні нової парадигми взаємодії з гостем, що базується на персоналізації, автоматизації, цифровій комунікації та інтеграції сервісних процесів у єдине цифрове середовище. Персоналізація виявляється найбільш затребуваним напрямом: понад 60 % клієнтів готові платити більше за індивідуалізований досвід, проте лише чверть реально його отримують [15]. Приклад Marriott International демонструє результативність омніканального ремаркетингу, що підвищив конверсію бронювань і зменшив витрати на залучення клієнтів [16], тоді як Hilton Hotels за допомогою CRM OnQ формує пропозиції з урахуванням індивідуальних уподобань гостей [17]. Автоматизація забезпечує скорочення витрат і водночас підвищення комфорту. Цифрові ключі та мобільний чекін у Hilton дозволили зменшити час очікування і підняти рівень задоволення клієнтів [18].

Комунікація стає дієвим інструментом формування довіри до бренду: завдяки впровадженню Movable Ink у Accor Hotels клікабельність електронних розсилок зросла на 135 % [19]. Технологічна інтеграція, як показує досвід Accor Hotels із використанням хмарних сервісів AWS, забезпечує поєднання CRM, IoT та аналітичних платформ у режимі реального часу, що створює масштабований персоналізований досвід і підвищує управлінську ефективність [20]. Так, інноваційні технології утворюють комплексну систему трансформації сервісу, яка поєднує наукове підґрунтя з практикою провідних готельних мереж і визначає новий стандарт індустрії гостинності.

У сфері гостинності інноваційні інструменти формують цілісну архітектуру сервісу, що забезпечує автоматизацію, аналітику, інтерактивну взаємодію та

Таблиця 1

Зміст і значення інноваційних технологій у сфері гостинності

Напрямок	Значення для підприємств	Значення для гостей
Персоналізація	Лояльність, зростання доходів	Індивідуальний досвід
Автоматизація	Оптимізація витрат і ресурсів	Швидкість, зручність
Цифрова комунікація	Постійний контакт, контроль якості	Доступність сервісу
Технологічна інтеграція	Гнучкість, адаптивність	Комфорт, безпека

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 3; 5; 14]

безпеку. Вони переводять обслуговування у формат гнучкої екосистеми, де пріоритетами є швидкість, персоналізація та довіра (табл. 2).

У сфері гостинності цифрові інструменти формують екосистему, яка змінює логіку взаємодії підприємства й клієнта, визначаючи якість сервісу, стабільність бізнес-моделі та конкурентоспроможність. Йдеться не лише про окремі новації, а про інтегровану систему, де попит прогнозується заздалегідь, комунікація стає безперервною, а транзакції прозорими та безпечними. Одним із перших напрямів трансформації є розмовні агенти. Hyatt Hotels завдяки чат- та голосовим алгоритмам знизили витрати й підвищили швидкість реакції на запити [21], а в Україні мережа Premier Hotels & Resorts ще у 2019 році запровадила чат-бот для бронювань [22]. Важливим інструментом виступає аналітика великих даних: Airbnb інтегрувала платформу StarRocks для обробки мільярдів транзакцій у реальному часі та персоналізованих рекомендацій [23], тоді як український ринок рухається у напрямі динамічного ціноутворення й прогнозування заповнюваності. Технології VR зменшують інформаційну асиметрію: Radisson Hotels у Manchester інтегрували 3D-тури, що підвищують довіру та стимулюють бронювання [24]; аналогічний досвід реалізовано в київському готелі «Україна» [25]. Інтернет речей формує «розумний номер»: CitizenM дозволяє гостям керувати параметрами середовища через планшет [26], а в Україні тестуються системи автоматичного керування кліматом та освітленням. Блокчейн-рішення, попри ранню стадію розвитку, відкривають перспективи для прозорих транзакцій і програм лояльності. Приклад Winding Tree показав і потенціал, і труднощі децентралізованого бронювання, але підтвердив значення цього підходу для майбутнього [27]. Загалом, цифрові технології у сфері гостинності формують цілісну систему сервісу, де глобальні практики поєднуються з локальними ініціативами, поступово наближаючи український сектор до європейських стандартів цифрової зрілості.

