

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-24>

УДК 338

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: ВІД ВІРТУАЛЬНИХ КОНСЬЄРЖІВ ДО РОЗУМНИХ НОМЕРІВ

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE HOTEL BUSINESS: FROM VIRTUAL CONCIERGE TO SMART ROOMS

Світлиць Ольга Володимирівна

кандидат філософських наук,
доцент кафедри туристичної інфраструктури та
готельно-ресторанного господарства,
Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0007-8751>

Вовк Світлана Володимирівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7937-0973>

Банєва Ірина Олексіївна

доктор економічних наук,
професор, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,
Миколаївський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9524-2974>

Svitlynets Olha

State University «Uzhhorod National University»

Vovk Svitlana

West Ukrainian National University

Banyeva Iryna

Mykolaiv National Agrarian University

Динаміка ринку туризму та сфери гостинності зумовлює необхідність активної інтеграції інновацій для підтримки конкурентоспроможності компаній, забезпечення відповідності їх діяльності актуальним запитам клієнтської аудиторії. Метою дослідження є розширений аналіз потенціалу сучасних інформаційних систем та цифрових інновацій у готельному бізнесі, що відкривають нові можливості для підвищення ефективності функціонування сучасних компаній, досягнення ними стійкого розвитку і розширення клієнтської аудиторії. Розглянуто аспекти масштабної цифровізації послуг в готельній сфері – таргетинг та персоналізація реклами, система електронних бронювань, персоналізація пропозицій, мобільні додатки, інтерактивні сервіси, розумні системи керування номером, інструментарій штучного інтелекту для цілодобової підтримки сервісу (чат-боти, віртуальні консьєржі). Це дозволяє створити унікальний досвід, що відповідає очікуванням сучасної аудиторії.

Ключові слова: готельний бізнес, індустрія гостинності, інноваційні технології, цифровізація, сталий розвиток, персоналізація, конкурентоспроможність.

The dynamics of the tourism and hospitality market necessitate the active integration of innovations to support the competitiveness of companies, ensuring that their activities meet the current demands of the client audience. The purpose of the study is an extended analysis of the potential of modern information systems and digital innovations in the hotel business, which open up new opportunities for improving the efficiency of modern companies, achieving sustainable development and expanding the client audience. The aspects of large-scale digitalization of services in the hotel sector are considered – targeting and personalization of advertising, electronic booking

system, personalization of offers, mobile applications, interactive services, smart room management systems, artificial intelligence tools for 24-hour service support (chat bots, virtual concierges). Innovation allows not only to adapt to new consumer demands, technological dynamics, legal and regulatory changes, but also to attract, develop and retain talented employees, thus contributing to the creation of a sustainable model of organizational development based on constant improvement and adaptation. Given the trend of visualization, priority innovative digital solutions are seen as the integration of QR codes for quick customer access to information, the introduction of an electronic menu for quick order processing, and customer interaction with the recipe, which creates additional advertising narratives. Companies in the traditional hospitality sector are increasingly considering partnership and cooperation opportunities with network economy enterprises. It has been found that the competitive strength of such companies lies not only in economic advantages, but also in compliance with new social needs, including resource conservation, rational and economical consumption. Innovative approaches to business development in developed networks involve cooperation and integration of the hotel and restaurant business with other service areas, a personalized approach to meeting customer expectations and needs, diversification of internal business segments using mobile applications and loyalty programs. In view of the above, the study proposed an author's model for integrating innovative technologies into the hotel business.

Keywords: hotel business, hospitality industry, innovative technologies, digitalization, sustainable development, personalization, competitiveness.

Постановка проблеми. Інноваційний розвиток компаній в готельному бізнесі вбачається необхідною умовою для їх результативного функціонування, формування конкурентних переваг і розширення ринкового потенціалу, гарантом адаптивності до динаміки соціально-економічного середовища. Впровадження інноваційних технологій, стратегій і рішень має на меті підвищення економічної ефективності, скорочення витрат і максимальну реалізацію потенціалу бізнесу, вдосконалення системи корпоративної взаємодії та комунікації, апгрейд маркетингових стратегій.

