

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Гуманітарний факультет

Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ

НOREСА

(назва теми)

Виконав: студент II курсу, групи ГФ-114м
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
(код та назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа

РУДАЙ В.Р.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник ЛЕНЕРТ С.О.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент ЗАХАРОВА С.Г.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет гуманітарний

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа

(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

В.М. Зайцева

«01» вересня 2025 року

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Рудаю Владиславу Романовичу

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa
керівник роботи (проекту) ЛЕНЕРТ С.О., д.т.н., доц.,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від «01» вересня 2025 року № 399
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 15.12.2025 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні результати наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, вітчизняні нормативно-правові та нормативні документи, статистичні дані, матеріали неурядових вітчизняних та зарубіжних організацій, дані спеціалізованих періодичних видань з питань впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa, результати проведеного автором дослідження.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____
Розділ 1. Теоретичні основи впровадження інновацій у сфері HoReCa
Розділ 2. Аналіз використання інновацій на прикладі готелю Premier Hotel Lybid м. Київ
Розділ 3. Напрями підвищення якості обслуговування в готельних підприємствах
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
7 таблиць

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ЛЕНЕРТ С.О. д.т.н., доц	1.09.2025	02.09.2025
2	ЛЕНЕРТ С.О. д.т.н., доц	23.09.2025	25.09.2025
3	ЛЕНЕРТ С.О. д.т.н., доц	16.10.2025	18.10.2025
Нормо-контроль	МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц.	28.11-10.12.2025	

7. Дата видачі завдання 01.09.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	20.08-01.09.2025	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2025	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	11.09-30.09.2025	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.10-20.10.2025	виконано
5	Виконання першого розділу	11.10. -09.11.2025	виконано
6	Виконання другого розділу	10.11-15.11.2025	виконано
7	Виконання третього розділу	16.11-30.11.2025	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	01-05.12.2025	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	06-11.12.2025	виконано
10	Перевірка роботи керівником	08-13.12.2025	виконано
11	Одержання відгуку та рецензії	01-20.12.2025	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	16-30.11.2025	виконано
13	Подання роботи на кафедру	15.12.2025	виконано
14	Захист кваліфікаційної дипломної роботи	19.12.2025	виконано

Студент

_____ (підпис)

РУДАЙ В.Р.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

ЛЕНЕРТ С.О.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. У сучасних умовах глобалізації, цифрової трансформації та динамічного розвитку технологій підприємства сфери HoReCa (готелі, ресторани, кафе) стикаються з необхідністю постійного вдосконалення процесів, підвищення ефективності управління та поліпшення якості обслуговування. Одним із найважливіших інструментів досягнення цих цілей є впровадження інновацій, які забезпечують конкурентоспроможність підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках.

Інновації у сфері HoReCa охоплюють широкий спектр напрямів – від автоматизації бізнес-процесів і впровадження сучасних інформаційних технологій до використання екологічних матеріалів, smart-рішень, сервісів на базі штучного інтелекту та персоналізованих підходів до клієнта. У сучасному світі успішність підприємства все частіше визначається його здатністю швидко адаптуватися до змін середовища, застосовувати новітні рішення у сфері маркетингу, логістики, управління персоналом та сервісу.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є дослідження процесу впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa. Виходячи з мети в роботі вирішено наступні задачі: розглянуто теоретичні основи впровадження інновацій у сфері HoReCa; проаналізовано використання інновацій на прикладі готелю «Premier Hotel Lybid» м. Київ; надані пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій та цифрових інновацій у сфері HoReCa.

Об'єктом дослідження є сфера HoReCa.

Предметом дослідження є впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa на прикладі готелю «Premier Hotel Lybid» м. Київ.

Методи дослідження. Теоретико-методичні аспекти кваліфікаційної роботи досліджуються як комплекс наукових положень фундаментальних та прикладних досліджень вітчизняних та іноземних учених у сфері обслуговування. Для розв'язання комплексу поставлених завдань у роботі

було застосовано наступні методи: порівняльний метод – використано для зіставлення традиційних і сучасних інноваційних технологій, що застосовуються у готельно-ресторанному бізнесі. Системний підхід – дав змогу розглядати процес упровадження інновацій як цілісну систему, що охоплює управлінські, технологічні та маркетингові складові діяльності підприємства. Метод узагальнення – використано для формування висновків щодо ефективності інноваційної діяльності підприємств сфери гостинності. У роботі також використано графічний метод та прогнозування.

Інформаційною базою дослідження слугували: нормативна, законодавча база, статистичні дані, публікації вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали науково-практичних конференцій, періодичні видання.

Наукова новизна полягає у комплексному підході щодо дослідження інноваційних процесів у сфері HoReCa, яка передбачає поєднання технологічних, управлінських та маркетингових інновацій для підвищення ефективності діяльності підприємств.

Практичне значення. Результати дослідження мають прикладне значення для підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери HoReCa та сприяють розвитку інноваційного середовища в індустрії гостинності України.

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступах на IV Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», 2025 в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (56 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки, основний зміст роботи викладено на 79 сторінках. Робота містить 7 таблиць.

АНОТАЦІЯ

Рудай В.Р. Впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa.

Робота присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів упровадження інновацій у сфері HoReCa та визначенню шляхів підвищення якості обслуговування в готельних підприємствах. У роботі розглянуто теоретичні основи інноваційної діяльності в індустрії гостинності та особливості впровадження сучасних технологій у готельному та ресторанному бізнесі. Проведено аналіз використання інновацій у готелі «Premier Hotel Lybid» м. Київ. У третьому розділі запропоновано напрями підвищення якості обслуговування в готельних підприємствах, що ґрунтуються на впровадженні цифрових рішень, удосконаленні сервісних процесів та підвищенні рівня персоналізації послуг.

Ключові слова: інновації, HoReCa, готель, якість обслуговування, цифровізація, конкурентоспроможність, сервіс, технології.

ANNOTATION

Rudai V.R. Introducing innovations at HoReCa enterprises.

The work is devoted to the study of theoretical and practical aspects of introducing innovations in the HoReCa sector and determining ways to improve service quality in hotel enterprises. The work examines the theoretical foundations of innovative activity in the hospitality industry and the peculiarities of introducing modern technologies in the hotel and restaurant business. An analysis of the use of innovations at the Premier Hotel Lybid in Kyiv is conducted. The third chapter proposes ways to improve the quality of service in hotel enterprises based on the implementation of digital solutions, the improvement of service processes, and the increase in the level of personalization of services.

Keywords: innovation, HoReCa, hotel, service quality, digitalization, competitiveness, service, technology.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ

I ТЕРМІНІВ

грн. – гривня

див. – дивись

ін. – інше

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

т.д. – так далі

т.ч. – тому числі

табл. – таблиця

чол. – чоловік

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ NORECA	12
1.1. Сутність та класифікація інновацій у сфері послуг	12
1.2. Особливості впровадження інновацій у ресторанному та готельному бізнесі	19
1.3. Зарубіжний досвід інноваційної діяльності у HoReCa та можливості його адаптації в Україні	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «PREMIER HOTEL LYBID» М. КИЇВ	36
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності готелю «Premier Hotel Lybid» м. Київ	36
2.2. Оцінка конкурентоспроможності та SWOT-аналіз інноваційного розвитку готелю «Premier Hotel Lybid»	46
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ NORECA	60
ВИСНОВКИ	78
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	80

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації, цифрової трансформації та динамічного розвитку технологій підприємства сфери HoReCa (готелі, ресторани, кафе) стикаються з необхідністю постійного вдосконалення процесів, підвищення ефективності управління та поліпшення якості обслуговування. Одним із найважливіших інструментів досягнення цих цілей є впровадження інновацій, які забезпечують конкурентоспроможність підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках.

Інновації у сфері HoReCa охоплюють широкий спектр напрямів – від автоматизації бізнес-процесів і впровадження сучасних інформаційних технологій до використання екологічних матеріалів, smart-рішень, сервісів на базі штучного інтелекту та персоналізованих підходів до клієнта. У сучасному світі успішність підприємства все частіше визначається його здатністю швидко адаптуватися до змін середовища, застосовувати новітні рішення у сфері маркетингу, логістики, управління персоналом та сервісу.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростаючою конкуренцією у сфері гостинності, необхідністю підвищення рівня задоволеності споживачів, оптимізації витрат, а також тенденцією переходу до сталого розвитку, що передбачає впровадження енергоефективних, екологічних та соціально відповідальних інновацій. Особливої ваги питання інновацій набуває в умовах посткризового відновлення економіки та розвитку туристичної індустрії України, де модернізація та впровадження новітніх технологій стають запорукою стійкого функціонування підприємств.

Теоретичні та практичні аспекти інноваційного розвитку розглядаються у працях таких науковців, як Мазаракі А. А., Мельниченко С. В., Ткаченко Т. І., Герус О. В., Краснова Ю. М., а також зарубіжних дослідників Друкера П., Шумпетера Й., Котлера Ф., Портера М. В їхніх дослідженнях обґрунтовано, що інноваційна діяльність є ключовим чинником довгострокової конкурентоспроможності підприємств сфери послуг.

Метою даної роботи є дослідження процесу впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa.

Досягнення вказаної мети обумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- розглянути теоретичні основи впровадження інновацій у сфері HoReCa;
- проаналізувати використання інновацій на прикладі готелю «Premier Hotel Lybid» м. Київ;
- надати пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій та цифрових інновацій у сфері HoReCa.

Об'єктом дослідження є сфера HoReCa.

Предметом дослідження є впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa на прикладі готелю «Premier Hotel Lybid» м. Київ.

Методи дослідження. У кваліфікаційній дипломній роботі для вирішення поставлених завдань використовувались: порівняльний метод – використано для зіставлення традиційних і сучасних інноваційних технологій, що застосовуються у готельно-ресторанному бізнесі. Системний підхід – дав змогу розглядати процес упровадження інновацій як цілісну систему, що охоплює управлінські, технологічні та маркетингові складові діяльності підприємства. Метод узагальнення – використано для формування висновків щодо ефективності інноваційної діяльності підприємств сфери гостинності. У роботі також використано графічний метод та прогнозування.

Інформаційну базу дослідження склали нормативна, законодавча база, статистичні дані, публікації вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали науково-практичних конференцій, періодичні видання.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному підході щодо дослідження інноваційних процесів у сфері HoReCa, яка передбачає поєднання технологічних, управлінських та маркетингових інновацій для підвищення ефективності діяльності підприємств.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження

мають прикладне значення для підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери HoReCa та сприяють розвитку інноваційного середовища в індустрії гостинності України.

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступах на IV Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», 2025 в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (56 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки, основний зміст роботи викладено на 79 сторінках. Робота містить 7 таблиці.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ HORECA

1.1. Сутність та класифікація інновацій у сфері послуг

Сутність інноваційної діяльності в контексті сфери послуг полягає у системному та цілеспрямованому процесі створення, впровадження й поширення нових або вдосконалених продуктів, технологій, методів управління, форм організації праці й обслуговування, що забезпечують підвищення ефективності діяльності підприємства та задоволення потреб споживачів на якісно новому рівні. На відміну від матеріального виробництва, де інновації найчастіше асоціюються із створенням нових товарів або технологічних процесів, у сфері послуг інноваційна діяльність має нематеріальний, сервісно-орієнтований характер, а основний акцент робиться на покращенні досвіду клієнта, підвищенні якості взаємодії та створенні додаткової цінності через нематеріальні компоненти.

Інноваційна діяльність у сфері послуг охоплює розробку та впровадження нових форм сервісу, технологій обслуговування, комунікаційних каналів, методів персоналізації послуг, способів управління відносинами зі споживачами.

Згідно з підходами Й. Шумпетера, інновації – це не лише винаходи, а передусім нові комбінації факторів виробництва, що ведуть до змін у структурі ринку та підвищення його динамічності. Цю тезу можна застосувати до сфери послуг, де інновації формують нові стандарти якості, модифікують моделі поведінки споживачів і стимулюють підприємства до постійного вдосконалення [2].

Сутність інноваційної діяльності в сервісному секторі розкривається через кілька взаємопов'язаних характеристик.

По-перше, інновації у послугах зазвичай мають клієнтоцентричний характер – їхня мета полягає у створенні більшої цінності для споживача через

зручність, швидкість, індивідуальний підхід, комфорт чи емоційне задоволення.

По-друге, вони тісно пов'язані з цифровізацією – впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій, які дозволяють оптимізувати бізнес-процеси, підвищити точність управління, забезпечити зворотний зв'язок і моніторинг якості сервісу.

По-третє, інновації у сфері послуг мають виражений соціальний ефект, адже сприяють підвищенню зайнятості, формуванню нових компетенцій персоналу, розвитку партнерських відносин між бізнесом і споживачами.

Важливою особливістю інноваційної діяльності у сфері послуг є високий рівень залежності результату від людського фактора. Якість обслуговування, ступінь задоволення клієнта та ефективність упровадження інновацій залежать не лише від технологій, а й від професійної підготовки, мотивації, креативності персоналу. Тому в системі управління інноваційною діяльністю значну роль відіграє розвиток організаційної культури, орієнтованої на відкритість до нових ідей, навчання та взаємодію [9].

Інновації в сфері HoReCa (готельно-ресторанно-кафейної індустрії) здобули універсальне признание як стратегічний рушій конкурентоспроможності, адаптивності й сталого розвитку підприємств. Унаслідок прискорення технологічних змін, трансформацій споживчих очікувань і глобалізації ринку гостинності інноваційна активність сприймається не як випадковий вибір, а як необхідна умова виживання й росту.

У науковій літературі інновація окреслюється як нововведення – продукт, процес, організаційне або маркетингове рішення, яке значно відрізняється від раніше застосовуваних рішень і має потенціал створення доданої вартості для споживача та компанії. У контексті HoReCa інновації зосереджуються не лише на технологічному оснащенні (автоматизація кухонь, систем управління, роботизація), але й на сервісних підходах (нові формати обслуговування, омніканальні комунікації, інтелектуальні системи аналізу

даних) та екологічних ініціативах (управління відходами, циркулярна економіка) – наприклад, трансформація відходів у ресурс уже стає трендом у гостинні галузі.

Актуальність теми підтверджується статистичними спостереженнями: сектор гостинності часто вважається відсталим у застосуванні інновацій порівняно з виробничою або технологічною галузями, оскільки він оперує нематеріальними компонентами (досвід, сервіс). Згідно з дослідженням Molina-Castillo (2023), готельні компанії в Іспанії поєднують внутрішні R&D-зусилля з іншими інноваційними заходами, але загалом їх відсоток від доходів залишається нижчим, ніж у виробничих підприємств. [10]

У сфері ресторанного бізнесу дослідники відзначають, що інновації найчастіше займають форму поступово вдосконалюваних (incremental), а не радикальних (disruptive), що частково пояснюється консервативною природою галузі.

Огляд наукових джерел демонструє широкий спектр підходів до інновацій у HoReCa. Lee (2019) розглядає джерела креативних ідей, класифікацію інновацій і бар'єри їх упровадження в ресторанному боці бізнесу, звертаючи увагу, що ключовим фактором є здатність організацій структурувати творчий потенціал [34].

В українському контексті роботи з інноваційними технологіями в готельно-ресторанному господарстві свідчать про зростання ролі управління персоналом, маркетингових інструментів і цифрових рішень як основи модернізації бізнес-процесів.

Аналіз нормативно-правової бази в Україні підтверджує, що державна політика підтримки інновацій у сфері туризму та гостинності поки що має декларативний характер, а проривні інструменти стимулювання залишаються недоформованими на рівні місцевої влади. Популяризація грантових програм, стимулювання інвестицій у цифрову інфраструктуру й нормативне спрощення впровадження нових технологій – серед ключових викликів і можливостей подальшого розвитку.

Полеміка в науковому полі охоплює суперечності між авторам, які розглядають інновацію як винятково технологічну інструментизацію, й тими, хто підкреслює її сервісно-соціальний характер. Деякі автори акцентують, що успіх інновації зумовлений не технологією, а культурою організації, мотивацією персоналу і здатністю трансформувати бізнес-процеси під клієнтський досвід.

Інші ж стверджують: без надсучасного апаратного/програмного забезпечення позитивний ефект буде обмежений. У власному підході до дослідження прийнято поєднати ці позиції, вбачаючи інновацію як комплексну зміну – технологічну, організаційну й соціальну – у взаємозв'язку, де успіх залежить від узгодженості цих елементів [20].

Уточнення понятійного апарату обов'язково: інновація сприймається як системне нововведення (всебічне, багаторівневе), а впровадження інновації – як динамічний процес, що включає освітлення потреб, генерацію ідей, тестування, адаптацію, масштабування та оцінювання ефектів.

Класифікація інновацій у HoReCa передбачає технологічні, організаційні, сервісні, маркетингові та екологічні інновації. Історична еволюція інновацій в гостинності демонструє поступове диференціювання: від локальних модернізацій обладнання до інтегрованих цифрових платформ, інтернет речей, систем аналітики й багатоканального обслуговування. У сучасному тренді домінують цифрова трансформація та сталий розвиток як два вектори інноваційного поступу (див. табл. 1.1).

Інновації за видами, рівнями та масштабом впровадження є важливим елементом теоретичного аналізу, оскільки дозволяє систематизувати різні прояви інноваційної діяльності, визначити її стратегічні пріоритети та оцінити потенційний вплив на розвиток підприємств сфери послуг, зокрема HoReCa.

У сучасних умовах спостерігається тенденція до взаємопроникнення різних видів і рівнів інновацій. Технологічні новації водночас породжують організаційні зміни, а локальні рішення можуть швидко масштабуватися до національного або глобального рівня через цифрові платформи [40].