Інтеграція інноваційних технологій у сфері гостинності розглядається як управлінська стратегія, де технології стають невід'ємним елементом бізнес-моделі,

впливаючи на планування, структуру та створення цінності для клієнта. Це багатовимірний процес: узгодження з корпоративними стратегіями, формування внутрішніх механізмів підтримки інновацій і забезпечення стійкого клієнтського досвіду. Такий підхід дозволяє перейти від точкових рішень до системної моделі розвитку сервісу, що формує довгострокові конкурентні переваги (табл. 3).

Управлінська інтеграція інновацій у сфері гостинності вимагає стратегічного узгодження з бізнес-моделлю, організаційною культурою та клієнтоорієнтованістю. Вибір моделі інтеграції визначає, чи стане технологія джерелом конкурентної переваги, чи залишиться локальним експериментом. Стратегічно-планова модель реалізується тоді, коли цифрові рішення включаються до корпоративної стратегії. Прикладом є платформа Sales Companion у Marriott, що централізує дані про готелі, прискорює формування персоналізованих B2B-пропозицій та підвищує конверсію угод. Організаційно-структурна модель потребує створення спеціалізованих підрозділів. Ribas Hotels Group завдяки єдиній CRM та автоматизованим процесам знизилася витрати на бронювання, посилила контроль комунікацій і забезпечила цілісність операційної моделі. Орієнтована на клієнта модель акцентує на customer journey. У Radisson впровадження hotelkit дало змогу автоматизувати координацію завдань, скоротити час відповіді на звернення та підвищити прозорість процесів, що прямо вплинуло на задоволеність гостей [28]. Отже, ефективність інтеграції визначається не самим упровадженням, а моделлю управління: коли технологія вбудована у стратегію, підтримана структурою й підсилює клієнтський досвід, вона формує довгострокову конкурентну перевагу.

У сфері гостинності, попри очевидні переваги цифровізації, зберігається низка бар'єрів, що ускладнюють широке впровадження інновацій. Найбільш відчутними є фінансові обмеження: високі витрати на обладнання, програмне забезпечення, інтеграцію з глобальними платформами та забезпечення кібербезпеки стають критичними для малих і середніх підприємств [1; 5]. Додатковим чинником виступає кадровий дефіцит: бра-

Таблиця 2

Інструменти та технологічні рішення у сфері гостинності

Інструмент	Сфера застосування	Значення для бізнесу	Ефект для гостей
Conversational AI	Автоматизація бронювання	Оптимізація витрат	Швидке обслуговування
Big Data Analytics	Прогнозування попиту	Управління доходами	Релевантні пропозиції
VR	Попередній огляд простору	Підвищення довіри	Ознайомлення до прибуття
IoT	Керування номером	Енергоефективність	Персональний комфорт
Blockchain	Транзакції, лояльність	Прозорість і захист	Безпечні розрахунки

Джерело: сформовано авторами на основі [2; 9; 10; 11]

Таблиця 3

Моделі інтеграції інноваційних технологій у діяльність підприємств гостинності

Модель	Логіка	Акцент	Результати
Стратегічно-планова	Включення у стратегію	Довгострокові інвестиції	Ринкова частка, конкурентність
Організаційно-структурна	Спецпідрозділи, команди	Управління змінами	Координація, зниження ризиків
Партнерська	Співпраця з технологічними компаніями	Альянси, аутсорсинг	Нові знання, оптимізація витрат
Орієнтована на клієнта	Адаптація під guest journey	Зворотний зв'язок	Лояльність, задоволеність
Інкrementальна	Поступове впровадження	Пілотні проекти	Гнучкість, мінімізація втрат

Джерело: сформовано авторами на основі [4; 7; 12]

кує кваліфікованих фахівців, а низький рівень цифрових компетентностей персоналу зумовлює поверхневе використання технологій [6; 12]. Організаційна інерція також стримує зміни: консервативні моделі управління, орієнтовані на швидку окупність і мінімізацію ризиків, не сприяють стратегічному баченню цифрової трансформації [4; 12]. Складність інтеграції нових рішень із наявними PMS, CRM чи бухгалтерськими системами вимагає оновлення всієї інфраструктури, що потребує значних ресурсів. Важливим бар'єром залишаються ризики безпеки: робота з великими даними, хмарними сервісами та блокчейн-рішеннями супроводжується загрозами витоку інформації й шахрайських транзакцій [2; 9; 10]. Ситуацію ускладнює відставання регуляторного середовища від темпів розвитку технологій, що створює правову невизначеність у сфері електронних підписів, персональних даних та трансграничних операцій. Нерівномірність цифрової інфраструктури у різних країнах і регіонах (нестабільний інтернет, відсутність високошвидкісних каналів) робить малоефективним застосування VR, IoT чи AI-рішень [5; 14]. Нарешті, низька клієнтська готовність і недовіра до автоматизованих систем з боку частини споживачів також знижують ефективність цифрових інновацій у сервісі.