Особливий інтерес формують можливості цифровізації на основі аналітики споживчої поведінки (зокрема, платформ Meta Ads Manager та Google Analytics), інструментарію штучного інтелекту для максимальної персоналізації пропозиції, встановлення емоційного зв'язку з брендом, розширення клієнтської аудиторії, просування візуального та інтерактивного контенту у соціальних медіа, підвищення адаптивності рекламних кампаній в сегменті. Зазначене актуалізує необхідність розширеного аналізу потенціалу інноваційних технологій у сфері гостинності для досягнення стійкого розвитку компаній в умовах сучасних кризових впливів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій репрезентує актуальність досліджуваної тематики у сучасному науковому дискурсі. Низка сучасних дослідників, зокрема, І. Банєва [2; 5; 6], С. Азеведо (C. Azevedo) та ін. [4], О. Сукач (O. Sukach) та ін. [19], акцентують на інноваційній компоненті готельного бізнесу, що просуває концепти екологічності та креативності. У ході досліджень А. Ельшаєр та А. Марзук (A. Elshaer, A. Marzouk) [7], І. Кравчук (I. Kravchuk) та ін. [12] виділені пер-

спективні напрямки цифровізації інфраструктурного розвитку сфери гостинності: повна цифрова підтримка систем бронювання, інформування, попереднього замовлення, поєднання окремих послуг; активне залучення помічників на основі штучного інтелекту; інтеграція віртуальної та доповненої реальності для оглядів, консьєржів для цілодобової підтримки. Водночас, К. Фонт (X. Font) та ін. [8; 9], Б. Озоглу та А. Топал (B. Özoğlu, A. Topal) [15] досліджують векторність таргетованої реклами, соціальних платформ і залучення інфлюенсерів.

Розширений науковий дискурс в контексті досліджуваної проблематики присутній у публікаціях Й. Іварс-Байдал (J. Ivars-Baidal) та ін. [11], Р. Рейзер (R. Rather) [18]. Учені актуалізують можливості доповненої реальності для більшої прибутковості готельно-ресторанного бізнесу, формування стійкої прихильності та довіри аудиторії, досягнення наративів сталого розвитку.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Разом із тим, низка аспектів досліджуваної проблематики залишається маловивченою. Готельний бізнес потребує практичних рішень у сфері інновацій та технологічного апгрейду, аби вдосконалити існуючі та успішно впровадити нові бізнес-моделі для стійкого розвитку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розширений аналіз потенціалу інноваційних технологій у сфері гостинності для розширення клієнтської аудиторії, підвищення ефективності маркетингових стратегій, досягнення стійкого розвитку компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність сучасних компаній у інду-

стрії готельного бізнесу набуває наразі ознак динамічності та інтегрованості, інклюзивності та прагнення до безперервного вдосконалення. Технологічні інновації в галузі спрямовані на впровадження покращеної або нової техніки і технологій просування послуг, їх реалізації, обслуговування клієнтів, нових видів матеріально-технічного забезпечення готельного обслуговування [1]. Зокрема, популярності набирають цифрові системи бронювання турів та номерів у готелях, системи продажу квитків, інтегроване управління у готелях та віртуальні консьєржі, сенсорні інформаційні дисплеї, е-комерція, платформи для відгуків клієнтів [17, с. 73-80].

Окрім того, інноваційні технології у сфері гостинності торкаються маркетингу, передбачаючи освоєння нових сегментів ринку та клієнтських аудиторій, формування нових рекламних моделей. Такий підхід забезпечує удосконалене обслуговування у сфері гостинності: раннє бронювання, замовлення таксі, доставка їжі, електронне меню, розробка спеціальних та інклюзивних пропозицій дозволяє підвищити інтерес до закладу, сформувати стабільний попит [16].

Інновації важливі й у організаційно-управлінському полі в готельному бізнесі. Удосконалення в даній сфері дотичні до створення нових профілів робочих місць, впровадження інтегрованих готельних ланцюгів, використання контрактних підходів до управління закладами сфери гостинності. Важливими стають інтеграція нових методів підготовки та перепідготовки кадрів, забезпечення прозорих процесів взаємодії зі стейкхолдерами, розвиток мережі закладів гостинності на основі франчайзингу. Удосконалений споживчий інтерфейс, нові форми взаємодії з партнерами та управління послугами, захист від промислового шпіонажу дозволяють досягнути розширення бізнесу та підвищення його ефективності без вертикально-інтегрованої мережі управління [7, с. 445-455].

