



НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

ЧАСТИНА 2



III МІЖНАРОДНА НАУКОВО-
ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

12 листопада
2025 року

ХАРКІВ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ
МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО
РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Матеріали
III Міжнародної науково-практичної конференції
(12 листопада 2025 року)
Частина 2

Харків
2025

УДК 379.85:338.48(063)

М 26

Рекомендовано до видання рішенням Вченої ради Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (протокол № 11 від 25.11.2025 р.).

М 26 Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей III Міжнародної наук.-практ. конф. (12 листопада 2025 року, м. Харків). Частина 2. – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2025. – 311 с.

Збірник містить матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України», яка відбулася 12 листопада 2025 року. У тезах доповідей частини 2 збірника висвітлено результати досліджень фінансово-економічних та організаційних засад розвитку сфери гостинності і туризму, а також тенденції діджиталізації та Startup-проектів у сфері туризму й гостинності.

Матеріали збірника будуть корисними для студентів, викладачів, науковців та працівників індустрії туризму та сфери гостинності.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

Автори несуть повну відповідальність за зміст доповідей, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ISBN 978-617-05-0571-2

© Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», 2025

Зозульов О.В.,
кандидат економічних наук, професор

Парфьонов О.С.
аспірант кафедри промислового маркетингу
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ M2M-МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Сучасний ринок гостинності та туризму перебуває в етапі цифрової трансформації, де технології Machine-to-Machine (M2M) стають ключовим чинником підвищення ефективності та якості сервісу. M2M – це система автоматизованої взаємодії пристроїв, які самостійно обмінюються даними, приймають рішення та виконують дії без участі людини. Машини стають повноцінними суб'єктами економічної взаємодії – вони можуть «замовляти» ресурси, оновлення або сервіс, формуючи попит і пропозицію нового типу.

Для туристичної індустрії це означає широкі можливості автоматизації, персоналізації та аналітики. M2M-екосистема охоплює сенсори, комунікаційні мережі, хмарні платформи та інструменти обробки даних – від «розумних» дверних замків і клімат-контролю до інтегрованих систем управління готелями й туристичними сервісами.

Глобальний ринок M2M демонструє стрімке зростання, зумовлене масовим впровадженням IoT-технологій, розвитком 5G-мереж та зростаючою потребою бізнесу в автоматизації. За оцінкою аналітиків, кількість підключених IoT-пристроїв сягнула 16,6 млрд у 2023 р. і 18,5 млрд у 2024 р., із прогнозом близько 39 млрд до 2030 р. [1] Сукупний річний темп зростання ринку становить близько 12-15 відсотків, що свідчить про динамічний розвиток сектору. Основними драйверами росту є розумні міста, промисловий IoT, охорона здоров'я, логістика та, безперечно, індустрія гостинності. Очікується, що «машинні клієнти» (Machine Customers) в близькій перспективі впливатимуть на багато трильйонів доларів США у покупках, і, за прогнозами Gartner, до 2030 року вони становитимуть, у середньому, від 15% до 20% доходу компаній [2].

У індустрії гостинності та туризму M2M-технології трансформують традиційні бізнес-процеси, створюючи екосистему «розумного туризму». Ця екосистема інтегрує різноманітні технологічні рішення: розумні готелі з автоматизованим управлінням номерами, системи безконтактної реєстрації, IoT-датчики для моніторингу енергоспоживання та можливих аварійних ситуацій, персоналізовані мобільні додатки для гостей, системи управління туристичними потоками та предиктивну аналітику попиту. Практичне застосування M2M у готельному бізнесі включає розумні замки з мобільним доступом та автоматичним оновленням кодів доступу, автоматизоване

управління клімат-контролем та освітленням у номерах, системи відстеження завантаженості об'єктів, чат-боти для обслуговування гостей та інтегровані платформи управління репутацією. У туристичній сфері вже сьогодні M2M забезпечує роботу систем онлайн-бронювання з динамічним ціноутворенням, геолокаційні сервіси для туристів, розумні гіді та доповнену реальність для екскурсій, системи управління транспортними потоками та платформи для аналізу туристичних трендів (рис. 1).