Удосконалення стратегій використання інноваційних технологій у сфері гостинності потребує комплексного підходу, що охоплює стратегічний, організаційний, кадровий і клієнтоорієнтований виміри. На стратегічному рівні ключовим завданням є формування довгострокових програм цифрової трансформації з чіткою дорожньою картою, визначенням етапів впровадження, системою моніторингу та індикаторами, які пов'язують інвестиції у технології з бізнес-результатами. Це дозволяє уникати несистемних рішень і забезпечує узгодженість інновацій із бізнес-моделлю. Організаційний аспект передбачає створення структур, здатних підтримувати впровадження інновацій на постійній основі: міжфункціональних команд, центрів цифрових компетенцій чи спеціалізованих підрозділів. Їхнє завдання – адаптувати рішення до бізнес-процесів, контролювати ефективність та забезпечувати баланс між технічною складністю й економічною доцільністю. Важливою складовою є розвиток кадрового потенціалу: підвищення цифрових компетентностей персоналу, формування інноваційної культури та готовності колективу брати участь у трансформаційних процесах. Клієнтоорієнтований підхід вимагає інтеграції техноло-

гій у customer journey – від персоналізованих пропозицій на основі аналітики великих даних і AI до VR-турів та мобільних застосунків, які зменшують інформаційну асиметрію й підвищують якість сервісу. Управління ризиками є невід'ємним елементом стратегії: ефективними інструментами виступають пілотні проекти, інкрементальне масштабування успішних рішень та партнерство з технологічними компаніями чи освітніми установами, що відкриває доступ до нових розробок і сприяє оптимізації витрат. Реалізація цих підходів забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємств, розвиток гнучкої організаційної культури, зміцнення довіри та лояльності клієнтів, а також створює основу для стійкого розвитку галузі в умовах динамічних змін.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що інноваційні технології у сфері гостинності набувають стратегічного значення, оскільки забезпечують підвищення якості сервісу, персоналізацію взаємодії з клієнтами та оптимізацію управлінських процесів. Технології перестають бути факультативним інструментом і стають ключовим ресурсом конкурентоспроможності підприємств. Водночас ідентифіковано бар'єри, які стримують їх широке впровадження. До основних проблем належать значні фінансові витрати, кадровий дефіцит і недостатній рівень цифрових компетентностей персоналу, організаційна інерція та складність інтеграції нових рішень у чинні системи. Додатковими факторами залишаються ризики кібербезпеки, нерівномірність розвитку цифрової інфраструктури та недосконалість правового регулювання. Запропоновані рекомендації зосереджуються на необхідності довгострокового стратегічного планування, створення управлінських структур, здатних підтримувати інновації, розвитку цифрових навичок персоналу та інтеграції технологій у клієнтський досвід. Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленим аналізом ефективності окремих технологічних рішень, вивченням механізмів управління ризиками цифрової трансформації, оцінкою економічної доцільності партнерських моделей у впровадженні інновацій, а також дослідженням впливу нових сервісних практик на поведінкову економіку споживачів. Очікується, що реалізація таких наукових і прикладних напрацювань сприятиме підвищенню лояльності гостей, зміцненню фінансової стійкості підприємств та інтеграції української індустрії гостинності у глобальний цифровий простір.

Бібліографічний список:

1. Кіш Г. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. Вип. 6, № 12. С. 65–77. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6\(12\)-65-77](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6(12)-65-77)
2. Pysarenko N., Petrukha N., Pakhomov S. Blockchain Technology and Its Potential for Supporting Sustainable Urban Development. *Law, Business & Sustainability Herald*. 2022. Vol. 2, № 4. P. 31–43. URL: <https://lbersherald.org/index.php/journal/article/view/53/46> (дата звернення: 08.03.2025).
3. Лисюк Т. В. Інноваційні рішення в готельно-ресторанному бізнесі: технології автоматизації та персоналізації послуг. *Економіка та суспільство*. 2024. № 67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-13>
4. Кашук К. М., Мосійчук І. В., Саух І. В. Сучасні технології управління в готельно-ресторанному бізнесі: практики та інновації. *Бізнес інформ*. 2023. № 6. С. 93–99. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-6-93-99>
5. Вдовічена О., Паламарек К. Роль світових інноваційних технологій у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. Вип. 2, № 12. С. 22–27. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.3](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.3)
6. Д'яконова А., Тітомир Л., Жовтяк К. Інноваційні технології як фактор формування стратегії управління якістю послуг в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-22>
7. Прокопенко Н., Коваленко Н., Шапіро Д. Інноваційні технології та їх роль у забезпеченні конкурентоспроможності готельних підприємств. *Modeling the Development of the Economic Systems*. 2024. № 4. С. 32–38. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-14-4>

