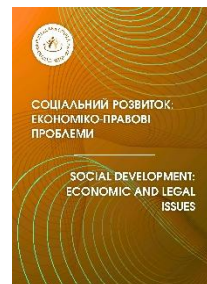




e-ISSN 3083-6018

СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК: економіко-правові проблеми

<https://www.eu-scientists.com/index.php/sdel>



Імплементация SMART-рішень у сфері гостинності та рекреації: інноваційний потенціал цифрових технологій

Юлія А. Перегуда ^{1, 2 *} ● Марина М. Кривоберець ³

¹ Національний університет біоресурсів і природокористування України (Україна). Доцент кафедри глобальної економіки, д-р екон. наук, доцент.

² ПрАТ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (Україна). Заступник завідувача кафедри, доцент кафедри організації туристичної діяльності Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу (ННІУЕБ), д-р екон. наук, доцент.

³ ПрАТ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (Україна). Завідувач кафедри організації туристичної діяльності Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу (ННІУЕБ), канд. екон. наук, доцент.

* Автор-кореспондент, e-mail: julilla.pereguda@gmail.com

СТАТТЯ

АНОТАЦІЯ

Дослідницька

DOI:

[10.70651/3083-6018/2025.4.23](https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.4.23)

Авторське право

© 2025 авторів



Цей твір
ліцензовано на
умовах Ліцензії
Creative Commons
«Із Зазначенням
Авторства –
Некомерційна 4.0
Міжнародна»
(CC BY-NC 4.0).



У статті досліджено сучасні тенденції цифрової трансформації сфери гостинності та рекреації (HoReCa) в контексті впровадження smart-рішень та інноваційних цифрових технологій. Акцент зроблено на ролі таких інструментів, як штучний інтелект (AI), Інтернет речей (IoT), доповнена реальність (AR), аналітика великих даних (big data) та мобільні платформи у формуванні нових форматів сервісного обслуговування та посиленні клієнтоорієнтованості. Обґрунтовано, що цифрові рішення вже сьогодні виступають не лише як допоміжні засоби автоматизації, а як стратегічні чинники забезпечення конкурентоспроможності, адаптивності та інноваційного розвитку підприємств HoReCa. Мета – проаналізувати інноваційний потенціал впровадження smart-рішень у сфері гостинності та рекреації на основі сучасних тенденцій цифрової трансформації, з урахуванням вітчизняного та міжнародного досвіду, і визначити перспективні напрями розвитку HoReCa в умовах цифрової економіки. У межах роботи проведено системний огляд наукової літератури вітчизняних і зарубіжних авторів щодо напрямів і результатів впровадження цифрових інструментів у готельно-ресторанному та рекреаційному бізнесі. Виявлено, що українські дослідники здебільшого зосереджуються на прикладних аспектах цифровізації, тоді як зарубіжна література акцентує увагу на міждисциплінарному підході, який поєднує технологічні, поведінкові та стратегічні виміри. За результатами аналізу було також представлено ключові статистичні показники, що підтверджують позитивну динаміку цифрового розвитку HoReCa, зокрема зростання ринку цифрових сервісів, зміну структури каналів бронювання, підвищення цифрової зрілості бізнесу та рівня задоволеності клієнтів. Зроблено висновок, що майбутнє розвитку індустрії гостинності безпосередньо пов'язане з рівнем технологічної інноваційності підприємств. Практична цінність дослідження полягає у можливості застосування узагальнених підходів для підвищення цифрової готовності компаній.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

HoReCa, цифровізація, smart-рішення, цифрові технології, готельно-ресторанний бізнес.



e-ISSN 3083-6018

SOCIAL DEVELOPMENT: Economic and Legal Issues

<https://www.eu-scientists.com/index.php/sdel>


Implementation of SMART Solutions in the Hospitality and Recreation Sector: The Innovative Potential of Digital Technologies

Yuliia Pereguda ^{1, 2 *} ● Maryna Kryvoberets ²

¹ National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Ukraine). Associate Professor at the Department of Global Economics, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor.

² Interregional Academy of Personnel Management (Ukraine). Deputy Head of the Department, Associate Professor at the Department of Tourism Organization, Educational and Scientific Institute of Management, Economics and Business, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor.

³ Interregional Academy of Personnel Management (Ukraine). Head of the Department of Tourism Organization, Educational and Scientific Institute of Management, Economics and Business, PhD in Economics, Associate Professor.

* Corresponding Author, e-mail: julilla.pereguda@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Research Article

DOI:

[10.70651/3083-6018/2025.4.23](https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.4.23)

Copyright © 2025
by authors



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution – NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)



The article explores current trends in the digital transformation of the hospitality and recreation sector (HoReCa) in the context of implementing smart solutions and innovative digital technologies. Emphasis is placed on the role of such tools as artificial intelligence (AI), the Internet of Things (IoT), augmented reality (AR), big data analytics, and mobile platforms in shaping new formats of service delivery and enhancing customer orientation. It is substantiated that digital solutions today serve not only as auxiliary automation tools but also as strategic factors in ensuring the competitiveness, adaptability, and innovative development of HoReCa enterprises. The purpose of the article is to analyze the innovative potential of implementing smart solutions in the hospitality and recreation sector based on current trends in digital transformation, taking into account both domestic and international experience, and to identify promising directions for HoReCa development in the context of the digital economy. The study includes a systematic review of scientific literature by Ukrainian and foreign authors regarding the areas and outcomes of implementing digital tools in the hotel, restaurant, and recreation business. It has been revealed that Ukrainian researchers mainly focus on the practical aspects of digitalization, while foreign literature emphasizes an interdisciplinary approach that combines technological, behavioral, and strategic dimensions. In conclusion, the advantages and challenges of implementing smart solutions in the service sector are outlined, along with the prospects for further scientific research in this area. Special attention is given to the importance of developing effective models of digital transformation adapted to the conditions of the Ukrainian HoReCa market. It is concluded that the future of the hospitality industry is closely linked to the level of technological innovation in enterprises. The practical value of this research lies in the applicability of the summarized approaches to enhancing the digital readiness of companies.

KEYWORDS

HoReCa, digitalization, smart solutions, digital technologies, hotel and restaurant business.

1. Вступ

У сучасних умовах цифрової трансформації економіки сфера гостинності та рекреації (HoReCa) переживає кардинальні зміни. Зростаючі очікування споживачів, потреба у персоналізованому сервісі, конкурентна боротьба на глобальному ринку, а також виклики посткризового відновлення (після пандемії COVID-19) зумовлюють необхідність впровадження smart-рішень та інноваційних технологій (AI, IoT, AR, big data тощо). У цьому контексті актуальним стає аналіз практик цифровізації, як вітчизняних, так і зарубіжних, для виявлення ефективних підходів і моделей адаптації галузі до цифрової епохи.