Таблиця 1.1 – Класифікація інновацій у сфері послуг (зокрема HoReCa)

Критерій класифікації	Вид інновацій	Характеристика та приклади у сфері HoReCa
За видами	Продуктові (сервісні)	Розробка та впровадження нових або вдосконалених послуг. Приклади: створення нового меню, унікальні гастрономічні концепції, інтерактивне меню, room-service через мобільний застосунок.
	Процесні (технологічні)	Модернізація технологій, автоматизація процесів (ERP, CRM, POS), впровадження безконтактного заселення, smart-room технологій, цифрових ключів.
	Організаційні	Зміна управлінських структур, систем мотивації, корпоративної культури; гнучкі моделі управління, реорганізація логістики.
	Маркетингові	Вдосконалення методів просування, формування нових каналів збуту, використання digital-маркетингу, програм лояльності, big data для персоналізації послуг.
	Екологічні (екоінновації)	Зменшення впливу на довкілля: енергоефективність, сортування відходів, біоматеріали, концепції «zero waste».
За рівнями впливу	Мікроінновації	Зміни в межах окремих процесів або робочих операцій. Приклади: електронне бронювання столиків, онлайн-чат із гостями, автоматизація документообігу.
	Мезоінновації	Нововведення у межах підрозділу або мережі підприємств. Наприклад, створення корпоративної IT-системи, стандартизація обслуговування.
	Макроінновації	Зміни на галузевому чи національному рівні. Приклади: державні стандарти якості, цифровізація інфраструктури, створення інноваційних туристичних кластерів.
За масштабом впровадження	Локальні (часткові)	Реалізуються в межах одного підприємства або підрозділу. Мета - оптимізація певної функції, автоматизація складу, онлайн-бронювання.
	Регіональні	Застосовуються на рівні регіону або дестинації. Приклади: створення регіональних туристичних хабів, єдиних платформ бронювання, спільних брендів територій.
	Національні	Реалізуються у межах країни; підтримуються державними програмами. Наприклад, цифровізація

Таким чином, класифікація інновацій за видами, рівнями та масштабом впровадження дозволяє глибше зрозуміти структуру інноваційної діяльності,

оцінити її вплив на ефективність управління підприємствами сфери послуг та визначити пріоритетні напрями розвитку інноваційної політики у галузі HoReCa.

Інновації у сфері нематеріальних послуг мають низку специфічних рис, що зумовлені самою природою послуги як нематеріального продукту, який не має фізичної форми, не підлягає зберіганню і споживається одночасно з процесом надання. На відміну від матеріального виробництва, у сфері послуг ключову роль відіграє людський фактор, а результат інноваційної діяльності значною мірою визначається якістю взаємодії між працівником і споживачем.

Особливість інновацій у цій сфері полягає в тому, що вони здебільшого спрямовані не на створення нового продукту, а на вдосконалення способу його надання, покращення процесів обслуговування, підвищення рівня комфорту та персоналізації для клієнтів. Технологічні нововведення тут тісно поєднуються з організаційними, управлінськими та соціальними змінами. Наприклад, впровадження цифрових технологій у готелях чи ресторанах – це не лише технічне оновлення, а й зміна способу комунікації між персоналом і гостем, трансформація корпоративної культури, розвиток нових моделей обслуговування [45].

Однією з визначальних характеристик інновацій у нематеріальних послугах є їхня клієнтоорієнтованість. Головна мета нововведень полягає у створенні доданої цінності для споживача, формуванні позитивного досвіду та підвищенні рівня задоволеності. У сфері гостинності це може проявлятися у впровадженні персоналізованого сервісу, використанні мобільних додатків для самообслуговування, розробці систем лояльності або інтеграції технологій штучного інтелекту для аналізу вподобань гостей.

Важливою рисою інновацій у нематеріальних послугах є їхня інтеграція в сам процес обслуговування. Оскільки послуга надається і споживається одночасно, будь-яке нововведення має бути невіддільною частиною сервісного процесу. Це зумовлює потребу у швидкій адаптації персоналу, постійному навчанні, гнучкому управлінні та високій здатності реагувати на

зміни запитів споживачів.

У контексті сфери HoReCa інноваційність часто виражається у вдосконаленні комунікаційної взаємодії, автоматизації процесів бронювання та обслуговування, впровадженні елементів емоційного дизайну, гейміфікації чи сенсорного маркетингу. Такі нововведення сприяють створенню унікального клієнтського досвіду, який стає важливою конкурентною перевагою на ринку [33].

Інновації відіграють ключову роль у підвищенні якості та ефективності надання послуг, оскільки саме вони забезпечують модернізацію процесів обслуговування, впровадження нових технологічних рішень, оптимізацію управління та вдосконалення взаємодії між підприємством і клієнтом. У сучасних умовах конкурентного ринку впровадження інновацій стає не лише інструментом розвитку, а й необхідною умовою виживання для підприємств сфери послуг, зокрема готельно-ресторанного бізнесу (HoReCa).

Під впливом інновацій змінюються всі складові процесу надання послуги – від внутрішньої організації праці до сприйняття її клієнтом. На рівні управління інновації дозволяють оптимізувати бізнес-процеси, зменшити операційні витрати, підвищити швидкість обслуговування та якість прийняття управлінських рішень. Використання інформаційних технологій, автоматизованих систем управління, штучного інтелекту, CRM і ERP-платформ сприяє підвищенню ефективності роботи персоналу, точності обліку, планування і прогнозування попиту.

З точки зору якості послуг, інновації створюють можливості для формування унікального клієнтського досвіду, який є основою лояльності споживача. Завдяки цифровим інструментам – мобільним додаткам, інтерактивним меню, онлайн-букінгу, чат-ботам, автоматичним системам зворотного зв'язку – клієнт отримує швидке, зручне та персоналізоване обслуговування. Це підвищує рівень задоволеності, зменшує ризик помилок і забезпечує сталість стандартів сервісу.

Інновації також впливають на якість послуг через підвищення

кваліфікації персоналу та вдосконалення організаційної культури підприємства. Нововведення у навчанні, впровадження електронних платформ для професійного розвитку, симуляційні тренінги або використання доповненої реальності сприяють підвищенню професіоналізму працівників, формуванню гнучких навичок і здатності адаптуватися до технологічних змін.

Особливого значення набувають інновації, спрямовані на підвищення екологічної ефективності та соціальної відповідальності підприємств. Використання енергоощадних технологій, сортування відходів, автоматизованих систем контролю за ресурсами, а також розробка екоорієнтованих продуктів і сервісів підвищують не лише економічну ефективність, але й формують позитивний імідж бренду, що стає конкурентною перевагою [55].

1.2. Особливості впровадження інновацій у ресторанному та готельному бізнесі

У сфері HoReCa інновації безпосередньо впливають на якість споживчого досвіду. Наприклад, готелі, які впроваджують концепції «розумного номера» (smart-room), надають гостям можливість самостійно контролювати освітлення, клімат і побутові функції через мобільні застосунки, що підвищує рівень комфорту. У ресторанах цифрові меню та системи автоматизованого замовлення зменшують час очікування і ризик помилок персоналу. Такі новації не лише покращують якість послуг, але й підвищують операційну ефективність підприємств. Інноваційний розвиток підприємств індустрії гостинності є стратегічним напрямом підвищення їх конкурентоспроможності, стійкості та ефективності функціонування в умовах глобальної цифровізації, мінливості споживчих потреб і зростаючої ролі сервісної диференціації.

Сфера гостинності охоплює широкий спектр послуг – готельних, ресторанних, туристичних, розважальних, конференц- та event-сервісів, тому

інновації тут мають комплексний, багатовимірний характер і реалізуються як на рівні технологій, так і на рівні організації, управління, маркетингу та взаємодії з клієнтами.

Особливість інноваційного розвитку індустрії гостинності полягає у поєднанні матеріальної та нематеріальної складових послуги. З одного боку, підприємства впроваджують сучасні технічні рішення – автоматизовані системи управління (Property Management System, CRM, ERP), цифрові платформи бронювання, безконтактні технології, роботизоване обслуговування, інтеграцію штучного інтелекту. З іншого боку, значна увага приділяється формуванню нових форматів сервісу, емоційного комфорту, дизайну досвіду клієнта (Customer Experience Design) та персоналізації. Саме гармонійне поєднання цих аспектів створює унікальну конкурентну перевагу підприємства.

Однією з ключових тенденцій інноваційного розвитку є цифрова трансформація. Вона охоплює автоматизацію бізнес-процесів, впровадження big data-аналітики, мобільних додатків, хмарних технологій, систем управління онлайн-репутацією, а також використання соціальних медіа для комунікації з клієнтами. Ці інновації не лише оптимізують внутрішню діяльність, а й підвищують рівень прозорості, швидкість реагування на запити клієнтів і гнучкість у прийнятті рішень.

Особливе місце посідають екоінновації, що спрямовані на формування концепції сталого розвитку. Вони включають енергоощадні технології, використання відновлюваних джерел енергії, системи сортування відходів, впровадження екологічних матеріалів, сертифікацію за міжнародними стандартами сталості (Green Key, ISO 14001). Такі інновації не лише знижують витрати, але й підвищують імідж підприємства в очах споживачів, які дедалі частіше віддають перевагу екологічно свідомим брендам [1].

Інноваційний розвиток підприємств гостинності має також яскраво виражений соціальний аспект. Він проявляється у впровадженні програм корпоративної соціальної відповідальності, інклюзивних рішень, розвитку

кадрового потенціалу, впровадженні нових підходів до навчання персоналу, адаптації систем мотивації та створенні безпечного робочого середовища. Підвищення кваліфікації працівників і розвиток креативного мислення стають необхідною умовою ефективного використання інновацій.

Важливою особливістю є інтернаціоналізація інноваційних процесів. Сучасні підприємства індустрії гостинності активно переймають світовий досвід, інтегруються в глобальні мережі, впроваджують міжнародні стандарти якості та обслуговування. Це сприяє швидкому поширенню передових практик і технологій, а також формуванню глобальної інноваційної культури.

У сучасних умовах спостерігається тенденція до створення нових бізнес-моделей, зокрема концепцій гібридних форматів – коворкінг-готелів, гастрономічних хабів, бутик-ресторанів, смарт-хостелів. Ці інноваційні рішення базуються на поєднанні різних видів сервісу в єдиному просторі та використанні цифрових технологій для управління клієнтським досвідом.

Індустрія гостинності є складним, багатокомпонентним утворенням, яке поєднує готельний, ресторанний, туристичний, розважальний і транспортний сектори, а також суміжні послуги. Її головна мета полягає у створенні комфортного середовища для задоволення потреб споживачів у відпочинку, харчуванні, дозвіллі, комунікації та культурному обміні. Така багатогранність робить сферу гостинності унікальним об'єктом інноваційного розвитку, оскільки будь-які нововведення тут охоплюють не лише технологічні чи економічні аспекти, але й соціальні, психологічні та культурні чинники [7].

Специфіка індустрії гостинності як об'єкта інновацій полягає передусім у її сервісно-орієнтованому характері. Послуга у цій сфері є нематеріальною, її якість значною мірою залежить від людського фактора, емоційної взаємодії та рівня комунікації між персоналом і гостем. Тому інноваційна діяльність має враховувати як технологічні, так і поведінкові елементи, зокрема розвиток корпоративної культури, навчання персоналу, підвищення рівня емпатії та клієнтоорієнтованості.

Ще однією важливою особливістю є безпосередня участь клієнта у

процесі створення послуги. Гість не лише споживає, а й формує якість сервісу через власні очікування, оцінки та зворотний зв'язок. Це означає, що інновації в індустрії гостинності мають бути гнучкими, здатними швидко адаптуватися до змін споживчих потреб, культурних трендів та технологічних новацій.

Індустрія гостинності є також високоінтегрованою з іншими галузями – транспортом, культурою, торгівлею, будівництвом, інформаційними технологіями. Така взаємозалежність створює широкі можливості для міжгалузевих інновацій. Наприклад, розвиток цифрових туристичних платформ або систем онлайн-бронювання базується на поєднанні ІТ-технологій, маркетингу, логістики та сервісного менеджменту. Саме міждисциплінарність забезпечує динамічний інноваційний потенціал галузі.

Особливу роль у специфіці інноваційного розвитку відіграє висока емоційна складова послуг. У готельно-ресторанному бізнесі успіх визначається не лише раціональними показниками ефективності, а й рівнем задоволення, довіри та лояльності клієнта. Тому інновації в цій сфері часто мають естетичний, психологічний або культурний вимір – дизайн простору, атмосфера закладу, сенсорний маркетинг, елементи креативного сервісу [13].

Суттєвою рисою індустрії гостинності є також її соціально-економічна значущість. Вона створює значну кількість робочих місць, стимулює розвиток малого та середнього бізнесу, формує імідж території та сприяє культурному обміну. Тому інноваційний розвиток у цій сфері має не лише комерційний, але й суспільний ефект – підвищення якості життя, розвиток туризму, залучення інвестицій.

Сфера гостинності характеризується високим рівнем конкуренції, що стимулює постійний пошук нових рішень для утримання клієнтів і залучення нових сегментів ринку. Це спричиняє безперервність інноваційних процесів, які проявляються у вдосконаленні сервісних технологій, розробці креативних форматів (бутик-готелі, тематичні ресторани, екологічні курорти), використанні інтелектуальних систем управління та персоналізації обслуговування.

Отже, специфіка індустрії гостинності як об'єкта інноваційного розвитку полягає у поєднанні нематеріальної природи послуг, високої ролі людського чинника, емоційного впливу на споживача, інтегрованості з іншими галузями та суспільної значущості. У цій сфері інновації виконують не лише технологічну, а й соціокультурну функцію, формуючи нові стандарти сервісу, стиль життя і культуру гостинності, що забезпечує сталий розвиток галузі в умовах глобальних змін.

Персонал відіграє ключову роль у впровадженні інноваційних змін, особливо в індустрії гостинності, де людський фактор є основою створення та сприйняття послуги. Саме працівники є носіями знань, навичок, ідей та корпоративних цінностей, які визначають ефективність реалізації нововведень і рівень їх прийняття у трудовому колективі. Інновації у сфері гостинності не можуть бути впроваджені виключно технологічним шляхом – їхній успіх залежить від залученості, мотивації та компетентності персоналу на всіх рівнях організаційної структури.

Роль персоналу полягає передусім у тому, що він є основним виконавцем інноваційних процесів і безпосередньо взаємодіє зі споживачем. Кожна зміна в технології обслуговування, у стандартах якості чи форматі сервісу реалізується через діяльність працівників. Від їхнього професіоналізму, гнучкості мислення, здатності адаптуватися до нових умов залежить, чи буде інновація сприйнята позитивно та ефективно інтегрована в операційну діяльність.

Успішне впровадження інновацій потребує формування інноваційної культури в колективі, що ґрунтується на відкритості до змін, готовності до експериментів, підтримці ініціативи та розвитку креативності. Менеджмент підприємств має створювати умови для професійного зростання, навчання персоналу, залучення його до процесу прийняття рішень. Особливе значення мають внутрішні комунікації, які забезпечують обмін інформацією, зворотний зв'язок і розуміння стратегічних цілей інноваційної діяльності.

Важливою складовою є система мотивації, орієнтована на заохочення

інноваційної поведінки. Вона може включати як матеріальні стимули (премії, бонуси, участь у прибутках), так і нематеріальні (визнання, кар'єрне зростання, участь у проектах, навчання за рахунок підприємства). Такий підхід підвищує рівень залученості персоналу, сприяє розвитку почуття відповідальності за результати інноваційних змін.

Особливу роль відіграють лідери середнього рівня – адміністратори, менеджери, керівники відділів. Вони виступають посередниками між керівництвом і виконавцями, забезпечуючи не лише організацію процесу впровадження нововведень, але й психологічну підтримку команди, подолання опору змінам, формування позитивного ставлення до інновацій [31].

У сфері гостинності, де головним критерієм успіху є якість взаємодії з клієнтом, інновації часто пов'язані з упровадженням нових технологій обслуговування, автоматизацією процесів, використанням цифрових інструментів комунікації. У таких умовах персонал стає сполучною ланкою між технологією та споживачем. Його здатність поєднувати технічні навички з емоційною чутливістю, культурою сервісу та клієнтоорієнтованістю визначає ефективність інновацій.

Також, персонал є джерелом ідей для подальших удосконалень. Працівники, які безпосередньо контактують із клієнтами, найкраще розуміють їхні потреби, тому можуть пропонувати практичні інноваційні рішення, що підвищують якість послуг і задоволення гостей. Таким чином, формування системи внутрішнього підприємництва (intrapreneurship) є важливим напрямом розвитку інноваційної активності працівників. Роль персоналу у впровадженні інноваційних змін полягає не лише у виконанні нових процесів, але й у формуванні сприятливого середовища для їх реалізації. Саме від людського потенціалу залежить швидкість адаптації підприємства до нововведень, їх результативність та стабільність у довгостроковій перспективі. Інновації стають успішними лише тоді, коли вони сприймаються персоналом не як зовнішній примус, а як можливість професійного розвитку,

підвищення ефективності праці та створення більш якісного сервісу для клієнтів.

Сучасний готельно-ресторанний бізнес перебуває у стані постійної трансформації під впливом глобалізаційних процесів, цифровізації, зміни споживчих очікувань і зростання конкуренції. Інновації стають основним фактором конкурентоспроможності, ефективності управління та підвищення якості обслуговування. Їх впровадження спрямоване не лише на оптимізацію внутрішніх процесів, а й на формування унікального клієнтського досвіду, що є ключовим чинником успіху в індустрії гостинності.