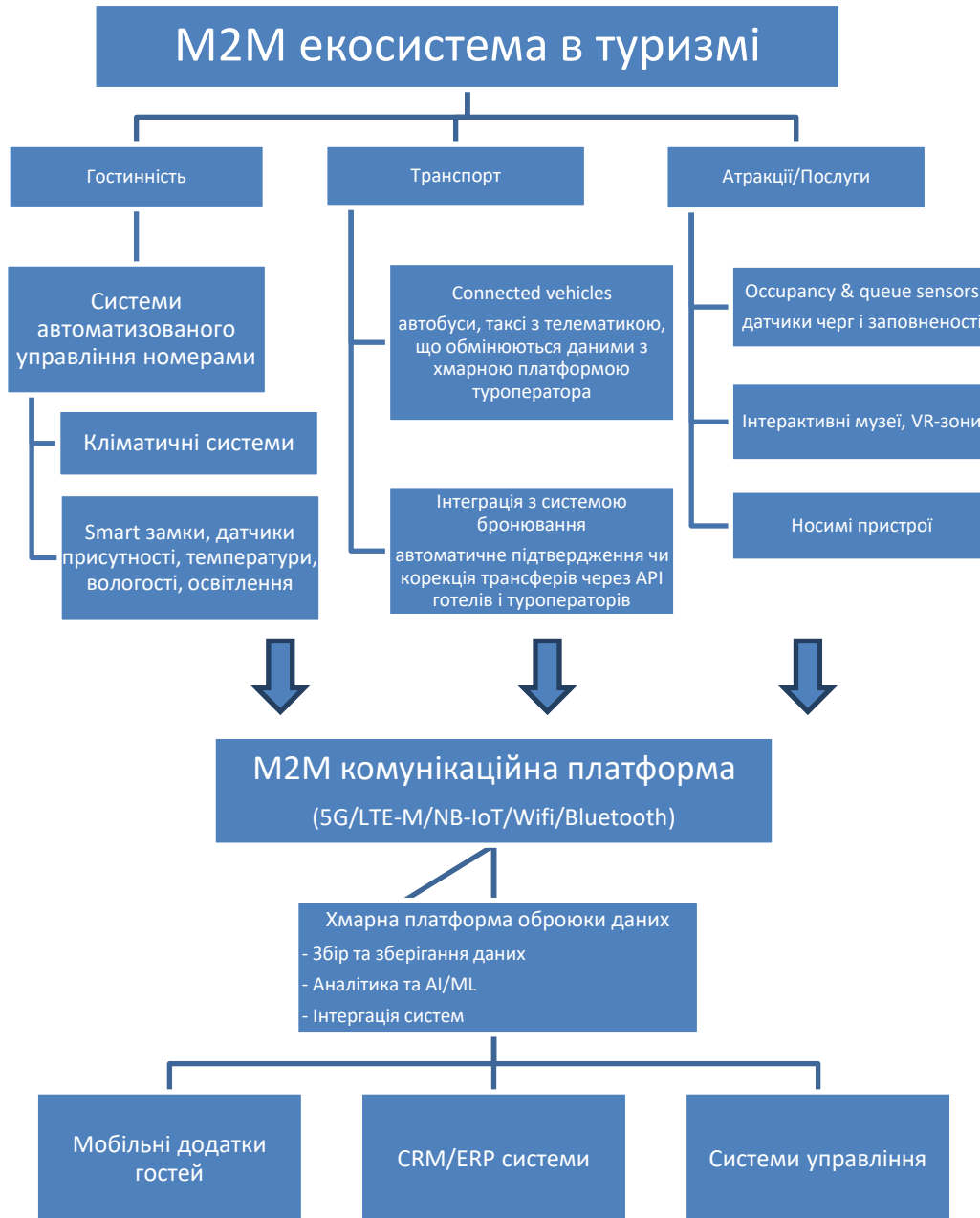


Рис.1 M2M-екосистеми в гостинності та туризмі

Наведений рисунок демонструє багаторівневу архітектуру M2M-рішень у туризмі, де пристрої на рівні готелів, транспорту та туристичних атракцій взаємодіють через комунікаційну інфраструктуру з центральними системами обробки даних, що в свою чергу забезпечують інтелектуальні сервіси для гостей та операторів.