Інноваційні концепції розвитку готельно-ресторанної справи обов'язковим елементом передбачають цифровізацію маркетингових стратегій. Персоналізована реклама, таргетинг, залучення інфлюенсерів стають звичними інструментами усунення бар'єрів між компанією та аудиторією, способом розширення останньої, формування стійкої довіри до бренду [4, с. 559-591]. Загалом, інноваційний маркетинг спрямований на пропозицію нестандартних рішень, персоналізацію, максимальне залучення соціальних платформ та

штучного інтелекту. Так, автоматизовані системи типу OPERA Enterprise Solution, KeiHotel, FIDELIO наразі зарекомендували себе ефективним варіантом оптимізації управління компаніями у сфері гостинності.

Створення «розумних» готелів, вдосконалення програм лояльності, інтеграція чат-ботів для взаємодії з аудиторією мають на меті задоволення інтересів усіх стейкхолдерів, через досягнення максимальної компліментарності запитам. Зважаючи на тенденцію візуалізації, пріоритетними інноваційними цифровими рішеннями вбачаються інтеграція QR-кодів для оперативного доступу клієнта до інформації, запровадження електронного меню для швидкого оброблення замовлень, дотичності клієнта до рецептури, що створює додаткові рекламні наративи [24]. Популярності набирають «розумні» готелі із застосуванням інструментів голосової активації, управління аудіовізуальним обладнанням, засобів для кращого відпочинку і сну (наприклад, метроном *dodow*). Інноваційні підходи до розвитку бізнесу в розвинених мережах передбачають кооперацію та інтеграцію готельно-ресторанного бізнесу з іншими сферами обслуговування, персоналізований підхід до задоволення очікувань та потреб клієнтів, диверсифікацію внутрішніх сегментів бізнесу за допомогою мобільних додатків і програм лояльності [17, с. 73-80]. Зважаючи на зазначене, доцільно запропонувати авторську модель інтеграції інноваційних технологій до сфери готельного бізнесу (рис. 1).

Практичним прикладом моделі, зображеної на рис. 1, може слугувати сучасний бізнес-готель, пропозиція якого вдало поєднує комфортне проживання клієнта, присутність «розумних» конференц-залів для проведення ділових зустрічей та тим-білдингу, лаунж-зону для івентів, локацію у бізнес-центрі міста. Можна стверджувати, що провідні технологічні інноваційні тенденції в готельно-ресторанному господарстві на сьогодні передбачають штучний інтелект, безконтактні рішення, голосові технології, інтернет речей, віртуальну та доповнену реальність, автоматизацію та робототехніку, аналітику великих даних [19, с. 1159-1174].

Перспективним є застосування методів нелінійного програмування для обчислення найбільш прийнятного плану інноваційного розвитку бізнесу в індустрії гостинності при обмежених можливостях. Для кореляційного аналізу впливу факторів на кількість клієнтів готелю доцільно використовувати лінійну еко-