2. Огляд літературних джерел

Упродовж останніх років спостерігається активна наукова дискусія щодо впровадження цифрових технологій і smart-рішень у сферу гостинності та рекреації, що зумовлено зростаючою потребою у технологічній трансформації галузі та зміні поведінки споживачів у цифрову епоху.

Вітчизняні дослідники акцентують увагу на стратегічних та операційних аспектах цифровізації HoReCa. Так, Пукач Я. [22] дослідив основні напрями впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі, підкресливши їх роль у підвищенні ефективності обслуговування та управління. Давидова О. Ю. та Колесникова В. Д. [6] розглянули диджиталізацію як ключовий драйвер конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанної сфери, виокремивши переваги впровадження CRM-систем, онлайн-бронювання та мобільних сервісів.

Питання інноваційної активності у сфері HoReCa розкрито у роботах Середи Н. М. та Піюренко І. О. [23], які наголошують на важливості інтеграції новітніх сервісних технологій, що забезпечують персоналізацію та підвищення рівня задоволеності клієнтів. Аналогічно, Вдовічена О. Г. та Паламарек К. В. [27] підкреслюють трансформаційний ефект глобальних інноваційних технологій (AI, IoT, AR) для розвитку сфери гостинності.

Особливу увагу цифровим викликам у туристичному бізнесі приділяють Кифяк В. та Кифяк О. [16], які зосереджують увагу на диджиталізації прикордонних туристичних дестинацій, а також Кожухівська Р. Б. і Непочатенко В. О. [15], які обґрунтовують роль цифрових технологій як бази для оновлення туристичної діяльності. Водночас Захарова Т. [26] дослідила специфіку цифрової трансформації в управлінні підприємствами HoReCa, акцентуючи на системах автоматизації та бізнес-аналітики.

Роботи Тишук І. та Терещук О. [26], Беляк А. [2] узагальнюють сучасні тренди впровадження інноваційних технологій в українському готельно-ресторанному бізнесі та вказують на перспективи застосування цифрових інструментів у посткризовому відновленні галузі.

У зарубіжній науковій думці ключові аспекти digital-трансформації аналізуються більш комплексно – на перетині технологічних, поведінкових і стратегічних підходів. У ґрунтовному огляді Buhalis D. [4] простежено еволюцію інформаційних технологій у сфері туризму та гостинності, включаючи такі концепти, як smart destinations, big data, цифровий twin та мобільні платформи. Jayawardena C., Ahmad A., Valeri M., Jaharadak A. [8] фокусують увагу на зміні бізнес-моделей під впливом цифрових каналів комунікації та цифрової клієнтоорієнтованості.

Значний внесок у дослідження клієнтського досвіду у цифровому середовищі зробили Tom Dieck M. і Han D. [9], які висвітлили інтеграцію AI, big data, мобільних застосунків у формування унікального користувацького досвіду. Аналогічно, Osadare O., Akande O., Soladoye A., Sobowale P. [21] довели позитивний вплив smart-технологій (IoT, AI) на задоволення потреб клієнтів у готелях Південної Кореї.

У роботі Mayer M., Gedi M. і Kumar M. [17] підкреслено, що цифровізація в туризмі має також екологічний вимір – сприяє формуванню сталої поведінки споживачів. Питання цифрової зрілості бізнесу досліджено у праці Ka X., Ying T. і Tang J. [11], які показали, що підприємства з вищим рівнем цифрової готовності демонструють більшу адаптивність у кризових ситуаціях.

Тематичну нішу big data analytics як інструменту управлінських рішень у HoReCa глибоко розкрито у роботі Mousavian S., Miah S., і Zhong Y. [18]. Зі свого боку, Jeong M. і Shin H. [9] акцентують на поведінці цифрових туристів у межах smart-дестинацій. Проблематика штучного

інтелекту в готельному сервісі розкривається в оглядовій роботі Kim H., So K., Shin S. i Li J. [13], де висвітлено застосування AI у вигляді чат-ботів, автоматизації бронювань та персоналізації обслуговування. Також Amitrano C., Russo Spena T. i Bifulco F. [1] проаналізували вплив цифрової взаємодії на залученість туристів, підтвердивши важливість digital-touchpoints у формуванні клієнтської лояльності.

3. Постановка завдання

Мета – проаналізувати інноваційний потенціал впровадження smart-рішень у сфері гостинності та рекреації на основі сучасних тенденцій цифрової трансформації, з урахуванням вітчизняного та міжнародного досвіду, і визначити перспективні напрями розвитку HoReCa в умовах цифрової економіки.

Завдання:

- провести огляд наукових підходів до цифровізації галузі HoReCa та рекреації;
- визначити ключові напрями та інструменти smart-трансформації у сфері гостинності;
- систематизувати досвід вітчизняних і зарубіжних досліджень щодо використання цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі;
- оцінити рівень цифрової зрілості підприємств HoReCa в Україні;
- виявити основні переваги, виклики та перспективи впровадження smart-рішень у сфері послуг.

4. Методи та матеріали

Методологічна основа дослідження процесів адаптації готельно-ресторанного бізнесу в Україні передбачає інтеграцію кількісних і якісних підходів, що дає змогу отримати всебічну та збалансовану оцінку ситуації. Поряд із цим здійснюється аналітичний огляд сучасних наукових джерел, галузевих звітів, ринкових досліджень і публікацій, що розкривають поточні тренди, технологічні виклики й можливості адаптації в умовах динамічного середовища. Такий комбінований підхід сприяє глибшому розумінню специфіки управлінських рішень, що приймаються у сфері гостинності, а також оцінці їх результативності у контексті соціально-економічної турбулентності.

Запропонована методологія дозволяє поєднати оцінку практичного досвіду з теоретичними узагальненнями, забезпечуючи об'єктивну картину адаптаційних стратегій готельно-ресторанних закладів на національному рівні.

5. Результати та обговорення

Аналіз останніх наукових робіт сприяє глибшому розумінню основних тенденцій, викликів і перспектив впровадження smart-рішень у HoReCa. Він дозволяє простежити, які технологічні інструменти вже апробовано у практиці, які з них виявилися найбільш ефективними, а також які напрями досліджуються недостатньо і потребують подальшого вивчення. Вивчення наукових джерел формує цілісне бачення стану цифрової трансформації галузі, допомагає уникнути дублювання попередніх підходів, а також окреслити нові вектори наукового пошуку з урахуванням актуальних викликів та інноваційних можливостей.