8. Bilgihan A., Ricci P. The new era of hotel marketing: integrating cutting-edge technologies with core marketing principles. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2024. Vol. 15, № 1. P. 123–137. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-04-2023-0095>
9. Kim S. S., Kim J., Badu-Baiden F., Giroux M., Choi Y. Preference for robot service or human service in hotels? Impacts of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*. 2021. Vol. 93. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102795>
10. Samala N., Katkam B. S., Bellamkonda R. S., Rodriguez R. V. Impact of AI and robotics in the tourism sector: a critical insight. *Journal of Tourism Futures*. 2022. Vol. 8, № 1. P. 73–87. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2019-0065>
11. Nam K., Dutt C. S., Chathoth P., Daghfous A., Khan M. S. The adoption of artificial intelligence and robotics in the hotel industry: prospects and challenges. *Electronic Markets*. 2021. Vol. 31, № 3. P. 553–574. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00442-3>
12. Park H., Lee M., Back K. J. A critical review of technology-driven service innovation in hospitality and tourism: current discussions and future research agendas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2023. Vol. 35, № 12. P. 4502–4534. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2022-0875>
13. Harif M. A. A. M., Nawaz M., Hameed W. U. The role of open innovation, hotel service quality and marketing strategy in hotel business performance. *Heliyon*. 2022. Vol. 8, № 9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10441>
14. Tai Y. F., Wang Y. C., Luo C. C. Technology-or human-related service innovation? Enhancing customer satisfaction, delight, and loyalty in the hospitality industry. *Service Business*. 2021. Vol. 15, № 4. P. 667–694. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00461-w>
15. Medallia Research Finds 61 Percent of Consumers Are Willing to Spend More for Personalized Experiences, But Only 25 Percent of Experiences Are Highly Personalized. Medallia: website. 2024. URL: <https://www.medallia.com/press-release/medallia-research-finds-61-percent-of-consumers-are-willing-to-spend-more-for-personalized-experiences/> (дата звернення: 07.05.2025).
16. How Marriott Rewrote the Rules of Retargeting. The Trade Desk: website. 2024. URL: <https://www.thetradedesk.com/case-studies/how-marriott-rewrote-the-rules-of-retargeting> (дата звернення: 07.05.2025).
17. A Case Study on Hilton Hotels Corporation – Data-Driven Hospitality. Scribd: website. 2024. URL: <https://www.scribd.com/document/482189992/A-Case-Study-On-Hilton-Hotels-Corporation> (дата звернення: 07.05.2025).
18. Hilton Digital Key and Mobile Check-In Transform Guest Experience. YouTube: website. 2023. URL: <https://youtube.com/watch?v=Jla8vrQutCM> (дата звернення: 07.05.2025).
19. Clicks Climb 135% as Accor Personalizes the Traveler Experience. Movable Ink: website. 2023. URL: <https://movableink.com/case-studies/clicks-climb-135-as-accor-personalizes-the-traveler-experience> (дата звернення: 07.05.2025).
20. Accor Hotels Leverages AWS for Personalized Guest Experiences. Amazon Web Services: website. 2024. URL: <https://aws.amazon.com/solutions/case-studies/innovators/accor/> (дата звернення: 07.05.2025).
21. Hyatt saves \$4.4 million with conversational reservations application. Interactions: website. 2017. URL: https://www.interactions.com/wp-content/uploads/2018/09/INT_CS_Hyatt_021517.pdf (дата звернення: 07.05.2025).
22. Premier Hotels and Resorts is happy to announce the launch of the first for Ukraine hotel chat bot. Premier Hotels & Resorts: website. 2019. URL: <https://www.phnr.com/en/chat-bot> (дата звернення: 07.05.2025).
23. Airbnb Builds a New Generation of Fast Analytics Experience with StarRocks. CelerData: website. 2023. URL: https://celerdta.com/hubfs/Airbnb_Case_Study.pdf (дата звернення: 07.05.2025).
24. The Edwardian Manchester, A Radisson Collection Hotel: Virtual Tour. Radisson Hotels: website. 2024. URL: <https://radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-collection-edwardian-manchester/virtual-tour> (дата звернення: 07.05.2025).
25. 3D-тур. Готель «Україна»: вебсайт. 2025. URL: https://ukraine-hotel.kiev.ua/3d_tour/ (дата звернення: 07.05.2025).
26. citizenM Transforms the Hotel Guest Experience with Juniper's AI-Driven Network. Juniper Networks: website. 2023. URL: <https://www.juniper.net/us/en/customers/2023/citizenm-hotels-case-study.html> (дата звернення: 07.05.2025).
27. Winding Tree winds up blockchain travel distribution effort. PhocusWire: website. 2024. URL: <https://www.phocuswire.com/winding-tree-ceases-operations> (дата звернення: 07.05.2025).
28. Hotelkit for Radisson Hotel Group: Coordinating internal communication and operations. hotelkit: website. 2025. URL: <https://clients.hotelkit.net/radisson/> (дата звернення: 07.05.2025).