Найперспективнішими напрямками розвитку M2M-технологій у туризмі є гіперперсоналізація, предиктивне обслуговування та безконтактні сервіси нового покоління. Завдяки аналізу даних у реальному часі системи автоматично адаптують умови проживання, температурний режим, освітлення й розважальний контент під індивідуальні вподобання гостей, а штучний інтелект прогнозує потреби та попереджує технічні збої. Широкого поширення набувають мобільні ключі, безконтактна реєстрація, голосові асистенти, роботизована доставка та біометрична ідентифікація, що підвищують безпеку і комфорт. Величезний економічний потенціал має напрям Auto-replenishment, тобто автоматичне замовлення витратних матеріалів (засоби гігієни, кавові капсули, постільна білизна), AR/VR-технології для інтерактивних турів та імерсивних сервісів, а також інтелектуальна логістика з керуванням потоками туристів і використанням дронів та автономного транспорту.

Фінансове ядро M2M у готельній індустрії у 2024 р. оцінюється в \$8–13 млрд. із прогнозом до \$34 млрд у 2034 р. [3]. Ширший ринок «розумного гостинництва» [4] оцінено в \$23,2 млрд у 2024 р. із прогнозом близько \$75 млрд до 2029 р. що відповідає середньорічному темпу зростання (CAGR) близько 25,8% (рис. 2). Головними драйверами залишаються впровадження M2M-рішень, персоналізація сервісу та зростання енергоефективності, що формує інтегровану M2M/ІоТ-екосистему сучасної гостинності. Для України це відкриває значний потенціал інновацій у готельно-туристичному секторі навіть за помірніших, порівняно зі світом, темпів зростання.

Прогноз зростання ринку "розумної гостинності" (2025)

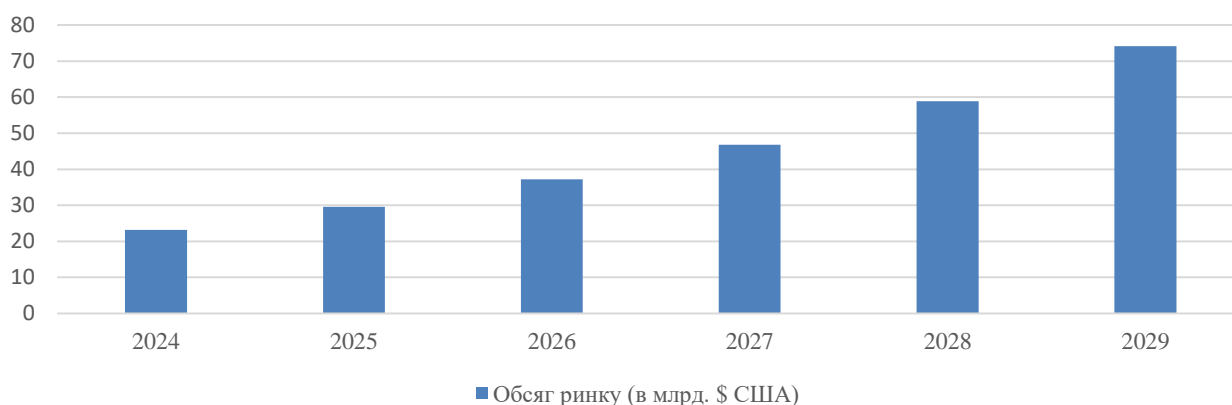


Рис. 2 Прогноз темпів зростання ринку «смарт гостинності». (The Business Research company [4])

За даними досліджень, близько 65 відсотків готелів преміум-сегменту в розвинених країнах вже впровадили ті чи інші M2M-рішення, від розумних систем управління номерами до комплексних платформ гостьового досвіду. У сегменті бюджетних готелів цей показник становить близько 25-30 відсотків, але демонструє швидке зростання. Туристичні оператори та онлайн-платформи інвестують мільярди доларів у M2M-аналітику: за оцінками, витрати на ІоТ та M2M-інфраструктуру в туристичних компаніях зросли на 40 відсотків за останні три роки. Кількість підключених M2M-пристроїв у сфері гостинності

зросла з приблизно 300 мільйонів у 2020 році до понад 800 мільйонів у 2024 році, з прогнозом досягнення 2 мільярдів до 2030 року.

Економічний ефект від впровадження M2M є суттєвим: готелі повідомляють про 15-25 відсотків економії енергоресурсів завдяки розумним системам управління [5], підвищення задоволеності гостей через персоналізацію, 10-20 відсоткове зниження операційних витрат завдяки автоматизації та предиктивному обслуговуванню, а також 30-40 відсоткове прискорення процесів реєстрації та виселення завдяки системам самообслуговування з залученням штучного інтелекту [6].