У табл. 1 представлено останні публікації вітчизняних дослідників у сфері диджиталізації сфери гостинності та рекреації.

У сучасному науковому дискурсі України тема цифровізації готельно-ресторанної сфери та рекреаційного бізнесу поступово займає пріоритетне місце, що відображає загальносвітові тенденції цифрової трансформації сфери послуг. Вітчизняні дослідження зосереджуються на декількох ключових напрямках, які охоплюють як стратегічні, так і операційні аспекти впровадження digital-інструментів у HoReCa та туризм.

Один із провідних напрямів – впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі як чинник підвищення конкурентоспроможності. Так, у дослідженні Пукача Я. [22] окреслено практичні аспекти впровадження цифрових сервісів, зокрема електронного бронювання,

онлайн-комунікацій та автоматизованого обліку. Висвітлено також бар'єри цифровізації в умовах українського бізнес-середовища.

Таблиця 1. Огляд сучасних напрямів досліджень цифрових технологій у сфері гостинності та рекреації в українській науковій літературі (2020–2025)

№	Автор(и)	Короткий зміст дослідження
1	Беляк А. О. [2]	Переваги цифровізації для ефективного функціонування готельно-ресторанного бізнесу.
2	Бевз А. [3], Коваль О., Серeda Н. [14]	Аналіз використання AI, AR, блокчейн у сервісному обслуговуванні.
3	Давидова О. Ю., Колесникова В. Д. [6]	Аналіз процесу digital-трансформації підприємств HoReCa.
4	Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. [15]	Аналіз взаємозв'язку цифровізації та туристичних практик в Україні.
5	Кифяк В., Кифяк О. [16]	Досліджено регіональний аспект цифрової трансформації туризму.
6	Пукач Я. [22]	Досліджено переваги цифровізації для готельного бізнесу, зокрема технологічні рішення для підвищення конкурентоспроможності.
7	Серeda Н. М., Піюренко І. О. [23]	Висвітлено роль інновацій у конкурентоспроможності підприємств.
8	Вдовічена О. Г., Паламарек К. В. [27]	Аналіз AI, IoT, AR як інструментів модернізації готельно-ресторанного бізнесу.
9	Тищук І., Терещук О. [26]	Акцент на трендах інновацій у сервісному обслуговуванні.
10	Захарова Т. В. [28]	Розглянуто диджиталізацію управлінських процесів.

Джерело: узагальнено автором.

Інший вагомий напрям представлено у роботі Давидової О. Ю. та Колесникової В. Д. [6], де цифрова трансформація розглядається як стратегічний драйвер конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу. Авторки акцентують на важливості впровадження CRM-систем, платформ для управління лояльністю та інтелектуального аналізу споживчої поведінки.

Серeda Н. М. і Піюренко І. О. [23] здійснили аналіз інноваційної діяльності в HoReCa, звертаючи увагу на інструменти персоналізації послуг, автоматизацію процесів обслуговування та цифрову модернізацію робочих процесів. Дослідниці підкреслюють необхідність комплексного підходу до впровадження інновацій з урахуванням потреб споживачів нового покоління.

Вдовічена О. Г. і Паламарек К. В. [27] вивчають вплив глобальних технологічних трендів на трансформацію готельно-ресторанного бізнесу. Зокрема, увагу приділено таким інструментам, як штучний інтелект, Інтернет речей (IoT), доповнена реальність (AR), які розглядаються як перспективні для адаптації у вітчизняному контексті.

Бевз А. [3] у своєму дослідженні зосередився на інноваційних технологіях у готельному сервісі, окресливши потенціал використання блокчейн-рішень для підвищення безпеки та прозорості операцій, а також можливості застосування віртуальної реальності у маркетингових стратегіях.

У контексті розвитку рекреаційного і туристичного сектору, Кифяк В. та Кифяк О. [16] дослідили процеси диджиталізації туристичних дестинацій у західноукраїнських регіонах. Вони проаналізували механізми цифрового просування територій, застосування платформ електронного маркетингу та онлайн-картографії.

Дослідження Кожухівської Р. Б. та Непочатенка В. О. [15] доповнює цей напрям, розглядаючи digital-технології як основу модернізації туристичної діяльності в Україні, включно з мобільними застосунками, цифровими гідами та сервісами зворотного зв'язку.

Захарова Т. В. [26] зосередилася на інтеграції цифрових рішень в управління підприємствами HoReCa, аналізуючи системи автоматизації обліку, управлінської звітності та управління персоналом.

У свою чергу, Тищук І. та Терещук О. [25] узагальнили сучасні тренди інновацій у готельно-ресторанному бізнесі, вказавши на зростання ролі хмарних технологій, електронних платформ для оцінювання сервісу та мобільної комунікації з клієнтами.

Останній напрям представлений у роботі Беляк А. О. [23], який досліджує вплив цифрових технологій на розвиток HoReCa в умовах кризи, наголошуючи на ролі цифрових інструментів у забезпеченні гнучкості та адаптивності бізнесу.

У табл. 2 представлено останні публікації зарубіжних дослідників у сфері диджиталізації сфери гостинності та рекреації.

Таблиця 2. Аналіз зарубіжних наукових досліджень щодо впровадження smart-рішень та digital-інструментів у готельно-ресторанному та рекреаційному секторі (2020–2024)

№	Автор(и)	Короткий зміст дослідження
1	Amitrano C., Russo Spina T., Bifulco F. [1]	Досліджено вплив цифрових каналів на залучення клієнтів у туризмі.
2	Buhalis D. [4]	Огляд розвитку цифрових технологій у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі за останні 10 років.
3	Jayawardena C., Ahmad A., Valeri M., Jaharadak A. [8]	Досліджено вплив цифровізації на інновації бізнес-моделей у сфері гостинності.
4	Jeong M., Shin H. [9]	Поведінка цифрових туристів у середовищі smart-технологій.
5	Ka X., Ying T., Tang J. [11]	Визначено рівень цифрової зрілості бізнесів HoReCa та їхню стійкість у кризах.
6	Kim H., So K., Shin S., Li J. [13]	Огляд застосування штучного інтелекту у HoReCa: чат-боти, автоматизація, персоналізація.
7	Mayer M., Gedi M., Kumar M. [17]	Оцінено вплив цифрових технологій на сталий розвиток індустрії туризму.
8	Mousavian S., Miah S., Zhong Y. [18]	Роль аналітики великих даних у стратегічному менеджменті готелів.
9	Osadare O., Akande O., Soladoye A., Sobowale P. [21]	Вплив IoT та AI на рівень задоволення клієнтів у готелях.
10	Tom Dieck M., Han D. [25]	Аналіз застосування big data, AI, мобільних платформ у сфері HoReCa.