References:

1. Kish H. (2023). Innovatsiini tekhnolohii v diialnosti hotelno-restorannykh pidpriemstv [Innovative technologies in the activities of hotel and restaurant enterprises]. *Aktualni pytannia u suchasnyy nautsi*, Is. 6, no. 12, Pp. 65–77. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6\(12\)-65-77](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6(12)-65-77) (in Ukrainian)
2. Pysarenko N., Petrukha N. & Pakhomov S. (2022). Blockchain Technology and Its Potential for Supporting Sustainable Urban Development. *Law, Business & Sustainability Herald*, Vol. 2, no. 4, Pp. 31–43. URL: <https://lbsherald.org/index.php/journal/article/view/53/46> (accessed 08.03.2025).
3. Lysiuk T. V. (2024). Innovatsiini rishennia v hotelno-restorannomu biznesi: tekhnolohii avtomatyzatsii ta personalizatsii posluh [Innovative solutions in the hotel and restaurant business: automation and personalization technologies]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-13> (in Ukrainian)
4. Kashchuk K. M., Mosiychuk I. V. & Saukh I. V. (2023). Suchasni tekhnolohii upravlinnia v hotelno-restorannomu biznesi: praktyky ta innovatsii [Modern management technologies in the hotel and restaurant business: practices and innovations]. *Biznes inform*, no. 6, Pp. 93–99. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-6-93-99> (in Ukrainian)
5. Vdovichen O. & Palamarek K. (2024). Rol svitovykh innovatsiinykh tekhnolohii u rozvytku hotelno-restorannoho biznesu [The role of global innovative technologies in the development of the hotel and restaurant business]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, Is. 2, no. 12, Pp. 22–27. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.3](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.3) (in Ukrainian)
6. Diakonova A., Titymor L. & Zhovtiak K. (2023). Innovatsiini tekhnolohii yak faktor formuvannia stratehii upravlinnia yakistiu posluh v hotelno-restorannomu biznesi [Innovative technologies as a factor in forming a quality management strategy in the hotel and restaurant business]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-22> (in Ukrainian)
7. Prokopenko N., Kovalenko N. & Shapiro D. (2024). Innovatsiini tekhnolohii ta yikh rol u zabezpechenni konkurentospromozhnosti hotelnykh pidpriemstv [Innovative technologies and their role in ensuring the competitiveness of hotel enterprises]. *Modeling the Development of the Economic Systems*, no. 4, Pp. 32–38. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-14-4> (in Ukrainian)
8. Bilgihan A. & Ricci P. (2024). The new era of hotel marketing: integrating cutting-edge technologies with core marketing principles. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 15, no. 1, Pp. 123–137. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-04-2023-0095>