США залишаються глобальним лідером за масштабами впровадження M2M-технологій у сфері гостинності. Провідні мережі Marriott, Hilton і Hyatt впроваджують «розумні» номери, інтегровані мобільні додатки та системи персоналізації сервісу. Технологічні гіганти Google, Amazon і Apple забезпечують апаратно-програмні рішення для готельних екосистем. Американський ринок охоплює понад 40 % світового обсягу, а щорічні інвестиції в M2M-гостинність перевищують \$3 млрд, що формує стійке технологічне лідерство країни.

Китай демонструє найвищі темпи розвитку завдяки державним програмам цифровізації та потужному внутрішньому попиту. Alibaba і Tencent створили повні екосистеми «розумного туризму», що інтегрують бронювання, навігацію, платежі й рекомендації. Проєкт FlyZoo Hotel є прикладом повністю автоматизованого готелю. Загальні інвестиції країни у смарт-туризм перевищили \$5 млрд за останні роки.

Сінгапур, реалізуючи національну стратегію Smart Nation, забезпечив понад 70 % частку «розумних» готелів, а аеропорт Changi використовує M2M-системи з біометричною ідентифікацією, автоматизованим контролем багажу й управлінням пасажиропотоками.

Об'єднані Арабські Емірати (Дубай, Абу-Дабі) активно інвестують у цифрову туристичну інфраструктуру – понад \$1 млрд щорічно [7]. Програма «Smart Dubai» охоплює M2M-інтеграцію готелів, транспортних систем і міських сервісів. Готелі преміум-класу впроваджують голосових асистентів на основі ШІ, роботизованих консьєржів та автономні транспортні рішення, формуючи цілісну екосистему smart-tourism.

Європейські країни, особливо Німеччина, Нідерланди, Швейцарія та Скандинавські держави, зосереджуються на сталому розвитку та енергоефективності через M2M-технології. Європейський Союз фінансує численні проєкти розумного туризму в рамках програми Horizon Europe, спрямовані на зменшення екологічного сліду туристичної індустрії через інтелектуальне управління ресурсами. Німецькі готельні мережі лідирують у впровадженні систем енергомоніторингу на базі M2M, досягаючи скорочення споживання енергії до 35 відсотків.

Японія поєднує традиційну гостинність з передовими технологіями, створюючи унікальну модель розумного туризму. Henn-na Hotel, перший у світі готель з роботизованим персоналом, демонструє можливості повної автоматизації через M2M.

В Україні впровадження M2M-технологій перебуває на початковій стадії, проте демонструє позитивну динаміку. Міжнародні готельні мережі у Києві, Львові та Одесі запроваджують безконтактну реєстрацію, мобільні ключі та «розумні» функції номерів. Онлайн-платформи бронювання використовують M2M-аналітику, стартапи створюють рішення для управління апартаментами та короткострокової оренди, а ресторанна галузь розвиває QR-меню та системи управління замовленнями. Музеї у Львові та Києві експериментують із AR-турами, а сервіси Uklon і Volt застосовують M2M для оптимізації логістики. Основні бар'єри розвитку в Україні це обмежені інвестиції, слабка цифрова інфраструктура й дефіцит кадрів. Водночас післявоєнна відбудова створить можливість для впровадження сучасної розумної інфраструктури з нуля, без необхідності модернізації застарілих систем. Це дозволить «перестрибнути» через проміжні технологічні етапи та одразу впроваджувати найсучасніші M2M-рішення у новій або відновленій готельній і туристичній інфраструктурі. Розвиток внутрішнього туризму та зростання сегменту цифрових кочівників формують попит на хмарні M2M-рішення, со-living-простори й готелі нового типу. Інтеграція з європейськими цифровими сервісами та розгортання 5G відкривають перспективи для еко-, медичного та гастрономічного туризму з AR-компонентами. Ключовим чинником залишається підготовка кадрів у сфері туристичних технологій.

Таким чином, M2M-технології фундаментально трансформують глобальну індустрію гостинності та туризму, створюючи нові стандарти обслуговування, підвищуючи операційну ефективність та відкриваючи інноваційні бізнес-моделі. Для України це представляє як виклик, так і значну можливість. Попри поточні обмеження у вигляді недостатньої інфраструктури, обмежених інвестиційних ресурсів та дефіциту спеціалізованих кадрів, післявоєнна відбудова та євроінтеграція створюють унікальне вікно можливостей для технологічного стрибка.