Джерело: узагальнено автором.

У світовій науковій літературі проблематика цифровізації індустрії гостинності, туризму та рекреації вже тривалий час перебуває у фокусі міждисциплінарних досліджень. Провідні дослідники аналізують як технологічні аспекти smart-рішень, так і їхній вплив на поведінку споживачів, бізнес-моделі та управлінські процеси у сфері HoReCa.

Загальний огляд еволюції інформаційних технологій у туризмі й гостинності подано у роботі Buhalis D. [4], які охарактеризували трансформацію сфери через призму диджиталізації, включно з концепціями smart destinations, використанням big data, мобільними платформами та інтегрованими інформаційними системами. Автори наголошують, що технології стали не просто допоміжним засобом, а ключовим елементом стратегії розвитку туризму.

Інституційні й стратегічні аспекти цифрової трансформації у сфері HoReCa детально проаналізовані Jayawardena C., Ahmad A., Valeri M., Jaharadak A. [8], які обґрунтовує зміну бізнес-моделей під впливом цифрових каналів, таких як соціальні мережі, онлайн-сервіси та платформи самообслуговування. Авторка вказує на необхідність переосмислення взаємодії з клієнтом і переходу до сервісів нового покоління.

Технології управління клієнтським досвідом через цифрові інструменти стали предметом дослідження Tom Dieck M., Han D. [25], яка вивчила застосування штучного інтелекту, big data та мобільних додатків для формування персоналізованого сервісу. Водночас Osadare O., Akande O., Soladoye A., Sobowale P. [21] зосередили увагу на smart hospitality – зокрема, на тому, як використання IoT і AI покращує споживачьке сприйняття та задоволення клієнтів у готельно-ресторанній сфері.

Цифровізація розглядається не лише як технологічна модернізація, але й як інструмент сталого розвитку. У роботі Mayer M., Gedi M., Kumar M. [17] цифрові технології аналізуються як засіб досягнення цілей сталого туризму, через оптимізацію ресурсів, поведінкове стимулювання споживачів та вдосконалення логістики.

Цікавий управлінський вимір представлено у дослідженні Ka X., Ying T., Tang J. [11], де йдеться про рівень цифрової зрілості підприємств сфери гостинності та їхню здатність

адаптуватися до кризових викликів (зокрема, пандемії COVID-19). Вони визначають цифрову компетентність як ключ до стійкості бізнесу.

Ще один важливий напрям – застосування big data в управлінні. У роботі Mousavian S., Miah S., Zhong Y. [18] окреслено, як великі дані слугують основою для прийняття стратегічних рішень, побудови клієнтських профілів, цінової політики та оптимізації операційної діяльності в готелях.

Jeong M., Shin H. [9] приділили увагу поведінці цифрових туристів у межах smart-дестинацій, акцентуючи на взаємодії споживачів з цифровими платформами та інтелектуальними системами навігації, бронювання та зворотного зв'язку.

Застосування штучного інтелекту в HoReCa докладно розглянуто Kim H., So K., Shin S., Li J. [13], які описують впровадження AI-рішень: чат-ботів, систем автоматичного розпізнавання потреб клієнтів, персоналізованих рекомендацій. Вони розглядають AI не лише як технічну інновацію, а як стратегічний інструмент підвищення якості сервісу.

Нарешті, Amitrano C., Russo Spina T., Bifulco F. [1] дослідили зв'язок між цифровими взаємодіями (цифровий маркетинг, соціальні медіа, мобільні додатки) та споживацькою залученістю, підкреслюючи, що активна цифрова присутність туристичних підприємств позитивно впливає на лояльність і рівень повторних звернень клієнтів.

Рис. 1 ілюструє динаміку рівня цифровізації підприємств сфери HoReCa в Україні у 2019–2024 роках.