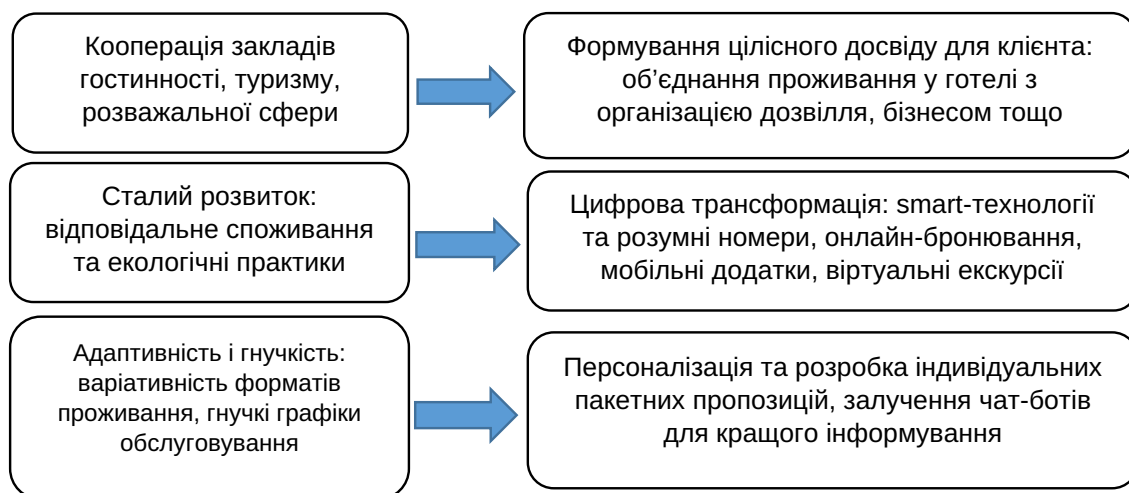


Рис. 1. Модель інноваційного апгрейду бізнесу в сфері гостинності

Джерело: сформовано авторами

номіко-математичну модель залежності кількості клієнтів готелів (y), яких обслуговували вітчизняні суб'єкти сфери гостинності, від кількості внутрішніх туристів (x) [3]:

$$Y = 1,253 \times x + 9646$$

Така модель дозволить краще усвідомити можливості створення інноваційних проєктів у полі синергії сфери гостинності, туризму та розважальної сфери. Бізнес-моделі пайової економіки продовжують розвиватись. Тому більш передбачливі компанії традиційного сектору гостинності все частіше розглядають можливості партнерства та кооперації підприємств мережевої економіки. Успішна новаторська бізнес-модель починає копіюватися підприємствами, зокрема з іншими основними видами діяльності.

Інноваційна бізнес-модель має ряд конкурентних переваг порівняно із традиційним бізнесом у сфері гостинності. Компанії та індивідуальні виробники послуг можуть використовувати основний капітал, накопичений іншими, відповідно, можуть нарощувати одиниці пропозиції із мінімальними граничними витратами. Цінова гнучкість можливість задоволення споживчого попиту – від менш вибагливих, стурбованих лише ціною клієнтів, до клієнтів, які вимагають розкішних чи незвичайних умов проживання – вигідно відрізняє запропоновану модель сервісу. Конкурентна сила таких компаній полягає не тільки в економічних перевагах, а й у відповідності до нових соціальних потреб, серед яких – ресурсозбереження, раціональне та економне споживання. Індивідуалізація послуги та адаптація до умов місцевого ринку – ключ до успіху,

як і варіативність реклами, її розміщення у соціальних мережах, індивідуалізація пропозиції відповідно до соціально-культурних особливостей місцевого ринку та національної психології.

Зокрема, активний розвиток безконтактних технологій розпочався у період пандемії COVID-19: технології для автоматизованої реєстрації заїзду та виїзду, обслуговування номерів і бронювання дозволяє суттєво покращити безпеку та підвищити ефективність, а власне інтеграція додатків для реєстрації спрощує і пришвидшує адміністративні процеси, знижує операційні витрати та оптимізує управління ресурсами. Успішними прикладами можуть слугувати готельний додаток Hilton Honors [22], що дозволяє клієнтам завчасно зареєструватися, вибрати комфортні номери та отримати доступ до зручностей за посередництвом власних смартфонів, а також додаток Hyatte [10], що пропонує електронні ключі від номерів у додатку та цифрове планування подорожей.

Голосові технології в індустрії гостинності успішно вирішують проблеми дефіциту персоналу та безпеки, а також формують частину функціоналу безконтактного віртуального консьєржа. Готелі активно інтегрують голосові помічники типу Amazon Alexa або Google Assistant, що вирішують питання запиту інформації, керування пристроями, опаленням та освітленням у номері, оформлення сервісних заявок та обслуговування номерів тощо [21, с. 2901-2904].

Готельні компанії активно використовують також технології штучного інтелекту, щоб упо-

вні розуміти запити своїх клієнтів. ШІ та аналіз великих даних вивчають метадані та поведінкові дані, дані CRM та соціальних мереж тощо. Прикладом слугує Cosmopolitan of Las Vegas, де клієнтів розважає цифровий консьєрж «Rose», доступний за допомогою текстових повідомлень [14]. Це програмне забезпечення зі штучним інтелектом має спроможність безпосередньо взаємодіяти з гостями, що сприяє утриманню клієнтів та розширенню аудиторії.

Актуальним інноваційним рішенням для сучасного готелю є використання Інтернету речей: синергійне підключення різноманітних датчиків і пристроїв дозволяє максимально персоналізувати послуги, забезпечує моніторинг у реальному часі, дозволяє підвищити енергоефективність і стійкість, формує кращий досвід гостей. Зокрема, прогресивні готелі Marriott Le Meridien Goa, Calangute активно інтегрують технологічне програмне забезпечення на основі IoT [13].