Список використаних джерел:

1. Satyajit Sinha. Global cellular IoT connections surpassed 4 billion in 2024, driven by 5G and LTE Cat 1 bis. (26.11.2024). IoT Analytics, 2024. URL: <https://iot-analytics.com/global-cellular-iot-connections-2024> . (дата звернення: 29.10.2025).
2. Don Scheibenreif, Mark Raskino. Machine Customers Will Decide Who Gets Their Trillion-Dollar Business. Is It You? *Gartner Inc.* 06.01.2022. URL: <https://www.gartner.com/en/articles/machine-customers-will-decide-who-gets-their-trillion-dollar-business-is-it-you> (дата звернення: 07.11.2025).
3. Intelo M. Hotel IoT Market Research Report 2023. *Market Intelo*. URL: <https://marketintelo.com/report/hotel-iot-market> (дата звернення: 08.11.2025).
4. Raksha Sharma Smart Hospitality Market Report 2025 - Analysis, Share. 2025. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/smart-hospitality-global-market-report> (дата звернення: 07.11.2025).
5. Sustainable Hotels, Marriott Greater China. *Schneider Electric*. 2025. URL: <https://www.se.com/ww/en/work/campaign/life-is-on/case-study/marriott-hotel-china/> (дата звернення: 07.11.2025).
6. How AI-driven hotel check-in kiosk and self check-in software cut queues, verified IDs, took payments and synced with PMS across properties. *Acropolium*. URL:

<https://acropolium.com/portfolio/ai-powered-software-for-a-hotel-self-check-in-kiosk/> (дата звернення: 09.11.2025).

7. Corder J. Dubai Attracts Record Foreign Investment, with \$2 Billion for Tourism. *Skift* 07.04.2025. URL: <https://skift.com/2025/04/07/dubai-attracts-record-foreign-investment-with-2-billion-for-tourism/> (дата звернення: 08.11.2025).

Іванов А.М.,
*к.е.н., доцент кафедри «Туризм і готельно-ресторанна справа»,
Одеський національний морський університет,
м. Одеса, Україна*

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ: АДАПТАЦІЯ ДО ВИКЛИКІВ СУЧАСНОГО РИНКУ

У сучасних умовах розвитку ресторанного бізнесу цифровізація стала ключовим чинником адаптації підприємств до нових економічних, технологічних і соціальних викликів. Глобальні процеси, спричинені пандемією COVID-19, війною в Україні, змінами у споживчій поведінці та зростанням вартості ресурсів, змушують підприємства сфери HoReCa переосмислювати традиційні підходи до управління.

Цифрові інструменти, які сьогодні використовуються в ресторанному бізнесі, розподіляються на: 1) POS-системи (Point of Sale) - забезпечують обробку замовлень, облік товарів, платежів, звітність; 2) CRM-системи - дозволяють зберігати дані про клієнтів, аналізувати історію покупок, формувати цільові пропозиції; 3) ERP-рішення - охоплюють управління логістикою, фінансами, персоналом; 4) Онлайн-платформи доставки - забезпечують присутність закладу в екосистемі Glovo, Bolt Food та ін.; 5) Мобільні додатки і чат-боти - створюють нові канали комунікації, знижують навантаження на персонал; 6) Хмарні сервіси - дозволяють вести облік з будь-якої точки, знижуючи витрати на IT-інфраструктуру.

З наукової точки зору, цифрові технології в управлінні забезпечують зменшення транзакційних витрат, підвищення прозорості процесів, швидкий доступ до аналітики та даних, адаптацію до нових споживчих моделей, посилення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі тощо.

Відтак, цифровізація розглядається не як технічна інновація, а як 1. Глобальні тренди цифрової трансформації ресторанного бізнесу.

У ХХІ столітті цифрова трансформація стала ключовим напрямом розвитку ресторанного бізнесу в усьому світі. Великі міжнародні мережі та локальні бренди впроваджують технологічні інновації не лише для підвищення ефективності, а й для покращення клієнтського досвіду, персоналізації сервісу та забезпечення гнучкості в умовах змін.

Як приклад, McDonald's активно застосовує цифрові кіоски самообслуговування, де клієнти можуть самостійно зробити замовлення без участі персоналу. Це скорочує черги, знижує навантаження на касирів і