

просування України на туристичному ринку. Досвід України у формуванні ринку туристичних послуг до 2022 року, що базується на близькості до європейського туристичного ринку, євроінтеграційній стратегії, доступності та різноманітності спеціалізованих туристичних послуг, має бути не менш позитивним у її зусиллях щодо залучення туристів у післявоєнний період. Успішне та стає зростання туристичної галузі України вимагає зосередження уваги на розвитку ключових процесів брендингу для встановлення бажаної якості та забезпечення очікуваних результатів подорожей. Тому сьогодні Україна має розпочати надзвичайно складний і відповідальний процес туристичного брендингу повоєнного регіону, який базуватиметься на цілісній концепції країни з унікальною природою, багатим культурним розмаїттям і сильною національною ідентичністю. Такий бренд має базуватися на декларації про те, що Україна є територією безпеки.

Таким чином, враховуючи нові постконфліктні соціально-економічні реалії, Україна з її природним, рекреаційним та історико-культурним туристичним потенціалом має всі можливості стати однією з провідних країн на світовому туристичному ринку, використовуючи ефективні технології формування та просування свого туристичного бренду. Це час, коли туризм може принести соціальні та економічні вигоди як Україні, так і ЄС, забезпечити більший доступ до інвестицій у трансформовані об'єкти та підвищити якість туристичного продукту, головним чином через обмін досвідом та формування інтеграційних відносин з такими країнами, як Польща, Латвія, Литва, Словаччина, Чеська Республіка та Болгарія.

Настав час зробити свій внесок у підвищення якості туристичного продукту. Критерієм ефективності запропонованих прийомів туристичного брендингу та успішності туристичного брендингу буде формування стійкого переконання, що Україна - це територія миру, а не війни.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА «АСТЕРІ» НА ОСНОВІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

*Пасіка В.А., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну*

Найефективнішим інноваційним сервісом, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу є інтеграція в діяльність закладів нових технологій з використанням штучного інтелекту (AI). Виходячи з результатів SWOT-аналіз готель-ресторану «Астері», проведеного нами вище, пропонуємо для нарощення конкурентних переваг закладу розробити та впровадити додаток на основі AI «Цифровий гід» для персоналізованого досвіду гостей з елементами доданої реальності (AR). Так як заклад «Астері» уже багато років плідно співпрацює з Київським

національним університетом технологій та дизайну (КНУТД) пропонуємо залучити до розробки додатку викладачів та студентів закладу вищої освіти (ЗВО) на конкурсній основі, яка передбачає певну грошову винагороду.

Опис інноваційного сервісу.

Цифровий гід для персоналізованого досвіду гостей – це мобільний додаток з елементами AR, що надає туристам унікальний і інтерактивний досвід під час перебування в готелі та відвідування пам'яток Печерського району столиці. Гід налаштовується відповідно до потреб гостей, враховуючи їхні вподобання, інтереси та цілі поїздки.

Основні функції сервісу:

1. Індивідуалізація пропозицій – додаток використовує штучний інтелект для детального аналізу вподобань відвідувачів (наприклад, історичні, культурні або гастрономічні інтереси) та пропонує персоналізовані маршрути з рекомендаціями про місцеві визначні місця. Гости можуть отримувати рекомендації про місцеві пам'ятки, музеї, театри та гастрономічні заходи, що відповідають їхнім інтересам. Завдяки цій функції, додаток не просто надає стандартні пропозиції, а створює індивідуальний досвід для кожного гостя. Наприклад, гість, захоплений історією, може отримати маршрут, що охоплює ключові історичні місця з детальними описами. Додаток як унікальний продукт дозволяє гостям не лише отримувати персоналізовані маршрути та рекомендації, а й взаємодіяти з інформацією в реальному часі, використовуючи свої мобільні пристрої. Це значно підвищує якість обслуговування та задоволення від відвідування, адже кожен гість відчуває, що його інтереси дійсно враховуються.

2. AR-екскурсії в готелі та навколо нього – додаток дозволяє гостям використовувати свої смартфони, щоб через камеру переглядати додаткову інформацію про місця та пам'ятки в режимі реального часу. Наприклад, наведення камери на історичну будівлю розкриває її історію та цікаві факти, що робить дослідження місцевості більш захопливим. Функція AR-еккурсій в додатку «Цифровий гід» надає гостям можливість активно взаємодіяти з навколишнім середовищем.