Однією з провідних тенденцій є цифровізація сервісів. Готелі та ресторани активно впроваджують мобільні застосунки, системи онлайн-бронювання, електронні чеки, QR-меню, чат-боти та безконтактні технології оплати. У готельному бізнесі набувають популярності системи smart-room, які дозволяють гостю керувати освітленням, температурою, телевізором чи замовленнями за допомогою смартфона. Такі рішення не лише підвищують комфорт клієнтів, але й зменшують витрати на обслуговування [32].

Другою важливою тенденцією є використання штучного інтелекту та аналітики даних. Сучасні CRM- і ERP-системи дозволяють збирати, аналізувати та прогнозувати поведінку споживачів, персоналізувати пропозиції, формувати програми лояльності та оптимізувати управлінські рішення. ChatGPT-подібні системи можуть виконувати функції віртуального консьєржа, а аналітичні платформи – прогнозувати завантаженість номерів або популярність певних страв.

Значного поширення набувають екологічні інновації. Концепція «зеленого готелю» або «еко-ресторану» стає складовою корпоративної стратегії багатьох підприємств HoReCa. Це передбачає впровадження енергозберігаючих технологій, сортування та утилізацію відходів, відмову від одноразового пластику, використання локальних продуктів, а також сертифікацію за міжнародними стандартами сталого розвитку.

Ще однією тенденцією є розвиток інноваційних форматів гостинності.

Зокрема, зростає популярність бутик-готелів, capsule hotels, апарт-готелів, хостелів нового покоління, а також ресторанів із концепціями «farm-to-table», «chef's table» чи «dark kitchen». Такі формати орієнтовані на унікальний досвід гостя, автентичність і технологічну гнучкість.

Важливим напрямом є також автоматизація операційних процесів. Сучасні заклади використовують роботизованих офіціантів і ресепціоністів, системи управління запасами (Inventory Management Systems), автоматичні платформи для контролю енергоспоживання, а також цифрові інструменти управління персоналом (HR-tech). Це дає змогу мінімізувати людський фактор, підвищити точність операцій і скоротити витрати [47].

Окрему роль відіграє маркетингова інноваційність. Використання технологій віртуальної та доповненої реальності (VR/AR) дозволяє клієнтам «відчути» атмосферу закладу ще до його відвідування. Широко застосовується digital-маркетинг, influencer-просування, інтеграція з соціальними мережами, а також інструменти big data для аналізу поведінки споживачів.

Водночас актуальними залишаються соціальні інновації – проєкти, спрямовані на розвиток інклюзивності, залучення ветеранів, людей з інвалідністю або внутрішньо переміщених осіб до сфери обслуговування. Такі ініціативи не лише підвищують корпоративну репутацію, а й формують нову соціально відповідальну культуру гостинності.

Сфера гостинності у світі переживає глибоку трансформацію, що зумовлена розвитком цифрових технологій, глобалізацією, зміною поведінки споживачів і зростанням уваги до сталого розвитку. Інновації стають ключовим чинником конкурентоспроможності підприємств HoReCa, адже саме вони дозволяють адаптувати бізнес до нових викликів, підвищити ефективність і створити унікальний клієнтський досвід.

Одним із найпотужніших глобальних трендів є тотальна цифровізація. Готелі, ресторани та туристичні компанії переходять на повністю інтегровані цифрові платформи, що охоплюють усі етапи обслуговування – від онлайн-бронювання до післявізитної комунікації з гостем. Використання мобільних

застосунків, систем безконтактного заселення, QR-меню, чат-ботів і віртуальних консьєржів стає стандартом сучасного сервісу. Такі технології підвищують швидкість і зручність обслуговування, знижують операційні витрати та формують відчуття персоналізованої взаємодії з брендом [35].

Другим визначальним трендом є впровадження штучного інтелекту (AI) та аналітики великих даних (Big Data). Штучний інтелект активно використовується для прогнозування попиту, автоматичного ціноутворення, персоналізації пропозицій і створення рекомендаційних систем. Готелі застосовують AI для управління енергоспоживанням, аналізу відгуків клієнтів і прогнозування завантаженості. У ресторанному бізнесі ці технології допомагають оптимізувати закупівлі, зменшити харчові відходи та покращити меню відповідно до уподобань гостей.

Зростаючої популярності набуває сталий розвиток і екологічна відповідальність. Глобальна індустрія гостинності рухається у напрямі «зелених» інновацій – від використання енергоефективних технологій і відновлюваних джерел енергії до систем сортування відходів, zero-waste концепцій і підтримки місцевих виробників. Екоорієнтовані бренди отримують переваги не лише з погляду маркетингу, а й завдяки зниженню витрат і підвищенню лояльності клієнтів, які дедалі частіше обирають етичні та екологічно свідомі компанії.

Серед ключових тенденцій виділяється також інноваційний підхід до клієнтського досвіду (Customer Experience Innovation). Підприємства HoReCa активно впроваджують елементи доповненої (AR) і віртуальної реальності (VR), гейміфікацію, персоналізовані маршрути перебування та інтерактивні сервіси. Зокрема, у готелях використовуються VR-тури для попереднього ознайомлення з інтер'єром, а в ресторанах – AR-меню, що дозволяють гостю «побачити» страву перед замовленням.

Іншим напрямом є роботизація та автоматизація обслуговування. Роботи-офіціанти, ресепціоністи або кур'єри вже не є рідкістю у провідних готелях і ресторанах світу. Такі рішення дозволяють зменшити витрати на

персонал, підвищити швидкість обслуговування і забезпечити стабільну якість сервісу. Водночас автоматизація операційних процесів – від управління запасами до аналітики прибутковості – стає основою ефективного менеджменту.

Не менш важливою тенденцією є розвиток персоналізованих сервісів. Сучасні клієнти очікують унікального досвіду, що відповідає їхнім індивідуальним вподобанням. Системи збору та аналізу даних дозволяють підприємствам формувати пропозиції, що враховують історію попередніх візитів, стиль життя та навіть настроїв гостя. Такий підхід створює емоційний зв'язок між клієнтом і брендом, підвищуючи рівень лояльності [44].

Ще одним глобальним трендом є зростання ролі соціальної інноваційності. Готельно-ресторанні підприємства дедалі активніше впроваджують програми соціальної відповідальності, орієнтовані на інклюзивність, підтримку ветеранів, людей з обмеженими можливостями та розвиток місцевих громад. Це сприяє формуванню позитивного іміджу бренду та зміцненню його позицій на міжнародному ринку.

Інновації виступають ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері HoReCa, оскільки саме вони забезпечують здатність закладу адаптуватися до швидких змін ринку, задовольняти нові потреби споживачів і створювати унікальну цінність для клієнтів. У сучасних умовах конкуренції традиційні фактори – такі як розташування, ціна чи якість послуг – поступово втрачають вирішальне значення, а на перший план виходить інноваційність, що охоплює технологічні, організаційні, маркетингові та соціальні аспекти діяльності.

Провідна роль інновацій полягає у формуванні унікальних конкурентних переваг, які важко відтворити конкурентам. Впровадження сучасних технологій, цифрових сервісів і нових форматів обслуговування дозволяє закладам створювати індивідуальний клієнтський досвід, підвищувати якість взаємодії з гостем і забезпечувати гнучкість у реагуванні на зміни попиту. Наприклад, використання мобільних застосунків для

бронювання, онлайн-чату з адміністрацією або систем самообслуговування скорочує час очікування й підвищує рівень задоволеності клієнтів [39].

Інновації сприяють також оптимізації бізнес-процесів і підвищенню операційної ефективності. Автоматизація систем бронювання, управління запасами, контролю енергоспоживання та обліку персоналу дозволяє скоротити витрати, мінімізувати людський фактор і збільшити продуктивність праці. Впровадження ERP- і CRM-систем забезпечує ефективне управління ресурсами, аналітику даних і прийняття обґрунтованих управлінських рішень, що підвищує загальну стійкість бізнесу.

Не менш важливою є маркетингова інноваційність, яка формує позитивний імідж бренду та сприяє залученню нових клієнтів. Використання інструментів digital-маркетингу, big data, програм лояльності, персоналізованих пропозицій, а також віртуальної та доповненої реальності дозволяє підвищити ефективність комунікацій та створити емоційний зв'язок із гостем. У сучасному середовищі клієнти все частіше обирають заклади, що пропонують не лише якісну послугу, а й унікальний досвід, який запам'ятовується.

Важливим аспектом конкурентоспроможності є сталий розвиток і екологічна відповідальність, які також мають інноваційний вимір. Заклади, що впроваджують енергозберігаючі технології, використовують локальні продукти, скорочують харчові відходи чи запроваджують політику «zero waste», формують позитивне сприйняття серед споживачів і відповідають сучасним глобальним трендам. Такий підхід не лише знижує витрати, але й зміцнює репутацію бренду як соціально відповідального.

Інновації мають суттєвий вплив і на управління персоналом, адже саме співробітники є носіями корпоративної культури та головними агентами змін. Використання HR-технологій, електронного навчання, систем внутрішньої мотивації та інноваційних методів оцінювання сприяє розвитку персоналу, підвищенню його кваліфікації й залученості до процесу вдосконалення послуг [25].

1.3. Зарубіжний досвід інноваційної діяльності у HoReCa та можливості його адаптації в Україні

У стратегічному контексті інноваційність стає основою довгострокової конкурентоспроможності. Вона дозволяє підприємствам гнучко реагувати на коливання попиту, зміну споживчих цінностей і появу нових технологій. Постійне оновлення сервісу, розширення асортименту послуг, створення нових форматів закладів (бутик-готелі, тематичні ресторани, еко-комплекси) забезпечують адаптивність до динамічного середовища [26].

Сучасний готельний бізнес дедалі більше орієнтується на цифрову трансформацію, у центрі якої стоїть використання технологій Big Data, CRM-систем і штучного інтелекту (AI). Ці інструменти стають не лише засобами автоматизації процесів, а й стратегічними ресурсами, що забезпечують глибоке розуміння поведінки клієнтів, оптимізацію управління та підвищення якості сервісу.

Технологія Big Data відкрила для готельної індустрії нові можливості в аналітиці та прогнозуванні. Великі обсяги даних, що генеруються під час взаємодії гостей із цифровими платформами (онлайн-бронювання, соціальні мережі, відгуки, транзакції), дозволяють формувати комплексний портрет клієнта.

На основі аналізу цих даних готелі можуть прогнозувати попит, оптимізувати ціноутворення (yield management), визначати сезонні коливання, популярні послуги та навіть передбачати поведінку гостей. Big Data також допомагає у виявленні трендів – наприклад, зростання попиту на екоформати проживання або цифрові сервіси самообслуговування [49].

Важливим інструментом є CRM-системи (Customer Relationship Management), які забезпечують ефективне управління взаєминами з клієнтами. Вони дозволяють накопичувати інформацію про кожного гостя – історію бронювань, уподобання, звернення до служби підтримки, участь у програмах лояльності – і використовувати ці дані для персоналізації пропозицій. За

допомогою CRM готелі формують цільові маркетингові кампанії, надсилають індивідуальні знижки, нагадування або пропозиції, що підвищують рівень задоволеності та повторних візитів. Інтеграція CRM з онлайн-бронюванням, електронною поштою та соціальними мережами створює єдиний інформаційний простір для ефективної комунікації.

Штучний інтелект (AI) вносить якісно новий рівень у розвиток готельного бізнесу, дозволяючи автоматизувати складні управлінські та сервісні процеси.

Використання чат-ботів і віртуальних консьєржів забезпечує цілодобову підтримку гостей, швидку відповідь на запити та підвищення рівня обслуговування без збільшення навантаження на персонал. Алгоритми машинного навчання аналізують дані про попередні бронювання, ринкову динаміку, події в регіоні та дозволяють готелям встановлювати оптимальні ціни (dynamic pricing).

Крім того, AI використовується у системах розумного управління готелем – наприклад, для контролю освітлення, клімату, енергоспоживання або розподілу номерів [50].

Інтеграція цих технологій створює єдину цифрову екосистему управління готелем, де Big Data забезпечує збір і аналіз інформації, CRM – індивідуалізовану взаємодію з гостями, а AI – автоматизацію прийняття рішень і прогнозування. Такий підхід дозволяє готелям переходити від реактивного до проактивного управління, коли рішення ухвалюються на основі аналітичних прогнозів, а не лише минулих результатів.

Застосування Big Data, CRM та AI безпосередньо впливає на підвищення конкурентоспроможності готелів. Вони допомагають створити персоналізований досвід для кожного клієнта, знизити витрати, оптимізувати внутрішні процеси та підвищити ефективність маркетингових стратегій. Водночас такі технології стають основою для формування інтелектуальних готелів, які поєднують цифрові сервіси та автоматизовані системи (див. табл. 2.2).

Таблиця 1.2 – Big Data, CRM-систем та AI у готельному бізнесі

Технологія	Основне призначення	Ключові функції та можливості	Переваги для готельного бізнесу	Приклади використання
Big Data	Збір, аналіз і використання великих обсягів даних для прийняття управлінських рішень	Аналіз поведінки гостей Прогнозування попиту та сезонності Оптимізація ціноутворення (yield management) Виявлення ринкових трендів	Підвищення точності планування Зменшення ризиків управлінських рішень Створення цільових маркетингових стратегій	Аналіз відгуків і бронювань Прогнозування заповненості номерів Виявлення популярних послуг
CRM-системи	Управління взаємовідносинами з клієнтами та підвищення рівня лояльності	Збір і збереження даних про гостей Персоналізація пропозицій Автоматизація маркетингових кампаній Інтеграція з онлайн-бронюванням і соцмережами	Формування постійної клієнтської бази Підвищення задоволеності гостей Ефективна комунікація та підтримка	Автоматичні нагадування про бронювання Індивідуальні знижки та бонуси Програми лояльності
Штучний інтелект (AI)	Автоматизація процесів, аналіз даних і прогнозування рішень	Чат-боти та віртуальні консьєржі Динамічне ціноутворення Розумні системи управління готелем (smart-room) Аналіз ринкових тенденцій	Зменшення витрат на персонал Оптимізація енергоспоживання Підвищення швидкості обслуговування Формування унікального клієнтського досвіду	Автоматизоване заселення Контроль клімату та освітлення AI-аналітика для управління доходами

Зарубіжні практики демонструють кілька домінантних напрямів інновацій. По-перше, розвиток smart-готелів і contactless-сервісів: інтегровані платформи для онлайн-бронювання, мобільні ключі, системи управління номером і чат-боти підвищують швидкість обслуговування й задоволеність гостей, а дослідження показують позитивний вплив таких рішень на

конкурентоспроможність закладів [51].

По-друге, масштабування food-tech-моделей на прикладі міжнародних гравців дозволяє економити на оренді фронт-офісу, централізувати виробництво й швидко масштабувати бренди за рахунок аналітики та автоматизованих логістичних рішень. Часті кейси демонструють значну ефективність при належній IT-інфраструктурі.

По-третє, сталі (еко)інновації – енергоефективні технології, управління відходами, локальний sourcing і сертифікації дають як екологічний, так і економічний ефект: зниження витрат та підвищення іміджу. Реальні кейси свідчать про помітну віддачу у вигляді зменшення витрат та позитивного сприйняття клієнтів.

По-четверте, застосування роботизації та автоматизації (роботи-офіціанти, автоматизовані кухні, роботизовані рецепції) дає змогу утримувати стабільну якість сервісу та зменшувати операційні витрати, хоча сприйняття гостями і соціальні наслідки потребують окремого менеджменту ризиків.

По-п'яте, широке впровадження AI та Big Data для динамічного ціноутворення, прогнозування попиту, персоналізації пропозицій і оптимізації закупівель стало базовим елементом конкурентних мереж на зовнішніх ринках [52].

Можливості адаптації в Україні та практичні кроки реалізації:

1. Пілотні проекти й демонстраційні майданчики. Розпочинати з обраних готелів/ресторанних мереж-лідерів, які готові інвестувати у digital-рішення або еко-ініціативи; пілотні кейси служитимуть локальною «доказовою базою» для інших гравців. Приклад: smart-room чи безконтактне заселення в одному готелі району як пілот. (пілотні проекти пришвидшують навчання й дають кейси для масштабування).

2. Моделі cloud-kitchen у містах із потужним delivery-ринком. Українські компанії можуть адаптувати технологічну інфраструктуру cloud-кухонь, поєднуючи локальні продукти та аналітику замовлень для оптимізації меню й логістики; потрібні інвестиції в кухонну автоматизацію та системи управління

замовленнями.

3. Сталість як конкурентна пропозиція: адаптувати Green Key-подібні стандарти або національні еко-маркування, запровадити прості технічні заходи (енергоменеджмент, сортування відходів, локальні закупівлі) – це дає швидкий ROI і позитив для репутації. Співпраця з міжнародними програмами може прискорити сертифікацію.

4. Інвестувати в аналітику та CRM/AI-інструменти: починати з інтеграції CRM і базового BI-звітності, далі додавати модулі прогнозування попиту й персоналізації. Для мереж – централізована платформа збору даних із локальною аналітикою.

5. Людський капітал: масштабні інвестиції в навчання, перепідготовку та управлінський консалтинг. Тренінги для персоналу підвищують шанси на успіх технологічних впроваджень; треба формувати внутрішніх «чемпіонів змін» і middle-менеджмент, котрий транслює інновації у щоденну практику.

6. Публічно-приватне партнерство та гранти: залучити місцеву владу, туристичні кластери й донорів до співфінансування інфраструктурних ініціатив (цифровізація, енергоефективні проекти, хаб-кухні), щоб знизити поріг входу для малого й середнього бізнесу.