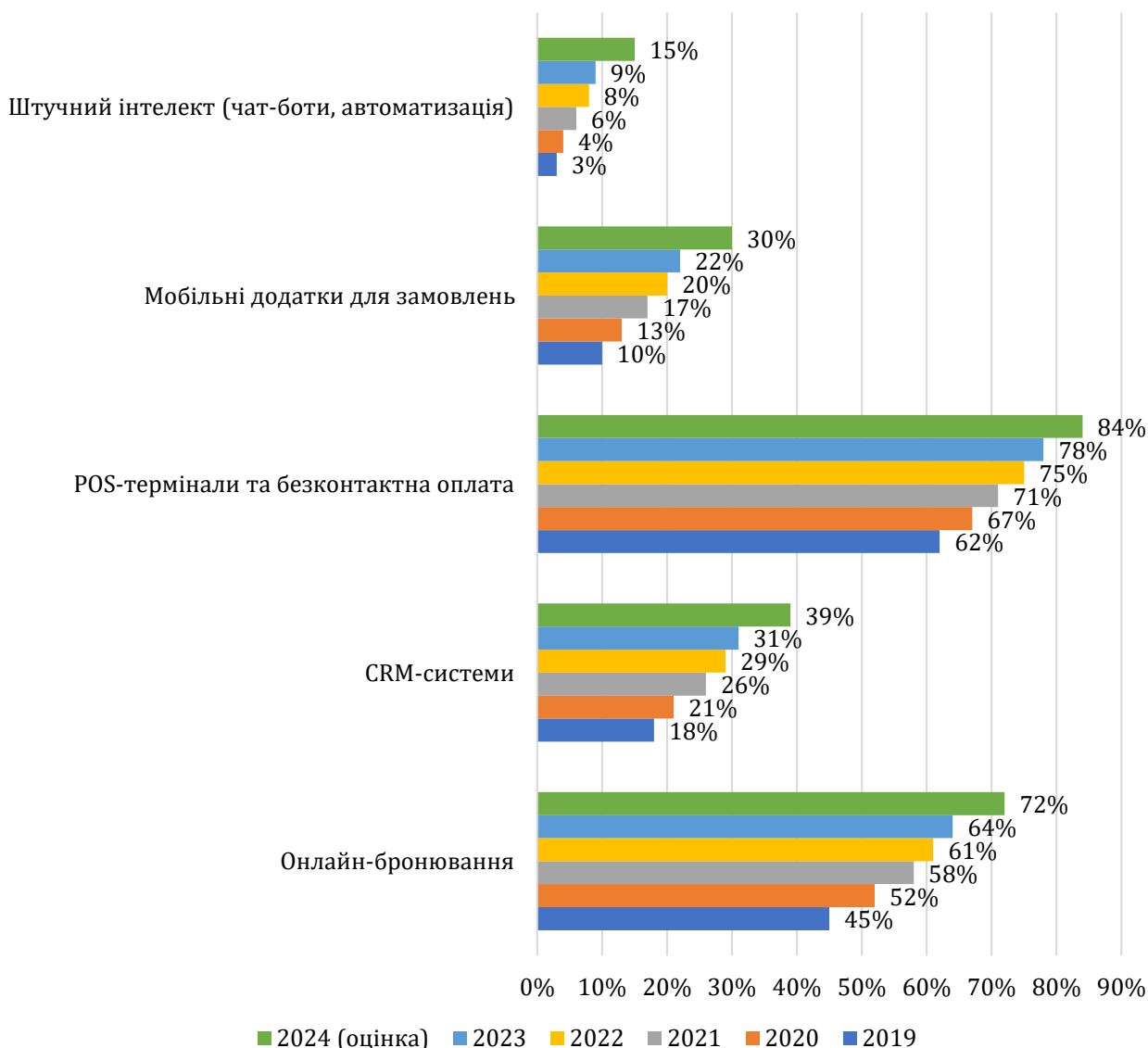


Рис.1. Рівень цифровізації підприємств HoReCa в Україні, 2019–2024 рр., %

Джерело: складено авторами за [6; 19].

Як видно з графіка, представленого на рис. 1, загальна тенденція є позитивною – цифрове проникнення поступово зростає, що свідчить про підвищення зацікавленості бізнесу у впровадженні інноваційних рішень. Особливо помітний стрибок спостерігається в 2020–2021 роках, що, ймовірно, пов'язано з викликами пандемії COVID-19 та необхідністю оперативного переходу на безконтактні сервіси, онлайн-бронювання та автоматизовані системи обслуговування. Надалі темпи зростання дещо уповільнюються, але загалом демонструють стабільне нарощування цифрових потужностей. Ці дані підкреслюють, що українські підприємства HoReCa поступово адаптуються до вимог цифрової епохи, хоч і з певним відставанням у порівнянні з глобальними тенденціями.

Рис. 2 відображає динаміку обсягу світового ринку цифрових рішень у сфері HoReCa у 2019–2024 роках (у млрд доларів США).

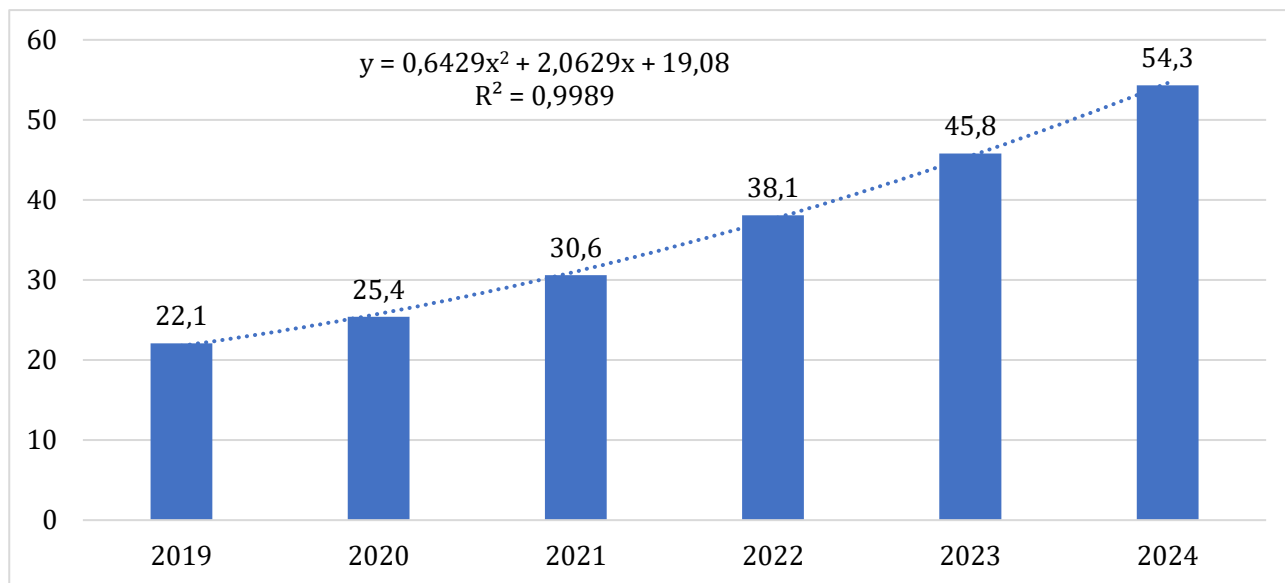


Рис.2. Обсяг світового ринку цифрових рішень у сфері HoReCa, 2019–2024, млрд дол. США

Джерело: складено авторами за [7; 24].

Згідно з наведеними даними, ринок демонструє стійке зростання, що свідчить про зростаючу глобальну потребу у впровадженні цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі. Найбільше зростання припадає на період після 2020 року – це пояснюється як посткризовою перебудовою галузі, так і стрімким розвитком інноваційних сервісів, таких як AI-помічники, мобільні додатки для бронювання, CRM-системи та автоматизація процесів. Також варто відзначити, що з кожним роком бізнес інвестує все більше в цифрові інструменти, розглядаючи їх не просто як додаткові функції, а як стратегічно важливі компоненти свого розвитку. Така динаміка підкреслює, що digital-рішення стають ключовим фактором конкурентоспроможності у глобальному середовищі HoReCa. З графіка простежується чітка тенденція до стійкого і поступального зростання, що вказує на постійне розширення попиту на цифрові інструменти у готельному та ресторанному секторі.

Починаючи з 2020 року, спостерігається різке прискорення темпів зростання, яке збігається з глобальними наслідками пандемії COVID-19. В умовах необхідності дотримання санітарно-епідеміологічних норм, заклади HoReCa змушені були оперативно впроваджувати безконтактні технології, дистанційне обслуговування та автоматизовані платформи. Це стало каталізатором широкого використання мобільних застосунків для бронювання й замовлення послуг, систем онлайн-оплати, цифрових меню, AI-асистентів для персоналізованої взаємодії з клієнтами, а також CRM-систем для збереження історії взаємодій та підвищення лояльності гостей.