Крім того, інтеграція доданої реальності також дозволяє візуалізувати меню ресторану, надаючи можливість переглядати страви у 3D, дізнаватися про інгредієнти та способи приготування. Це не лише збагачує знання гостей про культурні та історичні аспекти, але й робить їхній вибір страв більш свідомим. Завдяки AR-екскурсіям, заклад «Астері» пропонуватиме незабутній досвід, поєднуючи сучасні технології з традиційною гостинністю.

3. Цифровий консьєрж для сервісів готелю – додаток пропонує зручний і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який дозволяє гостям «Астері» легко бронювати різноманітні послуги прямо через нього. Завдяки цій функції, відвідувачі можуть замовляти їжу з меню ресторану, обираючи з широкого асортименту страв, а також отримувати спеціальні пропозиції та

акції. Крім того, гість може організувати розважальні заходи, такі як екскурсії, майстер-класи або культурні вистави, просто кількома натисканнями на екрані свого смартфона. Додаток дозволяє також перевіряти наявність вільних місць у ресторані або запитувати додаткові послуги, такі як трансфери або спа-процедури. Ця інтеграція значно підвищує рівень обслуговування, адже гості можуть насолоджуватись своїм часом без зайвих клопотів, отримуючи доступ до всіх послуг готелю в будь-який момент.

4. Місцеві знижки та спеціальні пропозиції – функція є важливим елементом, який не тільки збагачує досвід гостей, але й сприяє розвитку місцевого бізнесу. Додаток пропонує ексклюзивні знижки та акційні пропозиції від різних місцевих підприємств, таких як ресторани, музеї, сувенірні магазини та розважальні заклади. Гості готелю можуть отримати спеціальні пропозиції, що дозволяють їм досліджувати культуру та гастрономію Києва за вигідними цінами, одночасно підтримуючи місцевих виробників та підприємців.

Ця функція також стимулює налагодження партнерських відносин між «Астері» та місцевими бізнесами, створюючи спільну платформу для реклами та промоції. Гості отримують можливість отримати знижки на вхідні квитки до музеїв, дегустації у ресторанах або екскурсії містом, що робить їх перебування більш вигідним та приємним. Цей підхід не тільки підвищує лояльність відвідувачів до готелю, але й сприяє розвитку туристичної інфраструктури, оскільки готель стає активним учасником місцевої економіки. Завдяки цьому додатку, гості можуть насолоджуватись унікальним досвідом перебування в Києві, отримуючи доступ до найкращих пропозицій від місцевих підприємств.

5. Навчальні можливості для персоналу – інтеграція навчальних матеріалів, розроблених у співпраці з ЗВО, для підвищення кваліфікації персоналу. Готель-ресторан «Астері» має можливість значно підвищити кваліфікацію свого персоналу через співпрацю з КНУТД, впровадивши навчальні програми. Інтеграція навчальних матеріалів, розроблених у партнерстві з навчальними закладами, дозволить створити ефективні курси для співробітників, які охоплюють ключові аспекти обслуговування. Наприклад, персонал може пройти спеціалізовані навчання з роботи з додатком, що підвищить ефективність обслуговування гостей, а також освоїти управління новими технологіями у сфері гостинності.

Такі курси можуть включати навчання з комунікаційних навичок, управління часом та впровадження інновацій у процеси обслуговування. Впровадження навчальних програм не тільки підвищить загальний рівень професіоналізму співробітників, але й формуватиме сильну команду, здатну швидко адаптуватися до змін у галузі.

Завдяки цим ініціативам, заклад «Астері» зможе забезпечити своїм гостям найвищий рівень сервісу, адже кваліфікований персонал зможе не лише ефективно використовувати нові технології, але й надавати

персоналізовані послуги, що позитивно позначиться на іміджі готелю на ринку і сприятиме зростанню лояльності клієнтів.