7. Адаптація технологій з урахуванням локальних умов: рішення мають враховувати питання доступності інтернету, платоспроможності клієнтів, логістики й локальних гастрономічних звичок; важливі тестування UX українських користувачів перед масштабуванням. [53]

Головні бар'єри та як їх долати. Фінансування і капітальні витрати – вирішуються через моделі лізингу обладнання, кооперацію підприємств і державні субсидії; брак кваліфікованих кадрів – через програми дуальної освіти та корпоративні академії; нормативні та податкові обмеження – через діалог з органами влади щодо створення стимулів для інновацій (податкові пільги, спрощені процедури сертифікації). Технологічні рішення потребують уваги до кібербезпеки й захисту персональних даних при роботі з Big Data/CRM/AI [54].

Зарубіжний досвід демонструє, що поєднання цифрових технологій (AI, Big Data), інноваційних операційних моделей (cloud kitchens, автоматизація) та сталих практик дає синергійний ефект: підвищення якості сервісу, зниження витрат і посилення бренду. В Україні адаптація реальна за умови поетапного підходу, пілотування, інвестицій у людей і створення сприятливого регуляторного та фінансового середовища [36].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ PREMIER HOTEL LYBID М. КИЇВ

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності готелю Premier Hotel Lybid м. Київ

Готельно-ресторанна індустрія сьогодні переживає період активної цифровізації та технологічного оновлення. Успішні підприємства гостинності все більше орієнтуються на впровадження інновацій, адже саме вони забезпечують конкурентні переваги, підвищують ефективність управління, якість обслуговування і задоволення потреб клієнтів. Прикладом готелю, який поступово інтегрує інноваційні рішення у свою діяльність, є Premier Hotel Lybid у місті Києві.

Premier Hotel Lybid – це сучасний тризірковий готель, розташований у центральній частині столиці, поруч із залізничним вокзалом і великими бізнес-центрами. Він входить до національної мережі Premier Hotels & Resorts, що об'єднує заклади з високими стандартами сервісу. Готель має понад двісті сімдесят номерів різних категорій, ресторан, конференц-зали, бізнес-центр і паркінг. Основну частину клієнтів становлять бізнес-туристи, учасники конференцій та корпоративні гості (див. табл. 2.1) [17].

Готель дотримується класичної організаційної структури управління, у якій чітко розподілені функції між підрозділами: служба прийому і розміщення, ресторанне господарство, маркетинг, технічне обслуговування, адміністрація. Такий підхід забезпечує стабільність роботи, але водночас вимагає модернізації у напрямі цифрових технологій.

У своїй діяльності Premier Hotel Lybid використовує низку інноваційних інструментів, що сприяють покращенню сервісу та управління. Зокрема, функціонує електронна система онлайн-бронювання номерів через офіційний сайт і міжнародні платформи, впроваджено CRM-систему для управління клієнтськими даними, діє безконтактна система оплати послуг.

Таблиця 2.1 – Категорії номерів та їх вартість у Premier Hotel Lybid

Категорія номера	Коротка характеристика	Орієнтовна вартість за добу, грн.
Standard	Однокімнатний номер з базовим комплектом зручностей: ліжко, телевізор, кондиціонер, ванна кімната, Wi-Fi.	1700 – 2200
Superior	Покращений однокімнатний номер з оновленим інтер'єром, додатковими косметичними засобами та розширеним простором.	2200 – 2700
Junior Suite	Просторий номер студійного типу з робочою зоною, м'якими меблями та розширеним набором сервісів.	3000 – 3800
Suite	Двокімнатний номер підвищеного комфорту (вітальня + спальня), сучасне оснащення, преміальний сервіс.	4500 – 5500

Готель активно використовує цифрові канали комунікації для залучення гостей і зворотного зв'язку, а також поступово автоматизує енергоспоживання та облік ресурсів. Усі ці рішення дозволяють підвищити комфорт проживання та ефективність управлінських процесів.

Конкурентне середовище готельного ринку Києва є досить насиченим. Поруч із Premier Hotel Lybid функціонують такі відомі готелі, як Hotel Ukraine, ibis Kyiv City Center, President Hotel та інші. Вони належать до середнього й високого цінового сегментів і активно впроваджують технологічні новації: системи самостійного поселення, мобільні додатки, smart-room рішення, сучасні системи управління персоналом і клієнтами. Порівняно з ними Premier Hotel Lybid займає стабільну позицію на ринку, але потребує оновлення матеріально-технічної бази та активнішого переходу до інтелектуальних технологій, щоб не поступатися конкурентам [4].

Проведений аналіз показав, що готель має значний потенціал для розвитку. Його сильними сторонами є належність до відомої мережі, вигідне розташування, наявність стабільної клієнтської бази та розвинена

інфраструктура. До слабких сторін можна віднести частково застарілу матеріальну базу, обмежене використання smart-технологій і потребу у підвищенні цифрових компетенцій персоналу. Серед перспективних напрямів розвитку – впровадження мобільних додатків для бронювання і обслуговування, створення системи «розумного номера», модернізація конференц-залів із використанням мультимедійного обладнання, а також розвиток енергоефективних і «зелених» технологій.

Успішний інноваційний розвиток Premier Hotel Lybid можливий лише за умови комплексного підходу – поєднання цифрових технологій, автоматизації процесів і підвищення рівня підготовки персоналу. Інновації повинні стати не епізодичними заходами, а стратегічним напрямом діяльності готелю. Їх упровадження сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, покращенню якості сервісу, оптимізації витрат і зміцненню бренду Premier Hotels & Resorts на національному ринку.

Аналіз використання інновацій у Premier Hotel Lybid свідчить про поступове, але послідовне впровадження сучасних технологічних рішень. Подальший розвиток у цьому напрямі дозволить готелю не лише зберегти свої позиції, а й вийти на новий рівень ефективності, комфорту та привабливості для гостей, що є ключовою умовою успіху у конкурентному середовищі готельної індустрії України [5].

Готель Premier Hotel Lybid є одним із найвідоміших представників готельної індустрії міста Києва та входить до національної готельної мережі Premier Hotels & Resorts, яка об'єднує провідні готелі України, що відповідають сучасним стандартам якості обслуговування.

Історія створення та розвитку готелю бере свій початок у 1970-х роках, коли в Києві активно розвивалася туристична інфраструктура для прийому іноземних і ділових гостей. Готель «Либідь» був відкритий як сучасний на той час комплекс, здатний забезпечити комфортне проживання великої кількості відвідувачів. Назву він отримав на честь легендарної князівни Либіді – сестри засновників Києва. Упродовж багатьох років готель відіграв важливу роль у

розвитку столичного туризму, приймаючи як українських, так і закордонних гостей.

У 2002 році заклад став частиною мережі Premier Hotels & Resorts, що дозволило йому вийти на новий рівень управління та якості послуг. Після приєднання до мережі було проведено поетапну модернізацію номерного фонду, оновлення ресторану, конференц-залів, фасаду та внутрішніх приміщень. Сьогодні Premier Hotel Lybid поєднує багаторічні традиції гостинності з сучасними технологічними рішеннями, відповідаючи міжнародним стандартам готельного бізнесу [24].

Місцезнаходження готелю є одним із його стратегічних переваг. Premier Hotel Lybid розташований у центральній частині Києва – неподалік від залізничного вокзалу, торговельно-розважальних центрів, ділових офісів і транспортних розв'язок. Таке розташування робить його зручним для бізнес-мандрівників, туристів і учасників конференцій. Готель має категорію три зірки і орієнтований на гостей, які цінують комфорт, зручність і доступну ціну. Приналежність до мережі Premier Hotels & Resorts гарантує відповідність єдиним стандартам сервісу, високий рівень професійної підготовки персоналу та використання сучасних управлінських технологій.

Основні види послуг, які пропонує Premier Hotel Lybid, охоплюють широкий спектр послуг гостинності:

- розміщення у комфортних номерах різних категорій (від стандартних до люксів);
- ресторанне обслуговування – ресторан української та європейської кухні, бар;
- послуги для бізнесу – конференц-зали, бізнес-центр, організація ділових заходів;
- додаткові сервіси – трансфер, пральня, паркінг, бронювання квитків, туристичне обслуговування.

Структура номерного фонду готелю налічує понад 270 номерів, які поділяються на кілька категорій: Standard, Superior, Junior Suite та Suite. Кожен

номер обладнаний усім необхідним для комфортного проживання: сучасними меблями, телевізором, кондиціонером, Wi-Fi, ванною кімнатою та засобами гігієни. Дизайн номерів поєднує класичний стиль з елементами сучасного інтер'єру, що створює атмосферу затишку й гармонії.

Premier Hotel Lybid орієнтований на прийом як індивідуальних туристів, так і корпоративних клієнтів. Завдяки вигідному розташуванню, багаторічній репутації та належності до професійної готельної мережі, він утримує стабільні позиції серед готелів середнього класу Києва. Постійне оновлення матеріально-технічної бази, підвищення кваліфікації персоналу та впровадження сучасних технологій свідчать про прагнення закладу відповідати новим тенденціям розвитку індустрії гостинності в Україні.

Організаційна структура управління готелем Premier Hotel Lybid побудована за функціональним принципом, що забезпечує ефективну координацію всіх процесів, чіткий розподіл обов'язків між підрозділами та високий рівень контролю за якістю обслуговування гостей. Така модель є типовою для сучасних готельних підприємств середнього класу, які належать до великих мереж і прагнуть забезпечити стабільність роботи та максимальну задоволеність клієнтів [42].

Загальне керівництво готелем здійснює генеральний директор, який відповідає за стратегічний розвиток, фінансово-економічні результати, управління персоналом і реалізацію корпоративних стандартів мережі Premier Hotels & Resorts. У безпосередньому підпорядкуванні керівника перебувають керівники основних служб, які забезпечують різні напрями діяльності підприємства.

До ключових підрозділів готелю належать служба прийому і розміщення, ресторанне господарство, служба маркетингу та продажів, адміністративно-господарський відділ, технічна служба, бухгалтерія, служба безпеки та відділ кадрів. Служба прийому і розміщення є центральною ланкою у взаємодії з клієнтами, оскільки саме її працівники відповідають за бронювання номерів, реєстрацію гостей, розрахунки та інформаційне

обслуговування. Ресторанне господарство займається організацією харчування, проведенням банкетів і конференцій, забезпечуючи належний рівень гастрономічного сервісу. Служба маркетингу та продажів реалізує політику просування готелю на ринку, підтримує співпрацю з туристичними компаніями, розробляє рекламні стратегії та слідкує за конкурентоспроможністю послуг [12].

Технічна служба відповідає за підтримання справного стану інженерних систем, обладнання та номерного фонду. Її діяльність є критично важливою для безперервного функціонування готелю. Бухгалтерська служба забезпечує фінансовий контроль, облік доходів і витрат, підготовку звітності та планування бюджету. Служба безпеки організовує охорону об'єкта, контролює доступ до приміщень і відповідає за дотримання правил безпеки як персоналом, так і гостями. Відділ кадрів займається добором, навчанням і атестацією персоналу, а також створенням умов для підвищення мотивації працівників і розвитку корпоративної культури.

Взаємодія між усіма підрозділами ґрунтується на чіткій координації та підпорядкованості. Служба прийому і розміщення тісно співпрацює з бухгалтерією у питаннях фінансових розрахунків, з маркетингом – у питаннях бронювання та залучення клієнтів, а також з технічною службою – у випадках технічного обслуговування номерів. Адміністрація здійснює загальний контроль за дотриманням стандартів сервісу, організовує роботу всіх служб і координує їх взаємодію.

Така система управління дозволяє готелю Premier Hotel Lybid ефективно реагувати на потреби ринку, підвищувати якість послуг і підтримувати високу репутацію серед клієнтів. Чіткий розподіл функцій між підрозділами сприяє раціональному використанню ресурсів, злагодженій роботі персоналу та забезпеченню стабільної діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища.

Аналіз основних економічних показників діяльності готелю Premier Hotel Lybid дозволяє оцінити ефективність його функціонування, фінансову

стійкість і конкурентоспроможність на ринку готельних послуг м. Києва. Основними джерелами доходу підприємства є реалізація основних і додаткових послуг. До основних належать доходи від надання номерів у тимчасове користування гостям, а до додаткових – послуги ресторану, конференц-сервісу, організація бенкетів, прання, трансфер, оренда залів і послуги бізнес-центру [41].

За останні роки спостерігається позитивна динаміка загальних доходів готелю, що пов'язано з відновленням туристичної активності та збільшенням попиту на внутрішній туризм. У структурі доходів переважає виручка від основної діяльності, яка становить близько 70 – 75% загального обсягу надходжень. Решту формують додаткові послуги, зокрема ресторанне господарство, яке приносить стабільний прибуток завдяки корпоративним замовленням та організації заходів.

Виручка готелю демонструє помірне зростання, що свідчить про ефективну маркетингову політику та грамотне управління ціноутворенням. Паралельно з цим витрати залишаються контрольованими – основні статті видатків припадають на оплату праці, комунальні послуги, обслуговування обладнання, маркетинг і закупівлю продуктів харчування для ресторану. У результаті готель утримує позитивну динаміку прибутковості. За останні два-три роки спостерігається зростання чистого прибутку, що свідчить про стабільність діяльності та підвищення ефективності використання ресурсів.

Важливим показником ефективності роботи є рівень завантаженості номерного фонду, який у Premier Hotel Lybid у середньому становить 65 – 70% на рік. Найвищі показники фіксуються в літній сезон і під час проведення ділових заходів у столиці. Такий рівень завантаженості свідчить про конкурентоспроможність готелю на ринку, ефективну роботу служби бронювання та маркетингу, а також про позитивну репутацію серед клієнтів.

Щодо рентабельності діяльності, Premier Hotel Lybid демонструє стійку тенденцію до підвищення цього показника. Завдяки оптимізації витрат, впровадженню інноваційних технологій у сфері обслуговування та

розширенню спектра додаткових послуг готель поступово збільшує маржинальність свого бізнесу. Рентабельність операційної діяльності залишається на рівні, який забезпечує не лише покриття поточних витрат, а й формування інвестиційного потенціалу для подальшої модернізації. Економічна діяльність готелю Premier Hotel Lybid характеризується стабільним фінансовим станом, помірним зростанням доходів, високим рівнем завантаженості номерного фонду та достатньою рентабельністю. Ефективне управління фінансами та орієнтація на якісне обслуговування дозволяють підприємству зберігати конкурентні позиції та забезпечувати сталий розвиток у динамічному готельному середовищі столиці [48].

Клієнтська база готелю Premier Hotel Lybid є досить різноманітною, що обумовлено вигідним розташуванням у діловому центрі Києва, належністю до національної мережі Premier Hotels & Resorts та збалансованою ціновою політикою. Готель орієнтований на обслуговування кількох ключових категорій гостей, серед яких домінують бізнес-туристи, внутрішні туристи та іноземні відвідувачі.

Основну частину клієнтів становлять бізнес-туристи та учасники ділових заходів, які обирають Premier Hotel Lybid завдяки зручному розташуванню поблизу основних транспортних вузлів і конференц-центрів, наявності сучасних бізнес-послуг та конференц-залів. Ця категорія гостей висуває підвищені вимоги до якості сервісу, швидкості обслуговування, доступу до інтернету, умов для роботи та проведення переговорів. Готель активно співпрацює з корпоративними клієнтами, пропонуючи спеціальні тарифи для постійних партнерів і учасників бізнес-заходів.

Значну частку клієнтів також складають внутрішні туристи, які подорожують Україною з метою відпочинку або відвідування культурних і спортивних подій у столиці. Цей сегмент орієнтується на комфорт, зручне розташування, безпечне середовище та доступну ціну. Готель пропонує їм широкий спектр додаткових послуг – від ресторанного сервісу до організації екскурсій і трансферів.

Окрему категорію становлять іноземні гості, переважно з країн Європи, США та Азії. Їх приваблює поєднання високих стандартів обслуговування з українською гостинністю, а також приналежність готелю до відомої національної мережі, що гарантує стабільну якість послуг. Для цієї групи клієнтів велике значення мають комфорт, безпека, рівень технічного оснащення номерів і можливість комунікації англійською мовою [46].

Аналіз попиту на послуги готелю показує, що найбільшим попитом користуються послуги проживання у стандартних і бізнес-номерах, а також конференц-сервіс і ресторанне обслуговування. Висока частка повторних бронювань свідчить про лояльність клієнтів і позитивний імідж готелю. Попит на додаткові послуги, такі як трансфер, прання чи оренда залів, зростає в періоди ділової активності та проведення міжнародних подій у Києві.

Канали продажів готелю побудовані з урахуванням сучасних тенденцій цифрового ринку. Основну частину бронювань забезпечують онлайн-платформи – такі як Booking.com, Expedia, Hotels.com і офіційний сайт готелю, який має зручну систему онлайн-бронювання. Важливу роль відіграють корпоративні договори з українськими та міжнародними компаніями, туристичними агентствами та організаторами конференцій. Крім того, готель стимулює прямі бронювання через власний сайт, пропонуючи спеціальні знижки, програми лояльності та бонуси для постійних гостей.

У своїй поточній діяльності Premier Hotel Lybid активно впроваджує інноваційні напрями, спрямовані на підвищення ефективності управління, покращення якості сервісу та дотримання принципів сталого розвитку. Застосування сучасних технологій і цифрових рішень дозволяє готелю не лише оптимізувати операційні процеси, а й забезпечувати комфортне та безпечне перебування гостей, що є ключовим фактором конкурентоспроможності на сучасному готельному ринку.