9. Kim S. S., Kim J., Badu-Baiden F., Giroux M. & Choi Y. (2021). Preference for robot service or human service in hotels? Impacts of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 93. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102795>
10. Samala N., Katkam B. S., Bellamkonda R. S. & Rodriguez R. V. (2022). Impact of AI and robotics in the tourism sector: a critical insight. *Journal of Tourism Futures*, Vol. 8, no. 1, Pp. 73–87. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2019-0065>
11. Nam K., Dutt C. S., Chathoth P., Daghfous A. & Khan M. S. (2021). The adoption of artificial intelligence and robotics in the hotel industry: prospects and challenges. *Electronic Markets*, Vol. 31, no. 3, Pp. 553–574. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00442-3>
12. Park H., Lee M. & Back K. J. (2023). A critical review of technology-driven service innovation in hospitality and tourism: current discussions and future research agendas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 35, no. 12, Pp. 4502–4534. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2022-0875>
13. Harif M. A. A. M., Nawaz M. & Hameed W. U. (2022). The role of open innovation, hotel service quality and marketing strategy in hotel business performance. *Heliyon*, Vol. 8, no. 9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10441>
14. Tai Y. F., Wang Y. C. & Luo C. C. (2021). Technology-or human-related service innovation? Enhancing customer satisfaction, delight, and loyalty in the hospitality industry. *Service Business*, Vol. 15, no. 4, Pp. 667–694. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00461-w>
15. Medallia (2024). Medallia Research Finds 61 Percent of Consumers Are Willing to Spend More for Personalized Experiences, But Only 25 Percent of Experiences Are Highly Personalized. Available at: <https://www.medallia.com/press-release/medallia-research-finds-61-percent-of-consumers-are-willing-to-spend-more-for-personalized-experiences/> (accessed 07.05.2025).
16. The Trade Desk (2024). How Marriott Rewrote the Rules of Retargeting. Available at: <https://thetradedesk.com/case-studies/how-marriott-rewrote-the-rules-of-retargeting> (accessed 07.05.2025).
17. Scribd (2024). A Case Study on Hilton Hotels Corporation – Data-Driven Hospitality. Available at: <https://www.scribd.com/document/482189992/A-Case-Study-On-Hilton-Hotels-Corporation> (accessed 07.05.2025).
18. YouTube (2023). Hilton Digital Key and Mobile Check-In Transform Guest Experience. Available at: <https://youtube.com/watch?v=Jla8vrQutCM> (accessed 07.05.2025).
19. Movable Ink (2023). Clicks Climb 135% as Accor Personalizes the Traveler Experience. Available at: <https://movableink.com/case-studies/clicks-climb-135-as-accor-personalizes-the-traveler-experience> (accessed 07.05.2025).
20. Amazon Web Services (2024). Accor Hotels Leverages AWS for Personalized Guest Experiences. Available at: <https://aws.amazon.com/solutions/case-studies/innovators/accor/> (accessed 07.05.2025).
21. Interactions (2017). Hyatt saves \$4.4 million with conversational reservations application. Available at: https://interactions.com/wp-content/uploads/2018/09/INT_CS_Hyatt_021517.pdf (accessed 07.05.2025).
22. Premier Hotels & Resorts (2019). Premier Hotels and Resorts is happy to announce the launch of the first for Ukraine hotel chat bot. Available at: <https://www.phnr.com/en/chat-bot> (accessed 07.05.2025).
23. CelerData (2023). Airbnb Builds a New Generation of Fast Analytics Experience with StarRocks. Available at: https://celerddata.com/hubfs/Airbnb_Case_Study.pdf (accessed 07.05.2025).
24. Radisson Hotels (2024). The Edwardian Manchester, A Radisson Collection Hotel: Virtual Tour. Available at: <https://www.radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-collection-edwardian-manchester/virtual-tour> (accessed 07.05.2025).
25. Hotel Ukraina (2025). 3D-tour. URL: https://ukraine-hotel.kiev.ua/3d_tour/ (accessed 07.05.2025).
26. Juniper Networks (2023). citizenM Transforms the Hotel Guest Experience with Juniper's AI-Driven Network. Available at: <https://www.juniper.net/us/en/customers/2023/citizenm-hotels-case-study.html> (accessed 07.05.2025).
27. PhocusWire (2024). Winding Tree winds up blockchain travel distribution effort. Available at: <https://www.phocuswire.com/winding-tree-ceases-operations> (accessed 07.05.2025).
28. hotelkit (2025). Hotelkit for Radisson Hotel Group: Coordinating internal communication and operations. Available at: <https://clients.hotelkit.net/radisson/> (accessed 07.05.2025).

Стаття надійшла: 24.07.2025

Стаття прийнята: 03.09.2025

Стаття опублікована: 26.09.2025