Переваги запропонованого інноваційного сервісу:

– залучення клієнтів та підвищення лояльності. Запропонований інноваційний сервіс забезпечує персоналізований досвід, який значно посилює зв'язок гостей з готелем «Астері». Завдяки можливості отримувати індивідуальні пропозиції, кожен гість відчуває, що його інтереси та потреби враховуються. Це створює унікальну атмосферу, де кожен перебуває у центрі уваги, що, в свою чергу, підвищує рівень задоволеності. Клієнти, які відчують персоналізований підхід, більш схильні повертатися до готелю, а також рекомендувати його друзям та родині. Такий ефект лояльності, сформований через позитивні емоції та враження, може стати основою для довгострокових відносин з клієнтами.

– підвищення конкурентоспроможності шляхом формування унікальних переваг. Впровадження сучасного цифрового сервісу робить готель «Астері» привабливим для іноземних туристів, які очікують високого рівня технологічної підтримки під час свого перебування. Сучасні технології, такі як мобільні додатки для бронювання, управління послугами та інтерактивні екскурсії, відповідають вимогам глобального ринку туризму. Це дозволяє готелю виділитися на фоні конкурентів, пропонуючи не лише комфорт, але й інноваційний підхід до обслуговування. Залучення іноземних туристів завдяки якісному сервісу та технологічним нововведенням сприятиме зростанню доходів і зміцненню репутації «Астері» як сучасного готелю.

– інвестиції в людський капітал. Підвищення кваліфікації співробітників через партнерство з навчальними закладами є ключовим аспектом для сталого розвитку готелю «Астері». Інвестиції в навчання та розвиток персоналу сприяють підвищенню їх професіоналізму, що безпосередньо впливає на якість обслуговування клієнтів. Освітні програми, які охоплюють новітні технології та методи обслуговування, дозволяють співробітникам адаптуватися до змін на ринку. Здобуті знання та навички сприятимуть підвищенню ефективності команди, покращуючи загальний досвід гостей. Це, в свою чергу, створює позитивний імідж готелю і підвищує його конкурентоспроможність.

За допомогою штучного інтелекту було створено дизайн інтерфейсу додатку, який демонструє концепцію «Цифрового гіда» для готелю «Астері». На зображенні показано сучасний інтерфейс смартфона з функціями бронювання, персоналізованих пропозицій, доступу до послуг готелю та місцевих туристичних локацій. Дизайн поєднує інтер'єр готелю з елементами, що підкреслюють зручність та інноваційність сервісу.

Отже, запропонований сервіс відкриває нові можливості для готель-ресторану «Астері», дозволяючи йому адаптуватися до сучасних вимог туристів. Впровадження інноваційних технологій та персоналізованих послуг не лише підвищить рівень комфорту для гостей, а й сформує новий, позитивний імідж закладу. Це сприятиме зростанню

конкурентоспроможності «Астері» на ринку, оскільки готель зможе привабити більше іноземних туристів, які шукають високоякісний сервіс. Завдяки цьому, готель стане впізнаваним і бажаним місцем для відпочинку, що позитивно вплине на його репутацію та фінансові показники.

Список використаних джерел

1. АСТЕРІ. Офіційний сайт Готель-ресторану «Астері». URL: <https://asteri.ua/>
2. Александрова С., Світлічна, В., & Кравцова, С. Особливості і проблеми управління витратами у сфері гостинності. *Економіка та суспільство*. №45, 2022. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-50>
3. Балабанова Л. В., Кривенко А.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія. Донецьк: Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2014. 147 с.
4. Балабанова Л. В., Холод В. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2006. 448 с
5. Барна М.Ю., Баган Н.В. Чинники впливу на формування, стан та ефективність управління ресурсами підприємств індустрії гостинності. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. №2, 2024. С. 287-292.
6. Батченко Л. В., Стариченко Т. В. Концептуальний підхід до конкурентоспроможності готельних підприємств України. *Ефективна економіка*. 42. 2018. №9. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/9_2018/9.pdf (дата звернення: 12.09.2024)
7. Васютіна І.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств. *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. №5. С. 114–118.
8. Леонт'єва Ю.Ю., Рудакова К.А. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств. *Комунальне господарство міст*. 2019. №102. С.499-503.
9. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації : монографія ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. 120 с.