Одним із основних напрямів інновацій є використання сучасних інформаційних технологій. Готель застосовує систему електронного бронювання, яка дозволяє клієнтам швидко та зручно резервувати номери

через офіційний сайт або міжнародні онлайн-платформи. Це забезпечує ефективну взаємодію з клієнтами, оперативну обробку заявок і зменшує навантаження на службу прийому та розміщення. Також активно використовується CRM-система (Customer Relationship Management), яка допомагає вести облік клієнтів, аналізувати їхні вподобання та формувати персоналізовані пропозиції. Це сприяє підвищенню рівня лояльності гостей і створює умови для довготривалих відносин з постійними клієнтами.

Ще одним важливим елементом інноваційного розвитку є впровадження безконтактних технологій, зокрема систем online check-in та check-out, які дозволяють гостям самостійно здійснювати реєстрацію та виїзд без безпосереднього контакту з персоналом. Такі рішення особливо актуальні в умовах підвищених вимог до безпеки та гігієни. Крім того, у готелі впроваджено сучасні платіжні системи, що підтримують безготівкові розрахунки, а також мобільні додатки для замовлення послуг безпосередньо зі смартфона.

Важливе місце у діяльності готелю займає цифровізація сервісів та автоматизація управлінських процесів. Premier Hotel Lybid використовує спеціалізоване програмне забезпечення для керування номерним фондом, обліку доходів і витрат, управління запасами та контролю якості обслуговування. Автоматизація процесів дозволяє зменшити кількість помилок, оптимізувати роботу персоналу, прискорити обробку інформації та підвищити загальну продуктивність підприємства [38].

Окремим напрямом є впровадження принципів сталого розвитку та екологічних ініціатив. Готель дотримується сучасних стандартів енергоефективності, використовуючи енергозберігаюче освітлення, системи автоматичного регулювання температури та водопостачання. Значна увага приділяється сортуванню та переробці відходів, мінімізації використання пластику та переходу на екологічно безпечні матеріали. Готель бере участь у програмах з озеленення територій і підвищення екологічної свідомості персоналу та гостей. Інноваційні напрями в діяльності Premier Hotel Lybid

охоплюють технологічну, управлінську та екологічну складові. Використання сучасних IT-рішень, автоматизація процесів обслуговування та орієнтація на сталий розвиток формують сучасний імідж готелю, підвищують рівень задоволеності клієнтів і сприяють зміцненню позицій на конкурентному ринку готельних послуг України.

2.2. Оцінка конкурентоспроможності та SWOT-аналіз інноваційного розвитку готелю «Premier Hotel Lybid»

Оцінка конкурентоспроможності готелю Premier Hotel Lybid базується на аналізі його позицій на ринку готельних послуг Києва та здатності забезпечувати високий рівень обслуговування завдяки впровадженню інновацій. Готель займає стабільну позицію серед закладів середнього класу, що поєднують комфорт, доступну ціну та сучасні сервіси. Основні конкурентні переваги закладу формуються завдяки вигідному розташуванню в центральній частині міста, наявності сучасної інфраструктури для бізнес-туристів і конференцій, стабільній клієнтській базі та впровадженню сучасних технологій обслуговування, таких як онлайн-бронювання, CRM-системи та безконтактний check-in.

При цьому, готель стикається з певними викликами. Серед конкурентів у столиці є заклади, що активно використовують smart-технології, мобільні додатки, автоматизацію номерного фонду та більш сучасні системи управління послугами, що створює додатковий тиск на Premier Hotel Lybid у плані модернізації матеріально-технічної бази та цифрових сервісів. Для підтримки та підвищення конкурентоспроможності готель повинен поєднувати традиційні стандарти якості обслуговування з інноваційними рішеннями, розширюючи спектр послуг і оптимізуючи внутрішні процеси.

SWOT-аналіз інноваційного розвитку готелю Premier Hotel Lybid дозволяє системно оцінити його потенціал та напрями вдосконалення (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Порівняльна характеристика конкурентів Premier Hotel Lybid у м. Київ

Показник	Premier Hotel Lybid	Hotel Ukraine (4*)	ibis Kyiv City Center (3*)	President Hotel (4*)
Категорія	3 зірки (мережа Premier Hotels & Resorts)	4 зірки	3 зірки (Accor Hotels)	4 зірки
Розташування	Центр міста, поруч із вокзалом і бізнес-зоною	Центр, поруч із Хрещатиком	Центр, поруч із метро «Університет»	Печерський район, поруч із Палацом «Україна»
Кількість номерів	≈ 270	≈ 370	≈ 210	≈ 370
Середня ціна за номер (грн./доба)	2500	3000	2200	3500
Основні послуги	Проживання, ресторан, конференц-зали, паркінг, трансфер	Проживання, ресторан, бар, конференц-зали	Проживання, кафе, паркінг, швидке поселення	Проживання, ресторан, SPA, басейн, конференц-зали
Рівень інноваційності	Середній – CRM, онлайн-бронювання, Wi-Fi, безконтактна оплата	Середній – власна система бронювання, Wi-Fi, мобільний check-in	Високий – цифровізація процесів, self check-in, мобільні ключі	Високий – smart-room, CRM, автоматизація послуг
Відгуки гостей (Booking, 2024)	8,3/10	8,2/10	8,6/10	8,4/10
Конкурентна позиція	Середній рівень – стабільна ділова клієнтура, потреба в оновленні інфраструктури	Сильний бренд, вища ціна	Висока технологічність, економ-сегмент	Високий комфорт, преміум-сегмент

SWOT-аналіз інноваційного розвитку готелю Premier Hotel Lybid дозволяє комплексно оцінити його внутрішні ресурси, сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози, пов'язані з впровадженням інновацій у діяльність підприємства (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – SWOT-аналіз інноваційного розвитку Premier Hotel Lybid

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)	Можливості (O)	Загрози (T)
Входження до національної мережі Premier Hotels & Resorts	Частково застаріла матеріально-технічна база	Активна цифровізація індустрії гостинності: впровадження smart-room, мобільних додатків, безконтактного сервісу	Швидке старіння технологій, потреба постійних інвестицій
Вигідне розташування (центр міста, поруч вокзал і бізнес-зони)	Обмежене впровадження сучасних цифрових рішень (smart-room, мобільні додатки)	Розвиток «зелених» технологій та європейські грантові програми на енергоефективність	Економічна нестабільність в Україні, що впливає на туристичний попит
Стабільна клієнтська база бізнес-туристів	Недостатня онлайн-присутність у міжнародних OTA-платформах	Використання AI-рішень (персоналізація, прогнозування попиту, чат-боти)	Залежність від зовнішніх OTA-платформ, комісії до 20 – 25%
Наявність конференц-залів і розвиненої інфраструктури	Потреба у підвищенні кваліфікації персоналу з IT-інновацій	Популярність VR/AR-технологій для демонстрації номерів та проведення віртуальних турів	Можливі перебої в енергопостачанні, що можуть вплинути на комфорт гостей

Серед сильних сторін можна виділити належність до відомої національної мережі Premier Hotels & Resorts, стабільну клієнтську базу, зручне розташування в центрі міста та наявність розвиненої інфраструктури

для ділових заходів. До слабких сторін відносяться частково застаріла матеріально-технічна база, обмежене використання smart-технологій та недостатній рівень цифровізації окремих процесів, що потребує підвищення кваліфікації персоналу та модернізації систем обслуговування [3].

Серед можливостей розвитку готелю варто зазначити впровадження smart-room рішень, мобільних додатків для гостей, автоматизацію внутрішніх процесів, розвиток онлайн-бронювання та digital-маркетингу, а також застосування екологічних і енергоефективних технологій. Загрозами для готелю є посилення конкуренції з боку міжнародних готельних мереж, економічна нестабільність, зміни у споживчій поведінці та підвищені вимоги клієнтів до цифровізації та безпеки сервісів.

SWOT-аналіз показує, що Premier Hotel Lybid має значний потенціал для розвитку інноваційної діяльності. Для зміцнення своїх позицій на ринку готель повинен поєднувати модернізацію технічної бази та впровадження цифрових технологій із розвитком екологічних та енергоефективних рішень, що дозволить підвищити конкурентоспроможність, залучити нових клієнтів і забезпечити сталий розвиток підприємства в умовах динамічного ринку готельних послуг.

Оцінка конкурентоспроможності готелю Premier Hotel Lybid свідчить про його стабільні позиції на ринку готельних послуг Києва, проте водночас підкреслює необхідність подальшої модернізації та активного впровадження інноваційних рішень. Готель застосовує різноманітні маркетингові стратегії, які спрямовані на зміцнення бренду та залучення нових клієнтів. Важливу роль відіграють корпоративна та онлайн-реклама, активне просування через соціальні мережі, участь у партнерських програмах з туристичними агентствами та онлайн-туристичними платформами, а також розвиток власного сайту з інтегрованою системою онлайн-бронювання. Такі заходи дозволяють не лише підтримувати впізнаваність бренду, а й підвищувати лояльність постійних гостей.

Для комплексної оцінки конкурентоспроможності готелю

використовується індекс за ключовими критеріями, що включає якість обслуговування, комфорт номерного фонду, рівень технологічності, відгуки клієнтів та інноваційність. Premier Hotel Lybid демонструє високі показники за критеріями якості послуг та комфорту, стабільні відгуки гостей та достатньо ефективну інтеграцію сучасних технологій у процес обслуговування. Водночас рівень впровадження інновацій, особливо у сфері smart-технологій та автоматизації сервісів, поступається частині конкурентів, які активно використовують мобільні додатки, цифрові ключі, системи самостійного поселення та інтегровані CRM-рішення для персоналізації обслуговування.

Порівняльна оцінка рівня інновацій показує, що Premier Hotel Lybid знаходиться на середньому рівні за технологічністю порівняно з конкурентами середнього та високого сегментів. Готель успішно застосовує електронне бронювання, CRM-системи та безконтактні технології, проте потребує більшої інтеграції smart-рішень у номери та автоматизації внутрішніх процесів для оптимізації роботи персоналу.

Таким чином, конкурентоспроможність Premier Hotel Lybid визначається стабільним брендом, високою якістю послуг та зручним розташуванням, а також використанням базових інноваційних рішень. Для подальшого зміцнення позицій на ринку готель повинен продовжувати цифрову трансформацію, розширювати спектр інноваційних сервісів і активно застосовувати сучасні маркетингові інструменти для підвищення впізнаваності бренду та залучення нових сегментів клієнтів.

Сильними сторонами готелю є належність до відомої національної мережі Premier Hotels & Resorts, що гарантує високі стандарти обслуговування та стабільну репутацію. Важливою перевагою є вигідне розташування в центральній частині Києва, що забезпечує зручність для бізнес-туристів і учасників конференцій. Готель має стабільну клієнтську базу, сучасну інфраструктуру та базовий рівень впровадження інноваційних рішень, таких як електронне бронювання, CRM-системи та безконтактний check-in, що дозволяє підтримувати конкурентні позиції на ринку.

Серед слабких сторін варто відзначити частково застарілу матеріально-технічну базу, недостатню інтеграцію smart-технологій у номерний фонд та обмежений рівень автоматизації внутрішніх процесів. Деякі підрозділи потребують підвищення кваліфікації персоналу у сфері цифрових сервісів, а рівень інноваційності поки що не досягає показників провідних конкурентів середнього та високого сегментів.

Можливості для розвитку включають впровадження smart-room технологій, мобільних додатків для гостей, інтеграцію автоматизованих систем управління бронюванням та ресурсами, розвиток digital-маркетингу і онлайн-продажів, а також застосування екологічних і енергоефективних рішень, що відповідають сучасним стандартам сталого розвитку. Такі заходи дозволять підвищити рівень сервісу, залучити нові сегменти клієнтів і оптимізувати внутрішні процеси.

Загрозами для готелю є посилення конкуренції з боку міжнародних мереж і сучасних готелів, які активно впроваджують високотехнологічні рішення, економічна нестабільність, зміни у споживчій поведінці та зростаючі вимоги клієнтів до цифровізації і персоналізації обслуговування. Крім того, високі витрати на модернізацію та оновлення інфраструктури можуть обмежувати швидкість впровадження інноваційних рішень.

Конкурентні переваги та проблемні аспекти готелю Premier Hotel Lybid свідчать про його стійкі позиції на ринку та водночас визначають напрями для вдосконалення. До основних конкурентних переваг відносяться належність до відомої національної мережі Premier Hotels & Resorts, що гарантує високі стандарти обслуговування та стабільний імідж, зручне центральне розташування в Києві, сучасна інфраструктура для бізнес-туристів і конференцій, стабільна клієнтська база та впровадження базових інноваційних технологій, таких як електронне бронювання, CRM-системи та безконтактний check-in.

Серед проблемних аспектів варто виділити частково застарілу матеріально-технічну базу, недостатню інтеграцію smart-технологій у

номерний фонд, обмежену автоматизацію внутрішніх процесів та потребу у підвищенні цифрових компетенцій персоналу. Крім того, зростаючі вимоги ринку та активне впровадження інновацій конкурентами створюють додатковий тиск на готель у плані модернізації сервісів і технологічного розвитку. Конкурентні переваги Premier Hotel Lybid забезпечують стабільну позицію на ринку, тоді як проблемні аспекти вказують на необхідність подальшого впровадження інновацій, модернізації технічної бази та розвитку цифрових і smart-рішень для підтримки та підвищення конкурентоспроможності.

Обґрунтування напрямів подальшого інноваційного розвитку готелю Premier Hotel Lybid ґрунтується на потребі зміцнення конкурентоспроможності, підвищення якості обслуговування та оптимізації внутрішніх процесів у динамічному готельному середовищі Києва. Основним напрямом розвитку є цифровізація та автоматизація сервісів, що включає впровадження smart-room технологій, інтеграцію мобільних додатків для бронювання та замовлення послуг, використання цифрових ключів і систем самостійного поселення. Це дозволить скоротити час обслуговування, підвищити зручність для гостей та оптимізувати роботу персоналу.

Важливим аспектом є підвищення рівня персоналізації послуг шляхом активного використання CRM-систем і аналітики клієнтських даних. Завдяки цьому готель зможе пропонувати гостям індивідуальні пакети послуг, персоналізовані пропозиції та програми лояльності, що сприятиме збільшенню повторних бронювань і лояльності клієнтів.

Ще одним пріоритетним напрямом є модернізація матеріально-технічної бази та інфраструктури. Ремонт номерів, оновлення меблів та обладнання, модернізація конференц-залів із застосуванням мультимедійних технологій дозволять підвищити комфорт і якість обслуговування, відповідати сучасним стандартам та вимогам бізнес-клієнтів.

Особлива увага приділяється принципам сталого розвитку та екологічним ініціативам. Впровадження енергоефективних рішень, систем

сортування та переробки відходів, використання екологічних матеріалів і технологій дозволить не лише знизити витрати на ресурси, а й покращити імідж готелю серед свідомих і відповідальних клієнтів. Подальший інноваційний розвиток Premier Hotel Lybid має базуватися на цифровізації сервісів, персоналізації обслуговування, модернізації інфраструктури та дотриманні принципів сталого розвитку. Впровадження цих напрямів дозволить підвищити конкурентоспроможність готелю, зміцнити його позиції на ринку та забезпечити стабільний і сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

У сучасному готельному бізнесі ефективне використання digital-маркетингу та соціальних мереж є ключовим фактором успіху. Готель Premier Hotel Lybid, розташований у центрі Києва, активно впроваджує інноваційні підходи для залучення гостей та підвищення впізнаваності бренду.

Готель активно веде сторінки в популярних соціальних мережах, таких як Facebook та Instagram. Ці платформи дозволяють готелю безпосередньо взаємодіяти з потенційними та постійними клієнтами, публікуючи актуальні новини, акції, тематичні події та фото- та відеоматеріали, що демонструють сервіс і комфорт номерного фонду. Наприклад, публікації з хештегами #GoldenKyivEvenings та #PremierLybid демонструють атмосферу вечірнього Києва з вікон готелю, що приваблює туристів та бізнес-туристів [15].

Готель також активно використовує інструменти digital-маркетингу для залучення клієнтів. Це включає таргетовану рекламу в соціальних мережах, контекстну рекламу в пошукових системах та email-маркетинг. Такі кампанії дозволяють ефективно інформувати цільову аудиторію про спеціальні пропозиції та пакети послуг, а також стимулювати повторні бронювання.

Активна присутність у соціальних мережах дозволяє готелю оперативно реагувати на запитання та відгуки клієнтів. Швидка відповідь на коментарі та повідомлення створює позитивний імідж готелю та сприяє формуванню лояльності серед гостей.

Впровадження інноваційних маркетингових стратегій, таких як активне

використання соціальних мереж та digital-маркетингу, дозволяє Premier Hotel Lybid ефективно залучати нових клієнтів, підтримувати зв'язок з постійними гостями та підвищувати конкурентоспроможність на ринку готельних послуг Києва.

У сучасному готельному бізнесі управління репутацією в онлайн-середовищі є важливим аспектом, що безпосередньо впливає на привабливість готелю для потенційних гостей. Готель Premier Hotel Lybid, розташований у центрі Києва, активно впроваджує систему онлайн-відгуків для моніторингу та покращення якості обслуговування.

Готель використовує популярні платформи для збору відгуків, такі як TripAdvisor, Booking.com, Expedia, Agoda та Google Reviews. Ці ресурси дозволяють гостям залишати свої враження про перебування в готелі, оцінюючи різні аспекти, від якості обслуговування до зручності номерів. Згідно з відгуками, гості відзначають зручне розташування готелю, привітний персонал та комфортні умови проживання [28].

Активна взаємодія з клієнтами через ці платформи дозволяє готелю оперативно реагувати на зауваження та пропозиції гостей. Наприклад, у разі отримання негативного відгуку, представники готелю надають конструктивні відповіді, вибачаються за незручності та пропонують шляхи вирішення проблеми. Цей підхід демонструє готовність до діалогу та прагнення до покращення сервісу.

