
УДК: 338.48:004.8(043.2)

Орлик Оксана Володимирівна
*к. е. н., доцент кафедри економічної кібернетики
та інформаційних технологій,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

JEL classification: L860; Z320

В сучасних умовах інформаційні та цифрові технології набувають особливого значення у сфері туризму та гостинності, де вони виступають ключовим фактором конкурентоспроможності. Серед цих технологій особливе місце займає штучний інтелект (ШІ), який дозволяє автоматизувати рутинні процеси, підвищувати ефективність управління ресурсами, оптимізувати роботу персоналу та формувати персоналізовані пропозиції для клієнтів.

За даними глобального аналітичного дослідження Statista за 2024 р., генеративний штучний інтелект активно впроваджується туристичними компаніями, насамперед у взаємодії з клієнтами. Зокрема, понад половини туристичних компаній використовують генеративний ШІ для цифрової допомоги мандрівникам під час процесу бронювання, тоді як 48% застосовують такі технології для формування рекомендацій щодо заходів або місць проведення заходів [1]. Водночас результати опитування, проведеного у тому ж році серед керівників вищої ланки у сфері туристичних технологій, свідчать, що ключовим напрямом використання генеративного ШІ у внутрішніх бізнес-процесах є аналіз даних, на що вказали 68% респондентів. Серед інших важливих сфер застосування таких технологій – доступ до знань та підтримка клієнтів, про що повідомили відповідно 49% та 46% туристичних компаній [2].

Штучний інтелект вже набув поширення й у готельному бізнесі у багатьох країнах світу та використовується для автоматизації ключових процесів, зокрема бронювання номерів, безконтактної реєстрації гостей і комунікації з клієнтами за допомогою інтелектуальних чат-ботів. Станом на кінець 2023 р. близько 11% підприємств сфери розміщення в Європі вже впровадили рішення на основі штучного інтелекту [3]. Результати глобального опитування 2025 р. демонструють, що найбільш поширеним цифровим інструментом серед готельних мереж є асистенти на основі ШІ,

використання яких підтвердили 34% респондентів [4]. Водночас у перспективі готельні мережі планують активніше використовувати інтелектуальну обробку документів (IDP) та агенти на основі ШІ.

У бек-офісних процесах штучний інтелект використовується насамперед для управління доходами шляхом оптимізації цінкових стратегій і підвищення точності прогнозування попиту. Крім того, готельні компанії планують впроваджувати рішення на основі ШІ для прогнозування та підтримки операцій з нерухомістю, включаючи технічне обслуговування, управління матеріалами, ремонт будівель та ін. [3].

Серед переваг застосування ШІ у туризмі та готельному бізнесі можна відзначити такі:

1. Впровадження штучного інтелекту в туризмі дозволяє автоматизувати бронювання послуг, покращувати взаємодію з туристами та створювати персоналізовані маршрути, налаштовані відповідно до потреб кожного клієнта. Алгоритми машинного навчання аналізують попередні вподобання мандрівників щодо подорожей та допомагають туристичним компаніям пропонувати індивідуальні пакети відпочинку, включно з готелями, трансферами, екскурсіями та ресторанами. Все це підвищує задоволеність туристів та стимулює повторні поїздки.

2. В готельному бізнесі алгоритми машинного навчання також дозволяють аналізувати попередні вподобання і відвідування гостей, формуючи індивідуальні рекомендації та пропозиції, що підвищує лояльність гостей і заохочує до повторних візитів.

3. Аналіз даних за допомогою ШІ допомагає приймати обґрунтовані рішення, прогнозувати попит на послуги та продукти, ефективніше планувати ресурси та формувати акції у найбільш вигідний час, підвищуючи рентабельність підприємств сфери туризму та гостинності.

4. ШІ активно застосовується для оптимізації управління персоналом та його навчання. Інтерактивні навчальні системи дозволяють створювати та адаптувати навчальні програми підвищення кваліфікації під індивідуальні потреби співробітників, підвищуючи їхню кваліфікацію та продуктивність роботи [5, с. 235]. Це дозволяє знизити витрати на навчання, покращити ефективність роботи персоналу та підвищити стандарти обслуговування.

5. Застосування технологій ШІ сприяє зниженню витрат та оптимізації енергоспоживання в готельному бізнесі. Інтелектуальні системи автоматично регулюють освітлення, опалення, вентиляцію та кондиціонування повітря з урахуванням завантаження закладу та погодних умов, що дозволяє зменшити витрати на енергію та підтримувати екологічну відповідальність підприємств.