Важливо підкреслити, що ріст ринку не є ситуативним або короткостроковим – навпаки, кожен наступний рік демонструє зростаючий обсяг інвестицій бізнесу у цифрову трансформацію. Це свідчить про те, що цифрові рішення сприймаються не як тимчасове реагування на кризу, а як стратегічно важливий інструмент довготривалого розвитку. Цифровізація поступово інтегрується в операційну структуру підприємств, забезпечуючи

підвищення ефективності, мінімізацію людського фактору, скорочення витрат і оптимізацію взаємодії з клієнтом.

Окремо варто відзначити стрімкий розвиток рішень на основі штучного інтелекту, включаючи аналітичні модулі прогнозування попиту, рекомендаційні системи, автоматизоване управління персоналом і складом. Усе це формує нову конкурентну реальність, у якій технологічна гнучкість і швидкість адаптації до змін стають визначальними перевагами.

Таким чином, зростання світового ринку digital-рішень для HoReCa в період 2019–2024 років не лише кількісно підтверджує високий інтерес до технологій, а й відображає трансформацію всієї галузі в бік інноваційної, клієнтоорієнтованої та цифрово підготовленої екосистеми.

Рис. 3 демонструє зміну структури каналів бронювання готелів у світі впродовж 2019–2024 років (у відсотках).

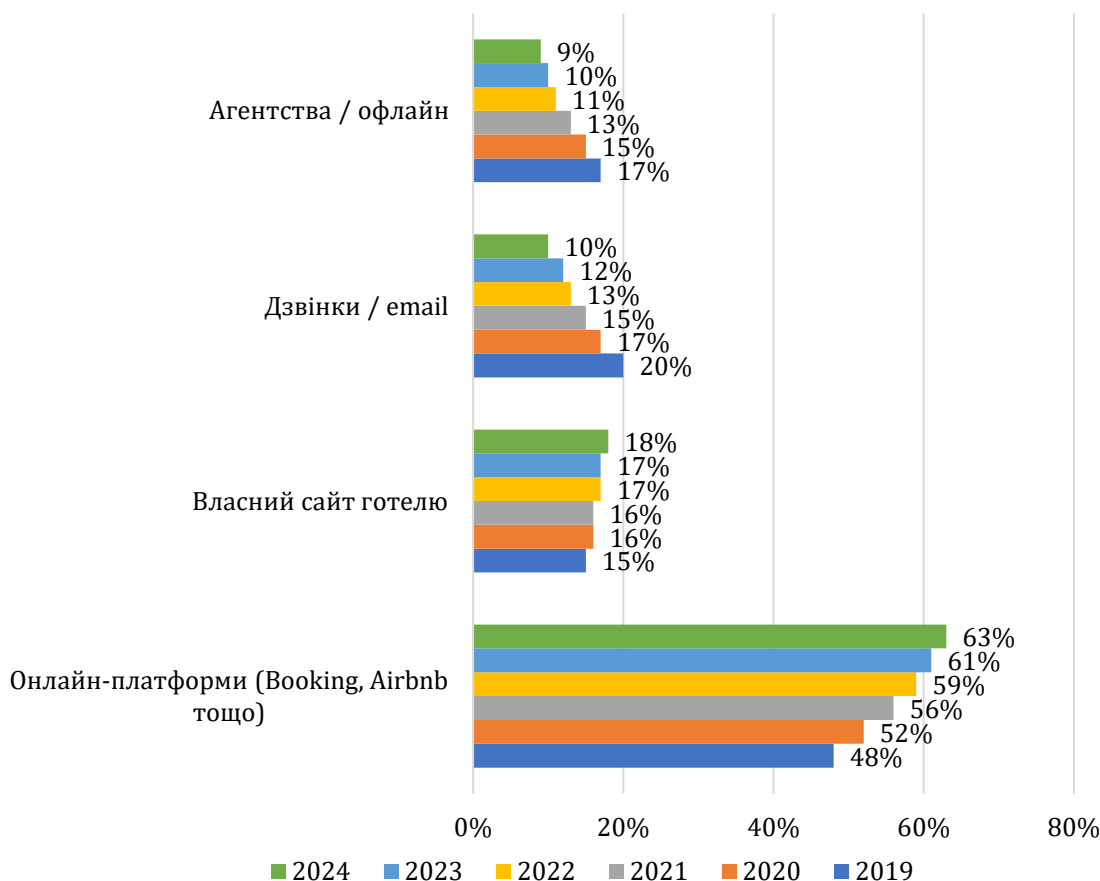


Рис.3. Динаміка структури каналі бронювання готелів у світі, 2019–2024 рр.,%

Джерело: складено авторами за [5; 12].

З графіка чітко видно поступову трансформацію споживчих уподобань на користь цифрових каналів. Зокрема, помітно зростання частки онлайн-бронювання через мобільні додатки та ОТА (online travel agencies), тоді як традиційні канали, як-от телефонні дзвінки чи бронювання через туроператорів, поступово втрачають позиції. Така динаміка відображає загальносвітовий тренд на цифровізацію процесу планування подорожей, а також зручність і доступність онлайн-сервісів для користувачів. Збільшення частки мобільного бронювання свідчить про зміну поведінки клієнтів – вони надають перевагу швидким, інтуїтивним і персоналізованим рішенням. Це ще раз підтверджує, що цифрові канали не просто доповнюють сервіс, а стають основним інструментом взаємодії з клієнтом у сучасному готельному бізнесі.

Показник рівня задоволеності клієнтів цифровими сервісами у сфері HoReCa протягом 2019–2024 років демонструє чітку позитивну динаміку. З кожним роком усе більше споживачів висловлюють схвальні оцінки щодо зручності, швидкості та якості цифрових інструментів, які використовуються у готельно-ресторанному обслуговуванні. Особливо помітне зростання припадає на період 2021–2023 років, що, ймовірно, пов'язано з активною інтеграцією AI,

мобільних застосунків, електронного бронювання та безконтактної оплати. Це свідчить про те, що клієнти швидко адаптуються до нових форматів сервісу та високо оцінюють їхню ефективність. Така тенденція підкреслює важливість подальшого вдосконалення цифрової взаємодії, адже якість цифрового досвіду дедалі більше впливає на лояльність і вибір споживача. Проведене дослідження засвідчило, що цифрова трансформація стає визначальним чинником розвитку сфери гостинності та рекреації як в Україні, так і у світі. Впровадження smart-рішень (AI, IoT, AR, big data тощо) забезпечує не лише підвищення ефективності операційної діяльності підприємств HoReCa, а й сприяє формуванню персоналізованого клієнтського досвіду, покращенню сервісу, підвищенню лояльності споживачів та конкурентоспроможності бізнесу загалом.