Аналіз відгуків також дозволяє виявляти слабкі місця в обслуговуванні та вживати необхідних заходів для їх усунення. Наприклад, у разі виявлення скарг на чистоту номерів, готель може посилити контроль за прибиранням та провести додаткові тренінги для персоналу. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності гостей та зміцненню репутації готелю.

Впровадження системи онлайн-відгуків та активне управління репутацією дозволяє Premier Hotel Lybid не лише підтримувати високий рівень обслуговування, але й ефективно реагувати на зміни в потребах та очікуваннях клієнтів, що є ключовим фактором у конкурентному середовищі готельного

бізнесу.

Готельний бізнес неможливо уявити без розробки інноваційних програм лояльності та спеціальних пакетів послуг, які спрямовані на залучення нових клієнтів та утримання постійних гостей. Premier Hotel Lybid, розташований у центрі Києва, активно впроваджує подібні інновації, щоб підвищити привабливість свого сервісу та забезпечити високий рівень задоволеності гостей.

Готель пропонує різноманітні пакети послуг, адаптовані під потреби різних категорій клієнтів: бізнес-туристів, сімей із дітьми, туристичних груп та пар. Наприклад, пакети можуть включати поєднання проживання, харчування, відвідування SPA та організацію екскурсій по Києву. Такі комплекси послуг дозволяють гостям отримати зручний сервіс «під ключ» та економити час на планування перебування [23].

Інноваційні програми лояльності Premier Hotel Lybid передбачають накопичення балів за кожне бронювання, спеціальні знижки для постійних клієнтів, бонуси за рекомендації друзям, а також персоналізовані пропозиції на основі попередніх бронювань. Ці програми стимулюють повторні бронювання, підвищують лояльність гостей і формують позитивну репутацію готелю на ринку.

Завдяки впровадженню інноваційних програм лояльності та спеціальних пакетів послуг, Premier Hotel Lybid не лише підвищує рівень сервісу, але й зміцнює конкурентні позиції на ринку готельних послуг Києва, забезпечуючи своїм гостям сучасний та персоналізований досвід перебування.

Оцінка ефективності впроваджених інновацій у діяльності готелю є ключовим етапом, що дозволяє визначити реальний вплив нововведень на конкурентоспроможність та якість обслуговування. Premier Hotel Lybid, розташований у центрі Києва, активно застосовує різні інноваційні підходи, зокрема digital-маркетинг, системи онлайн-відгуків, управління репутацією, а також інноваційні програми лояльності та спеціальні пакети послуг.

Аналіз результатів показує, що впровадження інновацій позитивно

вплинуло на ключові показники діяльності готелю. Порівняння показників до і після впровадження нових технологій та програм демонструє зростання кількості бронювань, особливо через онлайн-платформи та соціальні мережі, що свідчить про підвищення доступності та привабливості готелю для гостей. Рівень задоволеності клієнтів значно покращився завдяки персоналізованим пропозиціям, швидкому реагуванню на відгуки та підвищенню якості сервісу [18].

Фінансові показники готелю також відображають позитивний ефект від впроваджених інновацій. Зростання доходів від бронювань через онлайн-канали, підвищення середнього чеку завдяки спеціальним пакетам послуг та програми лояльності свідчать про ефективність нововведень. Крім того, використання digital-маркетингу дозволяє зменшити витрати на традиційні рекламні кампанії, роблячи просування більш економічним і таргетованим. Впроваджені інновації у Premier Hotel Lybid показують високу ефективність, сприяють зміцненню репутації готелю, підвищенню лояльності гостей та зміцненню фінансових позицій на ринку готельних послуг Києва.

Впровадження інновацій у діяльності готелю має значний позитивний вплив не лише на гостей, а й на персонал та систему управління готелем. Premier Hotel Lybid, розташований у центрі Києва, активно використовує сучасні технології, digital-маркетинг, онлайн-системи відгуків та програми лояльності, що дозволяє оптимізувати роботу персоналу та покращити організаційні процеси.

Інноваційні інструменти, такі як автоматизовані системи управління бронюванням, CRM-системи та цифрові платформи для обслуговування гостей, значно полегшують роботу співробітників, зменшують рутинне навантаження та дозволяють зосередитися на наданні високоякісного сервісу. Персонал має можливість оперативно реагувати на запити гостей, швидко обробляти бронювання та відгуки, а також ефективніше координувати роботу між різними підрозділами готелю.

Крім того, впровадження інноваційних програм навчання та цифрових

інструментів підвищує професійний рівень співробітників, стимулює їх мотивацію та сприяє формуванню командної роботи. Для управлінського складу готелю цифрові системи дозволяють отримувати точну аналітику щодо заповнюваності номерів, фінансових показників, ефективності маркетингових кампаній та рівня задоволеності гостей. Це забезпечує прийняття обґрунтованих управлінських рішень і дозволяє планувати стратегію розвитку готелю на основі реальних даних [37].

Впровадження інновацій у діяльності готелю, незважаючи на численні переваги, супроводжується певними проблемами та труднощами. Premier Hotel Lybid, розташований у центрі Києва, активно використовує сучасні технології, digital-маркетинг, системи онлайн-відгуків та інноваційні програми лояльності, проте цей процес стикається з рядом викликів.

Однією з основних проблем є висока вартість впровадження нових технологій. Інвестування в автоматизовані системи управління бронюванням, CRM-платформи, цифрові інструменти обслуговування та маркетингові кампанії потребує значних фінансових ресурсів. Це особливо критично на початковому етапі, коли ефект від інновацій ще не проявився повною мірою. Складність інтеграції нових технологій у вже існуючі процеси готелю може призводити до тимчасових збоїв у роботі персоналу. Співробітники потребують навчання для ефективного використання нових систем, а відсутність достатньої підготовки може стати причиною помилок або уповільнення обслуговування гостей.

Ще однією складністю є управління змінами в організаційній культурі. Деякі співробітники можуть сприймати інновації з обережністю або навіть опором через страх перед новими технологіями та змінами у робочих процесах. Це вимагає від керівництва готелю додаткових зусиль для мотивації персоналу, проведення тренінгів і створення атмосфери підтримки та залученості [21].

Також варто зазначити, що цифрові інновації пов'язані з певними ризиками безпеки та захисту даних. Невідповідне налаштування систем або

недостатня кібербезпека можуть призвести до витоку персональної інформації гостей або фінансових даних, що негативно впливає на репутацію готелю.

Незважаючи на ці труднощі, Premier Hotel Lybid успішно справляється з викликами завдяки ретельному плануванню, поступовому впровадженню нововведень та активній роботі з персоналом, що дозволяє досягати позитивних результатів і забезпечує сталий розвиток готелю на конкурентному ринку готельних послуг Києва.

Загальна оцінка рівня інноваційної діяльності Premier Hotel Lybid, розташованого в центрі Києва, демонструє, що готель активно інтегрує сучасні технології та інноваційні підходи у всі аспекти своєї діяльності. Впровадження цифрових систем управління бронюванням, CRM-платформ, програм онлайн-відгуків, інноваційних програм лояльності та спеціальних пакетів послуг дозволяє готелю підвищувати якість обслуговування, оптимізувати внутрішні процеси та зміцнювати взаємодію з гостями.

Рівень інноваційності готелю можна оцінити як високий. Premier Hotel Lybid не лише використовує сучасні маркетингові інструменти та digital-технології для залучення клієнтів, а й забезпечує постійне вдосконалення сервісу на основі зворотного зв'язку від гостей. Інноваційні підходи позитивно впливають на роботу персоналу та управління готелем, дозволяючи підвищити ефективність процесів і приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Водночас, готель усвідомлює наявні труднощі впровадження інновацій, пов'язані з фінансовими витратами, необхідністю навчання персоналу, інтеграцією нових технологій у існуючі процеси та забезпеченням кібербезпеки. Проте системний підхід до інноваційної діяльності та ретельне планування дозволяють Premier Hotel Lybid успішно долати ці виклики [14].

Аналіз інноваційної діяльності Premier Hotel Lybid, розташованого в центрі Києва, дозволяє визначити найбільш ефективні інновації та окреслити потенційні напрямки для подальшого вдосконалення. Найбільш помітними результатами стали впровадження digital-маркетингу та активне використання соціальних мереж, що сприяє залученню нових клієнтів і підвищенню

впізнаваності бренду. Система онлайн-відгуків та управління репутацією дозволяє оперативно реагувати на побажання гостей і підвищувати рівень задоволеності клієнтів. Інноваційні програми лояльності та спеціальні пакети послуг стимулюють повторні бронювання та формують довгострокову лояльність гостей.

Крім того, впровадження автоматизованих систем управління бронюванням, CRM-платформ і цифрових інструментів обслуговування значно підвищує ефективність роботи персоналу та полегшує управлінські процеси. Завдяки цьому готель здатен швидко адаптуватися до змін ринку та підвищувати якість сервісу.

Потенційні напрямки для вдосконалення включають подальшу цифровізацію внутрішніх процесів, інтеграцію систем штучного інтелекту для персоналізації пропозицій, розширення програм лояльності за рахунок гейміфікації та бонусних механік, а також розвиток «зелених» технологій для підвищення сталості та енергоефективності готелю. Застосування цих заходів дозволить Premier Hotel Lybid зміцнити конкурентні позиції, підвищити економічну ефективність та забезпечити ще більш комфортний і сучасний досвід для гостей [16].

РОЗДІЛ 3. НАПЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Проведений аналіз діяльності Premier Hotel Lybid засвідчив, що готель активно використовує інноваційні підходи до управління, обслуговування клієнтів і просування своїх послуг, однак має значний потенціал для подальшого вдосконалення. У сучасних умовах швидкої цифровізації та зростання конкуренції на ринку гостинності ефективне впровадження інновацій стає ключовим чинником успіху. Тому доцільно розробити низку рекомендацій, спрямованих на оптимізацію роботи готелю та підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Насамперед варто звернути увагу на впровадження інтелектуальних технологій управління та обслуговування. Застосування систем штучного інтелекту та аналітики великих даних дозволить більш точно прогнозувати поведінку клієнтів, оптимізувати процес бронювання та розробляти персоналізовані пропозиції для кожного гостя. Використання чат-ботів для бронювання номерів і консультацій у режимі 24/7 сприятиме підвищенню оперативності обслуговування та зменшенню навантаження на адміністративний персонал.

Одним із ефективних напрямів оптимізації є розвиток цифрових каналів комунікації та оновлення програми лояльності. Створення мобільного додатка готелю або інтеграція з існуючою платформою Premier Hotels and Resorts забезпечить гостям доступ до знижок, бонусних пропозицій і спеціальних пакетів послуг. Розширення присутності готелю у соціальних мережах, застосування відеомаркетингу та співпраця з інфлюенсерами допоможуть залучити молодшу аудиторію та сформувати сучасний імідж готелю.

У контексті сталого розвитку Premier Hotel Lybid може зробити вагомий крок уперед завдяки впровадженню екологічних інновацій. Доцільним є використання енергоощадних технологій, таких як світлодіодне освітлення, системи контролю споживання електроенергії та води, а також впровадження

роздільного збору відходів і використання екологічних засобів догляду. Застосування принципів «зеленого готелю» не лише зменшить витрати на експлуатацію, а й підвищить привабливість готелю для екологічно свідомих туристів [52].

Окрему увагу слід приділити оптимізації управління персоналом. Впровадження сучасних HRM-систем дозволить автоматизувати процеси підбору кадрів, контролю ефективності, навчання та мотивації співробітників. Регулярне підвищення кваліфікації персоналу у сфері цифрових технологій, стандартів сервісу та клієнтоорієнтованості сприятиме підвищенню рівня професіоналізму і створенню командного духу.

Важливим напрямом удосконалення є покращення клієнтського досвіду. Створення омніканальної системи комунікації, що об'єднає сайт, мобільний додаток, соціальні мережі та месенджери, забезпечить зручність і швидкість взаємодії гостей з готелем. Персоналізація сервісу на основі аналізу попередніх бронювань і відгуків сприятиме формуванню індивідуального підходу до кожного клієнта.

Реалізація запропонованих заходів дозволить підвищити ефективність діяльності Premier Hotel Lybid у декількох напрямках. Очікується зростання рівня бронювань і прибутковості завдяки використанню цифрових технологій і розширенню маркетингової активності. Впровадження екологічних ініціатив зменшить витрати на енергію та підвищить репутацію готелю. Поліпшення умов праці персоналу та розвиток корпоративної культури сприятимуть зростанню продуктивності й якості обслуговування. У результаті готель зможе зміцнити свої позиції на ринку, забезпечити стаке зростання та підвищити рівень задоволеності клієнтів [51].

Основною причиною необхідності впровадження інновацій у діяльність Premier Hotel Lybid є посилення конкуренції у сфері гостинності. Сучасні гості очікують не лише якісного розміщення, а й комплексного сервісу, який поєднує комфорт, технологічність, персоналізацію і позитивні емоції. Тому використання традиційних методів управління та маркетингу вже не

забезпечує необхідного рівня конкурентоспроможності.

Інноваційні рішення дозволяють готелям створювати додану цінність для клієнта – завдяки впровадженню цифрових систем бронювання, онлайн-комунікацій, мобільних додатків, безконтактного обслуговування, програм лояльності та гейміфікації сервісу. Вони сприяють підвищенню ефективності управління номерним фондом, оптимізації витрат на персонал, енергоспоживання та рекламу. У результаті підприємство отримує не лише економічні вигоди, а й зміцнює свій імідж як сучасного та клієнтоорієнтованого бренду.

Premier Hotel Lybid, маючи значний досвід роботи на ринку, активно впроваджує маркетингові інновації, зокрема digital-маркетинг, роботу із соціальними мережами, систему онлайн-відгуків і управління репутацією. Це дозволило готелю підвищити видимість у мережі, залучити нову аудиторію клієнтів та покращити показники заповнюваності номерів. Проте, для підтримання стійкого розвитку цих результатів необхідно розширити масштаби інноваційної діяльності.

Другим вагомим аргументом на користь інновацій є їхня роль у підвищенні ефективності операційних процесів. Сучасні готелі стикаються з необхідністю обробки великих обсягів даних – від бронювань до фінансових операцій, від управління персоналом до комунікацій із клієнтами. Традиційні методи ведення звітності стають неефективними, тому впровадження автоматизованих систем управління (Property Management Systems, CRM, HRM) стає обов'язковою умовою стабільної роботи.

У Premier Hotel Lybid такі системи дозволяють ефективніше управляти номерним фондом, контролювати фінансові потоки, формувати аналітичні звіти в реальному часі та швидко реагувати на зміни попиту. Водночас подальше вдосконалення цифрової інфраструктури відкриває нові можливості для автоматизації маркетингу, персоналізації пропозицій і оптимізації витрат.

Застосування технологій штучного інтелекту (AI) і великих даних (Big Data) у готельному бізнесі є світовою тенденцією, що дозволяє не лише

передбачати поведінку клієнтів, а й пропонувати їм найоптимальніші рішення ще до моменту їхнього запиту. Для Premier Hotel Lybid інтеграція таких систем допоможе створити глибоку аналітику споживацьких уподобань, що сприятиме підвищенню рівня задоволеності гостей і повторних бронювань.

Не менш важливою причиною впровадження інновацій є необхідність підвищення ефективності управління персоналом. У готельній сфері людський фактор відіграє вирішальну роль, оскільки саме працівники створюють той рівень сервісу, який визначає враження гостей. Тому важливо не лише впроваджувати технологічні новації, а й розвивати інноваційну культуру всередині колективу.

Premier Hotel Lybid може зміцнити свої позиції на ринку, якщо розвиватиме систему внутрішнього навчання персоналу, стимулюватиме ініціативність, впроваджуватиме цифрові HR-платформи для планування кар'єри, оцінки ефективності та мотивації працівників. Такі кроки сприятимуть підвищенню професіоналізму співробітників, зниженню плинності кадрів і формуванню командного духу. Інновації також допомагають вирішувати проблему збереження корпоративної гнучкості, що особливо актуально для великих готелів. Упровадження цифрових каналів внутрішньої комунікації, використання корпоративних чатів і мобільних платформ дозволяє оперативно обмінюватися інформацією між відділами, скорочує час на прийняття управлінських рішень і зменшує ризик помилок.

Ще одним важливим аспектом інноваційної діяльності є впровадження екологічних технологій. Сучасний турист дедалі частіше звертає увагу на екологічну відповідальність підприємства, вибираючи готелі, що дотримуються принципів сталого розвитку. Для Premier Hotel Lybid це може стати суттєвою конкурентною перевагою [53].

Використання енергоощадних систем, зменшення споживання води, впровадження безпаперових технологій, сортування відходів та застосування екологічних матеріалів у дизайні номерів створює позитивний імідж підприємства та водночас знижує операційні витрати. Екоінновації

дозволяють не лише зменшити вплив на довкілля, а й підвищити лояльність клієнтів, особливо серед іноземних туристів.

Інновації у готельному бізнесі, незважаючи на високі початкові витрати, мають суттєвий економічний ефект у середньо- та довгостроковій перспективі. Для Premier Hotel Lybid це означає підвищення заповнюваності номерного фонду, зростання середнього чеку, скорочення витрат на енергоресурси та персонал, а також покращення репутації на ринку.

Досвід європейських готелів свідчить, що автоматизація процесів обслуговування дозволяє зменшити витрати на адміністративний персонал на 15 – 20%, а впровадження інтелектуальних систем бронювання підвищує коефіцієнт заповнюваності на 10 – 15%. Таким чином, інвестиції в інновації швидко окупаються, забезпечуючи стабільне зростання доходів підприємства.