6. Управління запасами є ще однією важливою сферою застосування ШІ в готельному бізнесі. Алгоритми машинного навчання дозволяють аналізувати продажі та прогнозувати потребу у продуктах, що зменшує надмірну закупівлю та скорочує харчові втрати.

7. Аналіз даних штучним інтелектом у режимі реального часу також дозволяє оптимізувати логістику та дистрибуцію, скорочуючи витрати та зменшуючи вплив на навколишнє середовище транспортування продуктів харчування до готелів.

8. У сфері безпеки ШІ використовується для моніторингу та аналізу роботи безпекових систем. Камери та датчики з інтелектуальними алгоритмами можуть відстежувати рухи гостей, здійснювати контроль доступу до приміщень та виявляти потенційно небезпечні ситуації [5, с. 235]. Такі системи підвищують безпеку гостей та персоналу, а також зменшують ризик аварій і втрат майна.

Щодо чинників, які стримують впровадження генеративного ШІ в діяльність туристичних компаній, то за результатами глобального опитування 2024 р. основною перешкодою було визнано безпеку даних, на що вказали 35% респондентів. Водночас майже третина учасників опитування (34%) відзначила також нестачу досвіду та навчання у сфері генеративного ШІ [6].

Слід зазначити, що попри наявні перешкоди впровадження, туристичні та готельні компанії продовжують активно інвестувати в технології штучного інтелекту, зважаючи на їхні суттєві переваги для підвищення ефективності бізнесу. Зокрема, у дослідженні 2024 р. було проаналізовано інвестиції в технології 60 провідних світових корпорацій у сфері подорожей та мобільності за період 2018–2024 рр. Результати аналізу свідчать, що за цей період інвестиції в ШІ та машинне навчання становили 65% усіх угод, тоді як Інтернет речей (IoT) та іммерсивні технології за обсягами інвестицій охопили відповідно 13% та 10% угод [3; 7].

Цей інтерес до штучного інтелекту поширюється й на індустрію гостинності, де готельні компанії дедалі частіше використовують ШІ для підвищення ефективності операцій та покращення якості обслуговування гостей. За результатами глобального дослідження 2024 р., понад третини опитаних готельєрів спрямовують 10–25% свого ІТ-бюджету на ШІ, тоді як лише 6% респондентів інвестують у ці технології понад 50% ІТ-бюджету [8].

Підсумовуючи викладений матеріал можна зробити висновок, що штучний інтелект у туризмі та готельному бізнесі є потужним інструментом розвитку, який дозволяє автоматизувати процеси, оптимізувати управління ресурсами, створювати інноваційні сервіси, зменшувати витрати та

підвищувати ефективність роботи підприємств. Крім того, ШІ допомагає персоналізувати послуги, покращувати якість обслуговування клієнтів та підвищувати їх задоволеність та лояльність. Це дає можливість туристичним і готельним компаніям, незважаючи на наявні перешкоди, активно інвестувати в ШІ та зміцнювати свої конкурентні позиції на міжнародному ринку.

Література

1. *Main ways travel companies used generative AI worldwide 2024* / Statista : site. Nov 28, 2025. URL: <https://surl.li/cxjemk> (access date: 21.03.2026).
 2. *Applications of generative AI for internal processes by global travel companies 2024* / Statista : site. Nov 28, 2025. URL: <https://surl.li/josmoz> (access date: 20.03.2026).
 3. *Artificial intelligence (AI) use in hospitality – statistics & facts* / Statista : site. Dec 17, 2025. URL: <https://surl.li/qlhaxw> (access date: 21.03.2026).
 4. *AI solutions that hotel chains are currently using or planning to use worldwide 2025* / Statista : site. Nov 27, 2025. URL: <https://surl.li/mwnauw> (access date: 22.03.2026).
 5. Корсак Р. Використання штучного інтелекту у готельно-ресторанному бізнесі. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи*. Том XVII: Подолання кризових ситуацій у науці та освіті / [Ред.: Я. Гжесяк, І. Зимомря, В. Ільницький]. 2024. С. 235–238. URL: <https://surl.li/zihdyd> (дата звернення: 23.03.2026).
 6. *Main barriers preventing the use of generative AI by travel companies worldwide 2024* / Statista : site. Nov 28, 2025. URL: <https://surl.li/snlzjf> (access date: 21.03.2026).
 7. *Share of tech investments by travel and mobility corporations worldwide 2018-2024* / Statista : site. Nov 28, 2025. URL: <https://surl.li/fzkcmx> (access date: 20.03.2026).
 8. *Share of IT budget allocated for AI by hoteliers worldwide 2024* / Statista : site. Nov 28, 2025. URL: <https://surl.li/brztbc> (access date: 21.03.2026).
-