Інноваційні рішення в готельному бізнесі потребують індивідуальної інтерпретації в контексті особливостей функціонування кожної окремо взятої компанії. Водночас, існують загальні принципи впровадження нововведень:

- пріоритетність інновації для випередження конкурентів;
- адаптивність і гнучкість, що забезпечує практичний потенціал реалізації інноваційної діяльності;
- поступальний та безперервний характер процесу;
- циклічність та взаємообумовленість, коли одне інноваційне рішення слугує стимулом для інших нововведень;

- ресурсна підтримка інновацій та інвестиційний розвиток.

Ключовими характеристиками інноваційного менеджменту виділені новизна, реальність впровадження, практична корисність, присутність ризику [23, с. 216-227]. Інновації дають змогу не лише пристосовуватися до нових вимог споживачів, технологічної динаміки, правових і регуляторних змін, але й залучати, розвивати й утримувати талановитих співробітників, сприяючи, таким чином, створенню стійкої моделі розвитку організації, яка базується на постійному вдосконаленні й адаптації.

Висновки. Інноваційний технологічний розвиток готельного бізнесу спрямований на оперативне реагування на нові виклики динамічного ринку, збереження конкурентних переваг компаній та підвищення економічної ефективності діяльності. Низка сучасних цифрових інструментів, такі як доповнена реальність, блокчейн, голосові помічники, системи розпізнавання вимагають значних інвестицій, а тому сучасні компанії в готельному бізнесі мають залучати найкращий світовий досвід інноваційного розвитку для досягнення максимального ефекту при найменших затратах.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у пошуку можливостей оптимізації інноваційного стратегічного менеджменту в сфері гостинності України для стимулювання ефективної імплементації інноваційних бізнес-моделей і систем управління персоналом у практику повоєнного відновлення галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Амет-Устаєва Д. М. Управління інноваційним розвитком підприємств туристичного бізнесу. *БІЗНЕС ІНФОРМ*. 2014. № 7. С. 103-108. URL: <http://www.business-inform.net> (дата доступу 10.12.2025)
2. Банєва І. О., Сіра Е. О., Коваль О. Д. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в ресторанному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 4. С. 5–10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.4>
3. Кармелюк Г. Економіко-математичне моделювання туристичної галузі України. *Галицький економічний вісник*. 2012. № 2(35). С. 62–70. <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/2152>
4. Azevedo C., Roxo M. T., Brandão A. Sustainable Tourism e-Communication Impact on Tourism Behaviour. In *Smart Innovation, Systems and Technologies. Springer Science and Business Media Deutschland GmbH*, 2024. P. 559-581. https://doi.org/10.1007/978-981-99-0333-7_40
5. Banyeva I., Kushniruk V., Harbar H., Ivanenko T., Pavliuk S. Innovative Management Strategies for Hotel and Restaurant Businesses and Tourism: A Catalyst for Economic Growth (March 16, 2025). *OIDA International Journal of Sustainable Development*. № 18 (10). P. 175-186. <https://ssrn.com/abstract=5296948>
6. Banyeva I., Lebedieva N., Nehrey M., Velychko O., Petrova O., Peresichna S. Digital Tools of Marketing Strategies in Hotel Branding. *Journal of Information Technology Management*. 2023. Vol. 15, Issue 1. P. 62-88.
7. Elshaer A. M., Marzouk A. M. Memorable tourist experiences: the role of smart tourism technologies and hotel innovations. *Tourism Recreation Research*. 2024. № 49(3). P. 445-457. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2027203>

