

НАПРЯМ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-599-3-22>

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Ахмедова Олена Олегівна

*доктор наук з державного управління,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанного-бізнесу,
Київський національний університет технологій та дизайну*

Снежинська Дар'я Іллівна

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»,
Київський національний університет технологій та дизайну*

Сучасний бізнес у сфері гостинності стикається з інтенсивною конкуренцією, динамічними змінами споживчих потреб та зростаючим впливом цифрових технологій. Забезпечення стабільної клієнтської бази, підвищення лояльності гостей та формування позитивного іміджу бренду стають вирішальними факторами успіху компанії. У цих умовах традиційні підходи до маркетингу та управління вже не дають очікуваних результатів, тому виникає потреба у впровадженні інноваційних рішень, що поєднують персоналізований сервіс, технологічну інтеграцію та соціальну взаємодію з клієнтами. Важливим завданням є створення гнучких систем комунікації, що ставлять у пріоритет користувацький досвід та сприяють довгостроковій співпраці з гостями. Це вимагає переосмислення ролі цифрових інструментів, CRM-систем та мобільних додатків, а також розробки нових форматів лояльності, що забезпечують сталий ріст прибутковості та конкурентоспроможності.

Останні дані свідчать про те, що впровадження інноваційних технологій стало вимірюваним визначальним фактором операційної ефективності та конкурентного позиціонування в підприємствах готельного та ресторанного бізнесу. Згідно з доповіддю Oracle, 96% керівників готелів інвестують у безконтактні технології, а 54% надають пріоритет технологіям, що покращують або усувають необхідність звернення до стійки реєстрації, що свідчить про структурний перехід до моделей обслуговування з мінімальним контактом та само-обслуговуванням, які зменшують затори в обслуговуванні та залежність від робочої сили [1]. Паралельно з цим, процеси розподілу та отримання доходів стають дедалі більш цифровими. Так, за оцінками

D-EDGE, цифрові канали забезпечують близько 60% глобального доходу від розподілу готелів (на основі даних про цифрові бронювання за 2019–2023 роки), що підкреслює стратегічну важливість інтегрованих систем бронювання, менеджерів каналів та прямих продажів на основі CRM [2]. Що стосується аналітики, опитування Lighthouse, в якому взяли участь понад 1200 фахівців у сфері гостинності, показало, що 63% вже використовують штучний інтелект у тій чи іншій мірі для управління доходами, що свідчить про те, що алгоритмічне прогнозування та ціноутворення за допомогою штучного інтелекту переходять від експериментального етапу до рутинної управлінської практики [3].

З функціональної точки зору, сучасний ландшафт інноваційних технологій, що застосовуються в підприємствах гостинності, можна структурувати у взаємопов'язані кластери, а саме:

- рішення, орієнтовані на клієнтів, такі як мобільна реєстрація/виписка, цифрові ключі, замовлення на основі QR-кодів, кіоски само-обслуговування, безконтактні платежі та діалогові агенти на основі штучного інтелекту, спрямовані на зменшення тертя та прискорення циклів обслуговування, одночасно забезпечуючи базову персоналізацію в масштабі;

- додаткові внутрішні інновації включають автоматизацію адміністративних завдань (у тому числі програмна автоматизація повторюваних операцій), сервісну робототехніку для рутинних логістичних та допоміжних завдань, а також цифрове управління господарством та об'єктами;

- технології обробки даних та аналітики, що лежать в основі управління доходами, динамічного ціноутворення, прогнозування попиту та моніторингу репутації завдяки систематичному використанню операційних даних та даних про клієнтів;

- інтеграційні та платформні технології (підключення PMS/POS/CRM, управління каналами, екосистеми на основі API), що забезпечують необхідну архітектуру для координації процесів від початку до кінця, а хмарна інфраструктура, кібербезпека та контроль конфіденційності формують фундаментальний рівень, що забезпечує стабільне та відповідне вимогам використання технологій [4].

Список використаних джерел:

1. Oracle. Travelers Want High-Tech, Low-Touch Hotel Stays. New Oracle Survey. URL: <https://www.oracle.com/news/announcement/oracle-hospitality-in-2025-consumer-research-study-2022-06-01>

2. D-EDGE. Hospitality Solutions. Hotel Distribution Report 2024: Have Direct Bookings Reached a Peak? URL: <https://www.d-edge.com/hotel-distribution-report-2024-have-direct-bookings-reached-a-peak/>

3. Lighthouse. Tech and AI in revenue management: Key trends for 2024. A survey report. URL: <https://www.mylighthouse.com/pdf/dfc8e96a89/report-survey-ai-2024.pdf>
4. Akhmedova O.O. (2025). Innovative approaches and digital technologies in hotel and restaurant business management in Ukraine under contemporary challenges / *Managerial practices and challenges in various economic sectors: scientific monograph*. Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 2025. P. 278 (pp 84–97). URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/27692>