Рис. 4 демонструє зміну структури каналів бронювання готелів у світі впродовж 2019–2024 років (у відсотках).

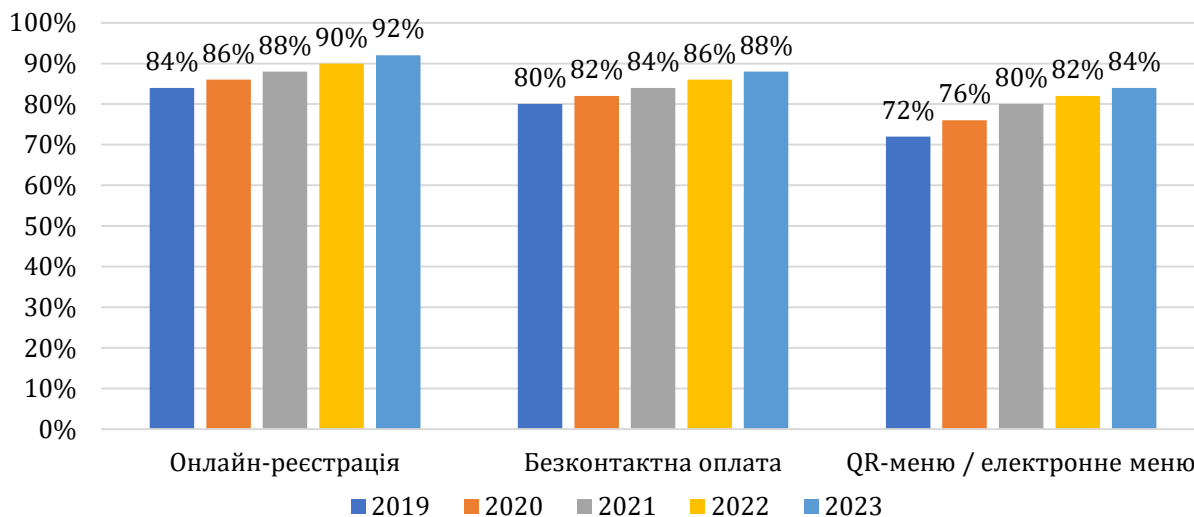


Рис.4. Рівень задоволеності клієнтів сфери HoReCa цифровими сервісами, 2019–2024 рр., %
Джерело: складено авторами за [10; 20].

З графіка чітко видно поступову трансформацію споживчих уподобань на користь цифрових каналів. Зокрема, помітно зростання частки онлайн-бронювання через мобільні додатки та OTA (online travel agencies), тоді як традиційні канали, як-от телефонні дзвінки чи бронювання через туроператорів, поступово втрачають позиції. Така динаміка відображає загальносвітовий тренд на цифровізацію процесу планування подорожей, а також зручність і доступність онлайн-сервісів для користувачів. Збільшення частки мобільного бронювання свідчить про зміну поведінки клієнтів – вони надають перевагу швидким, інтуїтивним і персоналізованим рішенням. Це ще раз підтверджує, що цифрові канали не просто доповнюють сервіс, а стають основним інструментом взаємодії з клієнтом у сучасному готельному бізнесі.

Показник рівня задоволеності клієнтів цифровими сервісами у сфері HoReCa протягом 2019–2024 років демонструє чітку позитивну динаміку. З кожним роком усе більше споживачів висловлюють схвальні оцінки щодо зручності, швидкості та якості цифрових інструментів, які використовуються у готельно-ресторанному обслуговуванні. Цифрові платформи, чат-боти, мобільні застосунки для замовлення послуг, інтегровані CRM-системи – усе це не лише підвищує рівень сервісу, а й формує нові стандарти клієнтського досвіду. Крім того, інтелектуальні системи обробки запитів, автоматизоване управління бронюванням, персоналізація пропозицій на основі історії клієнта та поведінкової аналітики поступово стають нормою. Саме завдяки цим рішенням індустрія гостинності переходить від реактивного до проактивного формату обслуговування. Такий підхід дозволяє не лише підвищити лояльність клієнтів, а й значно розширити можливості бізнесу у сфері побудови довгострокових відносин з гостем. У підсумку – цифровізація вже не є трендом майбутнього, а реальністю сьогодення, що диктує нові правила гри у сфері HoReCa.

Отже, аналіз динаміки цифрової трансформації у сфері гостинності та рекреації засвідчує її сталий розвиток як в Україні, так і на світовому рівні. Впровадження smart-рішень та інноваційних цифрових технологій стає не лише відповіддю на сучасні виклики, а й

стратегічною необхідністю для забезпечення конкурентоспроможності, клієнтоорієнтованості та адаптивності бізнесу. Зростання обсягів ринку цифрових сервісів, зміна моделей споживчої поведінки та підвищення рівня задоволеності клієнтів підтверджують доцільність і перспективність цифровізації HoReCa як одного з ключових напрямів розвитку галузі.

6. Висновки

Вітчизняна та зарубіжна наукова література демонструє високий рівень зацікавленості науковців у проблематиці диджиталізації HoReCa. Особливо активно досліджуються теми використання big data для прийняття управлінських рішень, застосування штучного інтелекту у готельному сервісі, а також вплив цифрових технологій на сталий розвиток туризму. Усі ці напрями свідчать про значний інноваційний потенціал, який може бути реалізований через стратегічне та послідовне впровадження smart-рішень у галузь.

Разом з тим, результати аналізу вказують на наявність викликів, серед яких – низький рівень цифрової зрілості деяких підприємств, недостатнє фінансування інновацій, обмеженість кадрового потенціалу та брак синхронізації між технічними рішеннями і потребами споживачів.

Перспективи подальших досліджень передбачають: оцінку економічної ефективності впровадження конкретних цифрових інструментів у HoReCa; розробку моделей цифрової трансформації з урахуванням розміру та типу підприємств; вивчення впливу smart-рішень на поведінку споживачів різних поколінь (зокрема покоління Z та Alpha); аналіз регіональної специфіки цифровізації HoReCa в Україні; дослідження синергії між цифровими технологіями та сталим розвитком рекреаційної сфери.