8. Font X., English R., Gkritzali A., Tian W. S. Value co-creation in sustainable tourism: A service-dominant logic approach. *Tourism Management*. 2021. № 82. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104200>
9. Font X., Torres-Delgado A., Crabolu G., Palomo Martinez J., Kantenbacher J., Miller G. The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: The European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*. 2023. № 31(7). P. 1608-1630. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1910281>
10. How Hyatt Inclusive Collection increased its revenue by implementing STAY. URL: <https://www.stay-app.com/customershyyatt> (дата доступу: 10.12.2025)
11. Ivars-Baidal J. A., Vera-Rebollo J. F., Perles-Ribes J., Femenia-Serra F., Celdrán-Bernabeu M. A. Sustainable tourism indicators: what's new within the smart city/destination approach? *Journal of Sustainable Tourism*. 2023. № 31(7). P. 1556-1582. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1876075>
12. Kravchuk I. I., Haponenko H. I., Shamara I. M., Marchuk N. A. The information means to promotion green tourism. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2019. № 4(31). P. 497-505. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.191003>
13. Marriott Bonvoy. URL: <https://www.marriott.com/ru/default.mi> (дата доступу: 10.12.2025)
14. Meet rose your ultimate inside development. URL: <https://www.cosmopolitanlasvegas.com/rose> (дата доступу: 10.12.2025)
15. Özoğlu B., Topal A. Digital Marketing Strategies and Business Trends in Emerging Industries. Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems. *Contributions to Management Science*. Springer, Cham, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-29739-8_18
16. Pletsan K., Havryliuk A., Poberezhets H., Yurova T., Bilov V., Polotnianko O. Digital Transformation of Preservation and Restoration of Ukraine's Cultural Heritage. *Studies in Media and Communication*. 2023. № 11(7). <https://doi.org/10.11114/smc.v11i7.6514>
17. Povorozniuk I. Formation of Innovative Components in the Hospitality Industry Enterprise. *Sustainable Socio-Economic Development Journal*. 2023. № 1(3-4). P. 73-80. DOI: 10.31499/2616-5236.1(27).2024.299099
18. Rather R. A. Metaverse marketing and consumer research: Theoretical framework and future research agenda in tourism and hospitality industry. *Tourism recreation research*. 2025. № 50(1). P. 189-197. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2216525>
19. Rusch M. Application of digital technologies for sustainable product management in a circular economy: A review. *Business strategy and the environment*. 2023. № 32(3). P. 1159–1174. URL: <https://doi.org/10.1002/bse.3099>
20. Sukach O., Kozlovskaya S., Sushko N. Modern management technologies in the hospitality industry. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2021. № 7(3). P. 168-176. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i2.447>
21. Thommandru A., Espinoza-Maguiña M., Ramirez-Asis E., Ray S., Naved M., Guzman-Avalos M. Role of tourism and hospitality business in economic development. *Materials Today: Proceedings*. 2023. № 80. P. 2901-2904. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.07.059>
22. Unlock your stay with the Hilton Honors app. URL: <https://www.hilton.com/en/p/hilton-honors-mobile-app/> (дата доступу: 10.12.2025)
23. Waqanimaravu M., Arasanmi C. N. Employee training and service quality in the hospitality industry. *Journal of Foodservice Business Research*. 2020. № 23(3). P. 216-227. <https://doi.org/10.1080/15378020.2020.1724850>
24. Zibarzani M., Abumalloh R. A., Nilashi M., Samad S., Alghamdi O. A., Nayer F. K., Akib N. A. M. Customer satisfaction with Restaurants Service Quality during COVID-19 outbreak: A two-stage methodology. *Technology in Society*. 2022. № 70. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101977>

REFERENCES:

1. Amiet-Ustaieva, D. M. (2014). Upravlinnia innovatsiynym rozvytkom pidpriemstv turystychnoho biznesu [Management of innovative development of tourism business enterprises]. *BIZNES INFORM*, 7, 103-108. URL: <http://www.business-inform.net> (in Ukrainian)
2. Banieva, I. O., Sira, E. O., & Koval, O. D. (2023). Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii v restorannomu biznesi [The use of information and communication technologies in the restaurant business]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, 4, 5–10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.4> (in Ukrainian)
3. Karmeliuk, H. (2012). Ekonomiko-matematychne modeliuвання turystychnoi haluzi Ukrainy [Economic and mathematical modeling of the tourism industry of Ukraine]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk – Galician Economic Bulletin*, 2(35), 62–70. <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/2152> (in Ukrainian)