Необхідність упровадження інновацій у діяльність Premier Hotel Lybid зумовлена сукупністю економічних, технологічних, соціальних та екологічних факторів. У сучасному конкурентному середовищі відмова від інновацій означає втрату позицій на ринку, зниження привабливості для клієнтів та ризик стагнації. Натомість системний підхід до інноваційної діяльності дозволяє не лише підвищити прибутковість, а й сформувати стійку бізнес-модель, орієнтовану на майбутнє. Для Premier Hotel Lybid впровадження інновацій – це стратегічна необхідність, що забезпечує адаптацію до сучасних викликів, формує позитивний імідж, покращує якість обслуговування гостей та створює основу для стабільного розвитку. Інновації є не просто засобом модернізації діяльності готелю, а ключовим інструментом його довгострокового успіху в умовах трансформації світового ринку гостинності.

Сучасна готельна індустрія зазнає глибокої трансформації під впливом цифрових технологій, змін у споживчій поведінці та посилення конкуренції. У таких умовах підприємства сфери гостинності змушені не лише підтримувати високий рівень сервісу, а й постійно впроваджувати інноваційні технології та послуги, що відповідають новим вимогам ринку. Для Premier Hotel Lybid – одного з найстаріших і найвідоміших готелів Києва – інноваційний розвиток є

ключовим фактором збереження конкурентоспроможності та зміцнення позицій серед провідних готельних операторів України.

Результати аналізу діяльності готелю засвідчують, що Premier Hotel Lybid активно використовує маркетингові інновації, системи управління якістю та digital-комунікації, проте потенціал для подальшого розвитку залишається значним. Поява нових технологічних можливостей, підвищення попиту на безконтактні сервіси, популярність екологічно орієнтованого туризму та вимоги персоналізованого підходу формують нові тенденції, яким готель повинен відповідати. Саме тому розробка комплексу інноваційних пропозицій є стратегічним напрямком розвитку підприємства.

Одним із пріоритетних напрямів для Premier Hotel Lybid є розвиток цифрової екосистеми управління. Пропонується впровадити інтегровану систему управління готельними процесами (Property Management System – PMS) з функцією аналітики великих даних (Big Data) та інструментами прогнозування завантаженості номерів. Така система дозволить ефективніше керувати бронюваннями, ціноутворенням, розподілом номерного фонду та витратами на персонал. Використання технологій штучного інтелекту (AI) сприятиме автоматизації взаємодії з гостями через чат-боти, мобільні додатки чи голосових асистентів. Це забезпечить швидкі відповіді на запити клієнтів, персоналізовані рекомендації щодо послуг готелю, а також зменшить навантаження на адміністрацію. Застосування таких технологій дозволить створити сучасний формат «smart hotel», орієнтований на комфорт, швидкість і технологічність.

У контексті постпандемічного періоду безконтактні технології стають нормою для готельного бізнесу. Premier Hotel Lybid доцільно впровадити систему безконтактного заселення (self check-in) через мобільний додаток або термінали у вестибюлі. Такий підхід скоротить час реєстрації, знизить навантаження на рецепцію та покращить клієнтський досвід.

До того ж, готель може використовувати QR-технології для меню ресторану, замовлення додаткових послуг, бронювання конференц-залів або

виклику персоналу. Це не лише зручно для гостей, а й відповідає принципам екологічності – відмова від паперових матеріалів зменшує витрати та навантаження на довкілля. Особливу увагу слід приділити розвитку онлайн-комунікацій із клієнтами. Готель може створити інтегровану платформу для комунікації, яка об'єднає сайт, мобільний додаток, соціальні мережі та месенджери (Viber, Telegram, WhatsApp) у єдиний омніканальний простір. Така система дозволить оперативно відповідати на запити, надсилати індивідуальні пропозиції та збирати відгуки в режимі реального часу [54].

Ще одним перспективним напрямком для Premier Hotel Lybid є оновлення програми лояльності на основі цифрових рішень. Пропонується створити систему бонусів, що автоматично нараховуються при бронюванні номерів або замовленні додаткових послуг через мобільний додаток. Гості зможуть накопичувати бали, отримувати знижки або обмінювати їх на безкоштовні послуги.

Ефективним інструментом стане використання гейміфікації – елементів ігор у процесі взаємодії з клієнтами. Наприклад, гості можуть отримувати віртуальні «досягнення» за відвідування різних закладів мережі Premier, участь у заходах або залишення позитивних відгуків. Це сприятиме підвищенню залученості клієнтів і формуванню емоційної прихильності до бренду. Ефективна робота готелю значною мірою залежить від професіоналізму персоналу. Тому важливо впровадити цифрові HRM-платформи для управління персоналом, навчання та мотивації працівників. Такі системи дозволяють автоматизувати розклад змін, контроль ефективності, аналіз задоволеності роботою та вчасно виявляти потребу у підвищенні кваліфікації.

Доцільним є створення онлайн-академії Premier Lybid, де працівники зможуть проходити дистанційне навчання з тем гостинності, цифрових технологій, етикету обслуговування, продажів і комунікацій. Це забезпечить постійний професійний розвиток персоналу та підвищить рівень сервісу, що безпосередньо впливає на лояльність клієнтів (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій та послуг у діяльність Premier Hotel Lybid

Напрямок інновацій	Сутність запропонованих заходів	Очікувані результати впровадження	Орієнтовний ефект / переваги
Цифровізація управління	Впровадження інтегрованої системи управління готелем (PMS) з функціями аналітики Big Data та прогнозування попиту	Оптимізація бронювання, підвищення точності планування, зменшення витрат на управління	Підвищення ефективності операційної діяльності на 10 – 15%
Штучний інтелект у сервісі	Використання чат-ботів, голосових асистентів і рекомендаційних систем для гостей	Автоматизація комунікацій із клієнтами, швидке реагування на запити	Підвищення задоволеності гостей, зниження навантаження на персонал
Безконтактні технології	Запровадження системи self check-in, QR-меню, безконтактних платежів	Прискорення процесу заселення, зменшення черг, покращення комфорту гостей	Зростання лояльності та довіри клієнтів
Інноваційна програма лояльності	Цифрова система бонусів та гейміфікація через мобільний додаток	Стимулювання повторних відвідувань, формування емоційного зв'язку з брендом	Збільшення частки постійних клієнтів на 10 – 12%
Екоінновації	Встановлення енергозберігаючого обладнання, сортування відходів, зменшення використання пластику	Підвищення екологічної відповідальності, скорочення витрат на енергоносії	Зменшення операційних витрат на 8–10%, покращення іміджу
HRM-інновації	Впровадження цифрової системи управління персоналом, онлайн-навчання	Автоматизація HR-процесів, підвищення кваліфікації працівників	Підвищення якості сервісу та продуктивності персоналу

Впровадження запропонованих інноваційних технологій і послуг забезпечить Premier Hotel Lybid низку позитивних ефектів. По-перше, зросте операційна ефективність завдяки автоматизації управлінських процесів і зменшенню адміністративних витрат. По-друге, підвищиться якість обслуговування клієнтів через персоналізований сервіс і зручність взаємодії. По-третє, покращиться імідж підприємства як сучасного, екологічно свідомого та технологічно розвинутого готелю.

Очікується також зростання рівня завантаженості номерів на 10 – 15%, підвищення середнього чеку на 8 – 12% і збільшення частки постійних клієнтів. У довгостроковій перспективі ці інновації сприятимуть зміцненню бренду Premier Hotel Lybid, підвищенню його вартості на ринку та створенню нових джерел доходу за рахунок розширення спектра послуг.

У сучасних умовах цифрової трансформації готельний бізнес стрімко змінюється під впливом інформаційних технологій. Впровадження цифрових інновацій стало невід'ємною частиною ефективного управління підприємствами сфери гостинності, адже вони забезпечують підвищення якості обслуговування, оптимізацію внутрішніх процесів, а також формують конкурентні переваги на ринку. Для Premier Hotel Lybid, як одного з представників національної мережі Premier Hotels and Resorts, використання сучасних ІТ-рішень є важливим інструментом підвищення ефективності діяльності та зміцнення позицій на туристичному ринку Києва.

Одним із ключових напрямів цифровізації в готелі є впровадження автоматизованих систем управління. Зокрема, використовується сучасна система управління готельною діяльністю (Property Management System – PMS), яка забезпечує централізований контроль над процесами бронювання, заселення, виставлення рахунків та управління номерним фондом. Це дозволяє уникати дублювання замовлень, оптимізувати використання номерів і зменшувати кількість помилок, пов'язаних із людським фактором. Крім того, інтеграція PMS із зовнішніми онлайн-платформами бронювання (Booking.com, Expedia, Agoda тощо) забезпечує стабільний потік клієнтів та

підвищує рівень заповненості готелю [25]/

Важливою складовою цифрових інновацій у Premier Hotel Lybid є використання CRM-системи (Customer Relationship Management) для управління взаємовідносинами з клієнтами. Вона дозволяє збирати, зберігати й аналізувати дані про гостей — історію їхніх перебувань, переваги, відгуки, частоту бронювань. Завдяки цьому формується персоналізований підхід до кожного клієнта, що підвищує рівень задоволеності та лояльності. CRM-система також допомагає у створенні таргетованих маркетингових кампаній, надсиланні спеціальних пропозицій та бонусів, що стимулює повторні відвідування і збільшує частку постійних гостей.

Значний вплив на якість обслуговування має автоматизація процесів взаємодії з клієнтами. Premier Hotel Lybid активно впроваджує цифрові інструменти комунікації, серед яких – онлайн-чат, чат-боти та системи швидких повідомлень. Використання чат-ботів дозволяє обслуговувати клієнтів у режимі 24/7: гість може отримати інформацію про наявність номерів, умови проживання, замовити трансфер чи залишити відгук у будь-який час. Такий підхід забезпечує безперервну комунікацію, зменшує навантаження на адміністрацію і створює відчуття турботи про клієнта.

Цифрові технології також активно застосовуються у сфері маркетингу та репутаційного менеджменту. Premier Hotel Lybid використовує аналітичні платформи для моніторингу відгуків на популярних туристичних сайтах, таких як Google, TripAdvisor, Booking.com. Аналіз цих даних дозволяє оперативно реагувати на зауваження гостей, виявляти слабкі місця у сервісі та підвищувати рівень задоволеності. Водночас такі системи формують позитивний імідж готелю в онлайн-просторі, що є надзвичайно важливим у цифрову епоху, коли більшість рішень про бронювання приймається саме на основі відгуків в інтернеті.

Важливою складовою цифровізації є впровадження систем автоматизації внутрішніх бізнес-процесів. Готель може ефективно використовувати ERP-рішення для управління фінансами, постачанням,

складськими запасами та технічним обслуговуванням. Такі системи дозволяють керівництву швидко отримувати актуальну інформацію про фінансові результати, витрати, рух матеріальних ресурсів, що сприяє прийняттю зважених управлінських рішень. У результаті знижується рівень адміністративних витрат і підвищується загальна рентабельність діяльності [44].

Окрему увагу варто приділити застосуванню хмарних технологій, які забезпечують безпечне зберігання даних, можливість дистанційного доступу до документів і звітів, а також захист інформації від втрати чи пошкодження. Хмарні сервіси дозволяють готелю працювати з даними у режимі реального часу, що особливо актуально в умовах мультиканального бронювання та взаємодії між підрозділами.

Використання цифрових інновацій має позитивний вплив і на кадрову політику готелю. Впровадження HRM-систем сприяє ефективному управлінню персоналом: автоматизується графік змін, контроль робочого часу, оцінка ефективності працівників, планування навчання. Це підвищує мотивацію співробітників, спрощує комунікацію між підрозділами та сприяє створенню комфортного робочого середовища.

Загалом упровадження цифрових технологій у Premier Hotel Lybid сприяє комплексному оновленню бізнес-процесів. Використання CRM і PMS систем, автоматизація управління, аналітика даних та цифровий маркетинг утворюють єдину інтелектуальну екосистему, яка дозволяє ефективно керувати всіма аспектами діяльності готелю. Це не лише знижує витрати, а й підвищує якість обслуговування, формує сучасний імідж підприємства, відкриває нові можливості для розвитку.

Таким чином, цифрові інновації є основою підвищення конкурентоспроможності Premier Hotel Lybid у сучасному ринковому середовищі. Їхнє системне впровадження забезпечує стратегічні переваги, дозволяє готелю адаптуватися до динамічних змін у сфері гостинності та відповідати очікуванням нової генерації клієнтів, для яких технологічність,

швидкість і зручність є головними критеріями вибору. Premier Hotel Lybid, орієнтуючись на ці тенденції, має всі можливості для того, щоб стати прикладом ефективної цифрової трансформації у готельному бізнесі України.

Економічна доцільність упровадження інновацій у готельному бізнесі визначається не лише їхньою технологічною новизною, а насамперед здатністю забезпечити підвищення прибутковості, зниження витрат, покращення ефективності управління та зростання конкурентоспроможності підприємства. Для Premier Hotel Lybid упровадження цифрових інновацій, автоматизованих систем управління, CRM-рішень і екологічних технологій має не лише стратегічне, а й економічне значення, оскільки безпосередньо впливає на доходи, витрати та рентабельність готелю (див. табл. 3.2) [56].

Таблиця 3.2 – Інвестиції та очікуваний економічний ефект від інновацій

Напрямок інновацій	Обсяг інвестицій, тис. грн.	Очікуваний економічний ефект
PMS + CRM	500	Підвищення заповнюваності +10 – 15%, зростання доходу на 2,5 – 3 млн./рік
Мобільний додаток, онлайн-бронювання, чат-боти	350	Прискорення обслуговування, зменшення навантаження на персонал, економія часу
Енергозберігаючі технології	250	Економія 240 – 300 тис. грн./рік, скорочення витрат на енергію на 20 – 25%
Загальні інвестиції	1100	Загальний річний ефект \approx 2,5 млн. грн., строк окупності < 1 року

Перш за все, варто зазначити, що реалізація інновацій потребує певних капіталовкладень. Для прикладу, встановлення сучасної системи управління готельною діяльністю (PMS) і CRM-системи може потребувати початкових інвестицій у розмірі близько 500 тис. грн. До цієї суми входить вартість ліцензії, інтеграції програмного забезпечення з існуючими базами даних,

навчання персоналу та технічної підтримки. Впровадження мобільного додатку, системи онлайн-бронювання та чат-ботів оцінюється приблизно у 350 тис. грн, а встановлення енергозберігаючих технологій (LED-освітлення, датчики руху, водозберігаючі насадки) – близько 250 тис. грн. Таким чином, загальний обсяг інвестицій в інноваційне оновлення Premier Hotel Lybid може становити близько 1,1 млн. грн.

Очікувані економічні вигоди від упровадження таких інновацій полягають у зростанні операційної ефективності, збільшенні доходів від продажу послуг і скороченні витрат. Аналіз практики впровадження аналогічних рішень у готелях мережі Premier Hotels and Resorts та інших європейських закладах показує, що цифровізація процесів бронювання та використання CRM-систем дозволяють підвищити коефіцієнт заповнюваності номерного фонду в середньому на 10 – 15%. Для Premier Hotel Lybid, де середній рівень заповненості становить близько 65%, зростання на 10% забезпечить додатковий річний дохід орієнтовно на 2,5 – 3 млн грн, виходячи із середньої вартості номера 1800 грн. і кількості номерів 270.

Використання автоматизованої PMS і ERP-систем дозволяє оптимізувати витрати на управлінський персонал і підвищити продуктивність праці. Очікується, що скорочення адміністративних витрат і зменшення часу обробки замовлень дасть змогу зекономити близько 8 – 10% річного фонду оплати праці. Якщо річні витрати на персонал становлять приблизно 6 млн грн, економія складатиме 480 – 600 тис. грн. на рік.

Застосування енергоощадних технологій має також значний економічний ефект. Встановлення світлодіодного освітлення, датчиків руху та сучасних систем контролю споживання енергії дозволяє зменшити витрати на електроенергію на 20 – 25%. За середньорічних витрат на енергоресурси у розмірі 1,2 млн. грн., економія складе 240 – 300 тис. грн. щорічно. Водночас такі заходи мають довготривалий ефект і окупуються протягом 3 – 4 років.

Впровадження CRM-системи також сприяє зростанню лояльності клієнтів і збільшенню повторних бронювань. За попередніми розрахунками,

приріст кількості постійних гостей на 10 – 12% може забезпечити додатковий річний дохід близько 1,2 млн. грн., що формує стабільну базу прибутку для подальшого розвитку готелю. Водночас автоматизація маркетингових процесів дозволяє зменшити витрати на рекламу та комісійні онлайн-посередникам на 5 – 7%, що становить приблизно 100 – 150 тис. грн. на рік.

Для визначення загальної ефективності інноваційного проєкту можна використати показники економічної оцінки: чистий прибуток (NPV), строк окупності (PP) та рівень рентабельності інвестицій (ROI). За сукупних інвестицій у розмірі 1,1 млн грн і щорічного економічного ефекту близько 2,5 млн грн, строк окупності складе менше ніж 1 рік, а рентабельність інвестицій перевищить 120%. Такий результат свідчить про високу ефективність впровадження інноваційних рішень і доцільність інвестицій у цифрову трансформацію готелю.

Крім прямих фінансових вигод, важливо враховувати і непрямі економічні ефекти, які не підлягають точному грошовому виміру, але мають значний вплив на діяльність підприємства. До них належать підвищення репутації готелю, зростання рейтингу на онлайн-платформах, збільшення частки позитивних відгуків, що стимулює нові бронювання, а також зниження рівня плинності кадрів завдяки покращенню умов праці. Застосування сучасних технологій створює для готелю імідж інноваційного, екологічно відповідального підприємства, що підвищує його привабливість серед туристів і корпоративних клієнтів.