References

1. Amitrano, C. C., Russo Spina, T., & Bifulco, F. (2021). Digital engagement and customer experience. In *Digital transformation in the cultural heritage sector: Challenges to marketing in the new digital era* (pp. 119–136). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-63376-9_6
2. Beliak A. (2022). Vplyv tendentsii tsyfrovizatsii na rozvytok subiektiv hospodarskoi diialnosti sfery hostynnosti [The influence of digitalization trends on the development of business subjects in the hospitality]. *Modern Economics*, (35), 23–28. [https://doi.org/10.31521/modecon.V35\(2022\)-04](https://doi.org/10.31521/modecon.V35(2022)-04) (in Ukrainian)
3. Bevez, A. (2024). Doslidzhennia innovatsii u hotelnomu biznesi [Innovation research in the hotel business]. *Economies' Horizons*, 2–3(28), 102–110. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(28\).2024.305695](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(28).2024.305695) (in Ukrainian)
4. Buhalis, D. (2020). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
5. DATAINTELO. (2023). *Travel Distribution System Market*. <https://dataintel.com/report/global-travel-distribution-system-market>
6. Davydova, O. Yu., & Kolesnykova, V. D. (2022). Dydzhytalizatsiia yak draiver zrostantia konkurentospromozhnosti pidpriemstva hotelno-restorannoho biznesu [Digitalization as a driver of growth of competitiveness of the hotel and restaurant business enterprise]. *Biznes Inform – Business Inform*, (12), 113–120. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-113-120> (in Ukrainian)
7. EHL Insights. (2025). *Key Hospitality Data & Industry Statistics to Watch for 2025*. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-statistics>
8. Jayawardena, C., Ahmad, A., Valeri, M., & Jaharadak, A. A. (2023). Technology acceptance antecedents in digital transformation in hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, (108), 103350. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103350>
9. Jeong, M., & Shin, H. H. (2020). Tourists' experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1464–1477. <https://doi.org/10.1177/0047287519883034>
10. Johnson, J. (2024). The changing face of hospitality: Four key insights for business transformation. PwC. <https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/hospitality-business-transformation.html>

11. Ka, X., Ying, T., & Tang, J. (2023). A conceptual model for Developing Digital Maturity in Hospitality Micro and Small enterprises. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(3), 1511–1528. <https://doi.org/10.3390/jtaer18030076>
12. Kemp, S. (2023). Digital 2023: Global Overview Report. *DATAREPORTAL*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
13. Kim, H., So, K. K. F., Shin, S., & Li, J. (2024). Artificial Intelligence in Hospitality and Tourism: Insights from Industry Practices, Research Literature, and Expert Opinions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 49(2), 366–385. <https://doi.org/10.1177/10963480241229235>
14. Koval, O., & Sereda, N. (2025). Development of information systems and technologies in the hotel and tourism business. *Social Development: Economic and Legal Issues*, (2), 70–77. <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.2.08>
15. Kozhukhivska, R. B., & Nepochatenko, V. O. (2020). Digital-tekhnologii yak osnova rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraini [Digital technologies as a basis for the development of the tourism industry in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and the State*, (7), 93–98. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.7.93> (in Ukrainian)
16. Kyfiak, V., & Kyfiak, O. (2020). Didzhitalizatsiia turystychnykh destynatsii u prykordonnykh rehionakh [Digitalization of tourist destinations in border regions]. *Visnyk TNEU – Bulletin of TNEU*, (2), 162–173. <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.162> (in Ukrainian)
17. Mayer, M. G., Gedi, M. V. K., & Kumar, M. G. (2023). The effect of digitalization on sustainable tourism and hospitality management. *Management and Finance Bulletin*, 1(2), 1–14. <https://www.apricusjournals.com/index.php/mfb/article/view/94>
18. Mousavian, S., Miah, S. J., & Zhong, Y. (2023). A design concept of big data analytics model for managers in hospitality industries. *Personal and Ubiquitous Computing*, 27(4), 1509–1519. <https://doi.org/10.1007/s00779-023-01714-3>
19. NISS. (2025). *Digital Transformation of Ukraine's Economy*. <https://niss.gov.ua/en/news/komentari-ekspertiv/digital-transformation-ukraines-economy-berezen-2025>
20. ocinka.in.ua. (2024). *Performance results of hotels in Kyiv, Lviv, Odesa and Bukovel for the first quarter of 2024*. <https://ocinka.in.ua/pidsumky-diyalnosti-hoteliv-u-kyjevi-lvovi-odesi-ta-bukoveli-za-pershyy-kvartal-2024-r>
21. Osadare, O. O., Akande, O. N., Soladoye, A. A., & Sobowale, P. O. (2024). Smart Hospitality: Leveraging Technological Advances to enhance Customer Satisfaction. *FUOYE Journal of Engineering and Technology*, 9(3), 553–557. <https://doi.org/10.4314/fuoyejet.v9i3.28>
22. Pukach, Ya. (2024). *Napriamky vprovadzhennia tsyfrovyykh tekhnologii u hotelnomu biznesi* [Directions for implementing digital technologies in the hotel business]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, (60). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68> (in Ukrainian)
23. Sereda, N. M., & Piiurenko, I. O. (2023). *Innovatsiina diialnist v hotelno-restorannomu biznesi* [Innovation activity in the hotel and restaurant business]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, (55). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-58> (in Ukrainian)
24. Statista. (2025). *Revenue of the hotels market worldwide from 2020 to 2029*. <https://www.statista.com/forecasts/891187/revenue-in-the-hotels-market-worldwide>
25. Tom Dieck, M. C., & Han, D. I. D. (2022). The role of immersive technology in customer experience management. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 30(1), 108–119. <https://doi.org/10.1080/10696679.2021.1891939>
26. Tyshchuk, I., & Tereshchuk, O. (2025). *Innovatsiini tekhnologii u hotelno-restorannomu biznesi: efektyvnist, personalizatsiia, avtomatyzatsiia* [Innovative technologies in the hotel and restaurant business: Efficiency, personalization, automation]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and Society*, (71). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-61> (in Ukrainian)
27. Vdovichena, O. H., & Palamarek, K. V. (2024). *Rol svitovykh innovatsiinykh tekhnologii u rozvytku hotelno-restorannoho biznesu* [The role of global innovative technologies in the development of the hotel and restaurant business]. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, 2(12), 22–27. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.3](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.3) (in Ukrainian)
28. Zakharova, T. (2025). *Vplyv tsyfrovyykh tekhnologii na rozvytok hotelno-restorannoho biznesu v Ukraini* [Influence of digital technologies on the development of hotel and restaurant business in Ukraine]. *Achievements of the Economy: Prospects and Innovations*, (14). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14762400> (in Ukrainian)