4. Azevedo, C., Roxo, M.T., & Brandão, A. (2024). Sustainable Tourism e-Communication Impact on Tourism Behaviour. In *Smart Innovation, Systems and Technologies* (pp. 559-581). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH, 344. https://doi.org/10.1007/978-981-99-0333-7_40
5. Banyeva, I., Kushniruk, V., Harbar, H., Ivanenko, T., & Pavliuk, S. (2025). Innovative Management Strategies for Hotel and Restaurant Businesses and Tourism: A Catalyst for Economic Growth (March 16, 2025). *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 18 (10), 175-186. <https://ssrn.com/abstract=5296948>
6. Banyeva, I., Lebedieva, N., Nehrey, M., Velychko, O., Petrova, O., & Peresichna, S. (2023). Digital Tools of Marketing Strategies in Hotel Branding. *Journal of Information Technology Management*, 15, Issue 1, 62-88.
7. Elshaer, A. M., & Marzouk, A. M. (2024). Memorable tourist experiences: the role of smart tourism technologies and hotel innovations. *Tourism Recreation Research*, 49(3), 445-457. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2027203>
8. Font, X., English, R., Gkritzali, A., & Tian, W. S. (2021). Value co-creation in sustainable tourism: A service-dominant logic approach. *Tourism Management*, 82, 104200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104200>
9. Font, X., Torres-Delgado, A., Crabol, G., Palomo Martinez, J., Kantanbacher, J., & Miller, G. (2023). The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: The European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1608-1630. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1910281>
10. How Hyatt Inclusive Collection increased its revenue by implementing STAY. URL: <https://www.stay-app.com/customershyatt> (date of the application: 10.12.2025)
11. Ivars-Baidal, J. A., Vera-Rebollo, J. F., Perles-Ribes, J., Femenia-Serra, F., & Celdrán-Bernabeu, M. A. (2023). Sustainable tourism indicators: what's new within the smart city/destination approach? *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1556-1582. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1876075>
12. Kravchuk, I. I., Haponenko, H. I., Shamara, I. M., & Marchuk, N. A. (2019). The information means to promotion green tourism. *Financial and credit activity problems of theory and practice*, 4(31), 497-505. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.191003>
13. Marriott Bonvoy. URL: <https://www.marriott.com/ru/default.mi> (date of the application: 10.12.2025)
14. Meet rose your ultimate inside development. URL: <https://www.cosmopolitanlasvegas.com/rose> (date of the application: 10.12.2025)
15. Özoğlu, B., & Topal, A. (2020). Digital Marketing Strategies and Business Trends in Emerging Industries. Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems. Contributions to Management Science. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-29739-8_18
16. Pletsan, K., Havryliuk, A., Poberezhets, H., Yurova, T., Bilov, V., & Polotnianko, O. (2023). Digital Transformation of Preservation and Restoration of Ukraine's Cultural Heritage. *Studies in Media and Communication*, 11(7). <https://doi.org/10.11114/smc.v11i7.6514>
17. Povorozniuk, I. (2023). Formation of Innovative Components in the Hospitality Industry Enterprise. *Sustainable Socio-Economic Development Journal*, 1(3-4), 73-80. DOI: 10.31499/2616-5236.1(27).2024.299099
18. Rather, R. A. (2025). Metaverse marketing and consumer research: Theoretical framework and future research agenda in tourism and hospitality industry. *Tourism recreation research*, 50(1), 189-197. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2216525>
19. Rusch, M. (2023). Application of digital technologies for sustainable product management in a circular economy: A review. *Business strategy and the environment*, 32(3), 1159-1174. URL: <https://doi.org/10.1002/bse.3099>
20. Sukach, O., Kozlovska, S., & Sushko, N. (2021). Modern management technologies in the hospitality industry. *Baltic Journal of Economic Studies*, 7(3), 168-176. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i2.447>
21. Thommandru, A., Espinoza-Maguiña, M., Ramirez-Asis, E., Ray, S., Naved, M., & Guzman-Avalos, M. (2023). Role of tourism and hospitality business in economic development. *Materials Today: Proceedings*, 80, 2901-2904. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.07.059>
22. Unlock your stay with the Hilton Honors app. URL: <https://www.hilton.com/en/p/hilton-honors-mobile-app/> (date of the application: 10.12.2025)
23. Waqanimaravu, M., & Arasanmi, C. N. (2020). Employee training and service quality in the hospitality industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(3), 216-227. <https://doi.org/10.1080/15378020.2020.1724850>
24. Zibarzani, M., Abumalloh, R. A., Nilashi, M., Samad, S., Alghamdi, O. A., Nayer, F. K., & Akib, N. A. M. (2022). Customer satisfaction with Restaurants Service Quality during COVID-19 outbreak: A two-stage methodology. *Technology in Society*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101977>