Окрім цього, впровадження інновацій має довгостроковий мультиплікативний ефект. Зростання ефективності обслуговування сприяє формуванню позитивного клієнтського досвіду, що, у свою чергу, підвищує ймовірність рекомендацій готелю іншим потенційним гостям. За підрахунками фахівців, кожен задоволений клієнт може привести до трьох нових, що означає стабільне зростання клієнтської бази без додаткових витрат на рекламу.

Загалом економічне обґрунтування показує, що інноваційна стратегія

Premier Hotel Lybid є фінансово ефективною та здатною забезпечити суттєве підвищення прибутковості. Реалізація проєкту цифрової трансформації дозволить збільшити дохід готелю щонайменше на 15 – 20%, скоротити операційні витрати на 10 – 12% і підвищити загальний рівень рентабельності. У поєднанні з екологічними заходами це також сприятиме формуванню сталого економічного розвитку готелю. Впровадження інноваційних рішень у Premier Hotel Lybid має високу економічну ефективність, швидкий строк окупності та значні перспективи для подальшого зростання. Отримані результати свідчать, що інвестиції в цифровізацію, автоматизацію та CRM-технології не лише покращують управлінські процеси, а й формують довгострокові конкурентні переваги, забезпечуючи стабільність і розвиток підприємства в умовах сучасного ринку гостинності [31].

В умовах сучасної конкурентної економіки впровадження інновацій у готельному бізнесі є не лише засобом підвищення прибутковості, а й важливим чинником соціально-економічного розвитку підприємства, його персоналу та суспільства в цілому. Інноваційна діяльність Premier Hotel Lybid спрямована на поєднання економічної ефективності з підвищенням соціальної відповідальності та екологічної свідомості. Це дає змогу забезпечити сталий розвиток підприємства, зміцнити його імідж, а також позитивно впливати на місцеву громаду та навколишнє середовище.

Соціально-економічний ефект інновацій полягає насамперед у покращенні умов праці, підвищенні мотивації персоналу, зростанні зайнятості та професійному розвитку працівників. Впровадження сучасних цифрових технологій, автоматизованих систем управління та CRM-рішень дає змогу оптимізувати робочі процеси, зменшити навантаження на персонал, скоротити кількість рутинних завдань і водночас підвищити рівень обслуговування гостей. Персонал отримує можливість приділяти більше уваги якісній взаємодії з клієнтами, що підвищує задоволеність як працівників, так і гостей. Підвищення кваліфікації працівників через навчальні програми, пов'язані з освоєнням нових технологій, сприяє формуванню сучасної професійної

культури та розвитку людського капіталу готелю.

Соціальний ефект інновацій також проявляється у створенні нових робочих місць, зокрема в ІТ-напрямку, маркетингу, управлінні клієнтськими базами та обслуговуванні нових сервісів. Готель, впроваджуючи нові технології, потребує залучення фахівців нової генерації, що стимулює розвиток ринку праці у сфері HoReCa. Водночас покращення умов праці, автоматизація процесів і застосування цифрових інструментів сприяють зниженню рівня стресу серед персоналу, підвищують продуктивність і якість виконання завдань. Це створює позитивний соціальний клімат у колективі, що безпосередньо впливає на імідж готелю в очах клієнтів і партнерів.

Важливим аспектом соціально-економічного ефекту є підвищення якості обслуговування та рівня задоволеності гостей. Завдяки використанню CRM-систем, автоматизації бронювання, онлайн-реєстрації та цифрових каналів комунікації гості отримують швидше, точніше та зручніше обслуговування. Це формує позитивний клієнтський досвід, що сприяє зростанню лояльності постійних відвідувачів і підвищує туристичну привабливість Києва як дестинації. Таким чином, інноваційна діяльність готелю має і мультиплікативний ефект – вона стимулює розвиток суміжних сфер, таких як транспорт, торгівля, культура, гастрономія.

Соціальна відповідальність Premier Hotel Lybid проявляється також у розвитку партнерських відносин із місцевими громадами та підтримці соціальних ініціатив. Зокрема, готель бере участь у програмах професійного стажування для студентів, співпрацює з освітніми закладами у сфері гостинності, що сприяє підготовці кваліфікованих кадрів. Впровадження інноваційних систем управління дозволяє підвищити ефективність таких програм, забезпечуючи молодим фахівцям можливість працювати з сучасними технологіями та практиками.

Економічний ефект інновацій тісно пов'язаний із соціальними аспектами, оскільки підвищення задоволеності працівників і гостей безпосередньо впливає на фінансові результати підприємства. Зростання рівня

сервісу веде до збільшення повторних бронювань, рекомендацій і позитивних відгуків, що забезпечує стабільне надходження доходів. Підприємство отримує можливість підвищувати заробітну плату, розширювати соціальні програми та вкладати кошти у подальший розвиток. Таким чином, соціально-економічний ефект проявляється у взаємопосиленому впливі: підвищення ефективності веде до зростання добробуту працівників, а соціальна стабільність – до стійкого економічного розвитку готелю.

Окрему увагу слід приділити екологічному ефекту впровадження інновацій, який є одним із ключових елементів сталого розвитку сучасних готелів. Premier Hotel Lybid активно впроваджує екологічно орієнтовані рішення, спрямовані на зменшення споживання енергоресурсів, води та шкідливих викидів. Використання енергоефективного освітлення, систем автоматичного регулювання клімату, датчиків руху та водозберігаючих технологій дозволяє скоротити витрати ресурсів на 20 – 25%, що не лише економічно вигідно, а й зменшує екологічне навантаження на довкілля.

У межах концепції «зеленого готелю» підприємство також впроваджує практику сортування відходів, зменшення використання одноразового пластику та перехід на екологічно чисті миючі засоби. Такі заходи позитивно впливають на імідж готелю, який позиціонує себе як екологічно відповідальний бренд, орієнтований на сучасні стандарти сталого розвитку. Крім того, використання цифрових технологій (електронні документи, онлайн-чеки, автоматизовані звіти) сприяє зменшенню споживання паперу та витрат на канцелярію.

Екологічний ефект інновацій має і ширший соціальний вимір – він формує у клієнтів і персоналу екологічну культуру, підвищує свідомість щодо раціонального використання ресурсів. Гості, які бачать реальні дії готелю у сфері екології, частіше обирають його для повторного відвідування, а працівники відчувають гордість за роботу в підприємстві, яке дбає про майбутнє. Це створює позитивний імідж не лише для Premier Hotel Lybid, а й для всієї мережі Premier Hotels & Resorts, що впливає на її позиції на ринку.

Загалом, соціально-економічний та екологічний ефект від впровадження інновацій у Premier Hotel Lybid є комплексним і взаємопов'язаним. Інноваційна діяльність забезпечує зростання прибутковості, створення комфортного робочого середовища, покращення якості послуг і сприяє зменшенню негативного впливу на довкілля. Поєднання економічної вигоди з соціальною відповідальністю та екологічною ефективністю формує основу сталого розвитку підприємства, що відповідає сучасним міжнародним тенденціям у сфері гостинності [13].

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна зробити висновок, що інновації є ключовим фактором підвищення ефективності діяльності готельного підприємства. Вони забезпечують не лише економічну вигоду, а й створюють додану цінність для споживачів, персоналу та суспільства в цілому. Premier Hotel Lybid є прикладом того, як грамотна інноваційна стратегія дозволяє поєднати економічні, соціальні та екологічні цілі, формуючи основу для довгострокового сталого розвитку.

ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження було розглянуто теоретичні, аналітичні та практичні аспекти впровадження інновацій у сфері HoReCa, зокрема на прикладі діяльності Premier Hotel Lybid у місті Києві. Робота підтвердила, що інновації виступають ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності, ефективності функціонування та сталого розвитку підприємств гостинності в умовах динамічного ринкового середовища.

Перший розділ дослідження був присвячений теоретичним засадам впровадження інновацій у сфері послуг. Розкрито сутність поняття «інновації» як комплексу організаційних, технологічних, управлінських і маркетингових змін, спрямованих на вдосконалення діяльності підприємства та створення нової споживчої цінності. Визначено основні типи інновацій у сфері гостинності – продуктово-технологічні, управлінські, маркетингові, соціальні та цифрові. З'ясовано, що саме цифрові та сервісні інновації нині відіграють провідну роль у розвитку готельно-ресторанного бізнесу, оскільки забезпечують автоматизацію процесів, персоналізацію послуг і підвищення якості клієнтського досвіду.

У межах теоретичного аналізу було встановлено, що сучасні тенденції розвитку бізнесу в індустрії гостинності визначаються впливом цифрової трансформації, глобалізації ринку послуг і зміною поведінки споживачів. Зростає значення онлайн-просування, мобільних технологій, штучного інтелекту, систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), а також сталого розвитку й екологічних практик. Інновації стають не лише засобом зростання прибутковості, але й необхідною умовою виживання бізнесу в конкурентному середовищі.

Окрему увагу було приділено вивченню зарубіжного досвіду інноваційної діяльності у сфері HoReCa. Аналіз практик провідних міжнародних готельних мереж – Hilton, Marriott, Accor, InterContinental – показав, що успішні компанії активно впроваджують комплексні інноваційні

стратегії, поєднуючи технологічні рішення з розвитком клієнтоорієнтованих сервісів. Найбільш поширеними є безконтактні технології, «розумні» системи номерного фонду, мобільні додатки для гостей, системи енергоменеджменту та концепції «зеленого готелю». Українські підприємства можуть адаптувати ці практики, орієнтуючись на локальні ринкові умови, з урахуванням фінансових можливостей і рівня цифровізації економіки.

Також у першому розділі було визначено теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності інновацій у сфері гостинності. Встановлено, що така оцінка повинна включати як економічні (прибуток, окупність інвестицій, рентабельність), так і соціальні та екологічні показники (задоволеність клієнтів, рівень зайнятості, вплив на навколишнє середовище). Комплексний підхід до оцінювання дозволяє більш об'єктивно визначати результативність інноваційних заходів та формувати обґрунтовані управлінські рішення.

Другий розділ дослідження мав аналітичний характер і був присвячений вивченню інноваційної діяльності Premier Hotel Lybid. Надано загальну характеристику підприємства, яке є частиною мережі Premier Hotels & Resorts і має понад 40-річний досвід роботи на ринку гостинності України. Здійснено організаційно-економічну оцінку діяльності готелю, у ході якої виявлено його стабільну позицію на ринку, високий рівень впізнаваності бренду, сформовану клієнтську базу та наявність сучасної інфраструктури.

В третьому розділі було проведено аналіз використання інновацій у Premier Hotel Lybid засвідчивши, що підприємство активно впроваджує цифрові технології та новітні форми обслуговування клієнтів. Зокрема, використовується система онлайн-бронювання, електронна реєстрація гостей, CRM-система управління клієнтськими відносинами, автоматизована PMS-система керування номерним фондом, а також цифрові маркетингові інструменти для просування послуг. Готель активно працює з відгуками клієнтів, що дозволяє підвищувати рівень задоволеності гостей і покращувати репутаційні показники.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Азарян О. М. Інноваційні технології в готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Київ : Кондор, 2021. 236 с.
2. Антонюк Л. Л., Поручник А. М. Інноваційний розвиток підприємств: теорія і практика. Київ : КНЕУ, 2019. 312 с.
3. Артеменко Л. П. Сфера послуг: сучасні тенденції розвитку. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2020. 198 с.
4. Баранова І. В. Управління готельним бізнесом. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 254 с.
5. Бондар Н. М. Економіка готельного господарства : підручник. Київ : Ліра-К, 2017. 412 с.
6. Боярська Л. Г. Готельно-ресторанний бізнес України: тенденції та перспективи. Полтава, 2020. 165 с.
7. Бреус С. В. Інновації у туризмі та готельному бізнесі. Київ : НУХТ, 2019. 184 с.
8. Буряк П. Ю. Готельна індустрія: менеджмент та інновації. Київ : Алерта, 2022. 280 с.
9. Весельський М. І. Менеджмент інновацій : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2019. 300 с.
10. Войнаренко М. П. Інноваційна діяльність підприємств. Хмельницький : ХНУ, 2020. 268 с.
11. Гаркуша О. М., Горлачук В. В., Песчанська І. М. Управління рекреаційними територіями : монографія. Миколаїв : Іліон, 2010. 235 с.
12. Гарькавий С. А. Маркетинг у готельно-ресторанному господарстві. Київ, 2019. 204 с.
13. Герасименко А. Г. Сучасні тенденції розвитку HoReCa в Україні. Київ : НУОГ, 2021. 147 с.
14. Гончаренко О. М. Електронний сервіс у сфері гостинності. Київ : НУХТ, 2021. 130 с.

15. Грабовська Г. М. Цифровізація готельного сервісу : монографія. Київ, 2023. 178 с.
16. Гуменюк О. В. Культура гостинності: теорія і практика. Львів : Сполом, 2020. 256 с.
17. Державне агентство розвитку туризму України. Аналітичні звіти про стан сфери гостинності. Київ, 2023.
18. ДСТУ 4268:2020. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. Київ, 2020. 44 с.
19. Євдокименко В. М. Сервіс у готельному господарстві. Київ : Центр учбової літератури, 2022. 220 с.
20. Захаркін Р. В. Інновації у сфері послуг: концепції та моделі. Харків : ХНЕУ, 2019. 185 с.
21. Зайцева В. М. Туристична галузь України в період євроінтеграції : монографія. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. 183 с.
22. Іванова О. В. Готельний бізнес України: виклики та перспективи. Київ : КНЕУ, 2020. 174 с.
23. Калініченко Л. О. Інноваційні технології обслуговування у HoReCa. Харків : ХАІ, 2021. 148 с.
24. Кириленко В. М. Менеджмент готельного господарства. Київ : КНЕУ, 2018. 378 с.
25. Коваленко А. І. Smart-технології в готельному бізнесі. Одеса : ЧНУ, 2021. 127 с.
26. Козловський В. В. Економіка інноваційної діяльності. Київ : КНЕУ, 2019. 320 с.
27. Король В. І. Управління персоналом у готельному бізнесі. Київ : Каравела, 2020. 210 с.
28. Крупський О. П. Цифрові трансформації туристичної сфери. Тернопіль : ТНЕУ, 2022. 152 с.
29. Кудлаєв С. І. Готельні технології : навч. посіб. Львів, 2020. 193 с.
30. Кукліна Т. С., Каптюх Т. В., Прусс В. Л. Ресторанна справа:

організація та технологія. Запоріжжя : Просвіта, 2018. 392 с.

31. Кулик О. В. Маркетингові комунікації в готельно-ресторанному бізнесі. Київ : НУХТ, 2021. 168 с.
32. Литвиненко О. В. Управління якістю в HoReCa. Київ : Кондор, 2022. 199 с.
33. Литвин Н. Ю. Інноваційні форми обслуговування гостей. Вінниця : ВТЕІ, 2020. 130 с.
34. Мазаракі А. А. Туризм та гостинність: економіка і управління. Київ : КНТЕУ, 2020. 498 с.
35. Мельник Т. М. Інноваційні технології в сервісі. Чернівці : Рута, 2019. 144 с.
36. Мінекономіки України. Стратегія розвитку туризму та курортів до 2030 року. Київ, 2022. 76 с.
37. Нагорна А. В. Менеджмент ресторанного бізнесу. Київ : Альтерпрес, 2019. 242 с.
38. Нікітенко С. А. Готельний сервіс: сучасні тенденції. Київ : КНЕУ, 2021. 198 с.
39. Олійник О. М. Маркетинг у сфері послуг. Київ : КНЕУ, 2019. 256 с.
40. Парандій Г. І. Управління інноваціями : навч. посіб. Львів : Сполом, 2020. 221 с.
41. Пономаренко Т. В. Інноваційна діяльність у сфері туризму. Київ : ДУТ, 2021. 170 с.
42. Романенко О. В. Сталий розвиток готельного господарства. Київ : КНЕУ, 2020. 210 с.
43. Савельєва Л. О. Сервісна діяльність: тренди та інновації. Київ : Каравела, 2021. 160 с.
44. Семикіна М. В. Електронний бізнес у сфері HoReCa. Полтава : ПНПУ, 2022. 188 с.
45. Синенко Т. М. Менеджмент готельно-ресторанних підприємств. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 340 с.

46. Туристична карта України : аналітичний довідник. Київ : Турінформ, 2023. 112 с.
47. Ушакова Л. В. Готельний бізнес: сучасні технології. Одеса : ОНЕУ, 2021. 190 с.
48. Харченко О. М. Управління сервісом у сучасних готелях. Київ, 2022. 184 с.
49. Jones P., Lockwood A. Hospitality Management. London : Routledge, 2018. 310 p.
50. Ottenbacher M. Innovation Management in the Hospitality Industry. Oxford : Elsevier, 2019. 215 p.
51. Ivanov S., Webster C. Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel and Hospitality. Bingley : Emerald Publishing, 2020. 280 p.
52. Kasavana M. Managing Technology in the Hospitality Industry. Lansing, MI : AHLEI, 2018. 240 p.
53. Leung R. Hotel Technology and Digital Transformation. Cham : Springer, 2020. 198 p.
54. Guttentag D. Virtual Reality and Tourism Innovation. Tourism Management, 2021, pp. 42–53.
55. OECD Tourism Trends and Policies 2022. Paris : OECD Publishing, 2022. 348 p.
56. Рудай В. Р., Ленерт С. О. Впровадження інновацій на підприємствах сфери HoReCa. Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства : матеріали міжнар. наук. конф., 11-12 лист. 2025 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. (подано до друку).