

СЕКЦІЯ 7. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА
SECTION 7. TOURISM, HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

УДК 338.48

JEL Classification: O33, L83

DOI: <https://doi.org/10.64076/eecsr250915.04>

Степанець І. О.,

канд. геогр. наук, доцент
кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ

Лола М. А.,

магістрант кафедри
країнознавства та туризму,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ

**ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО
ІНТЕЛЕКТУ НА ТУРИСТИЧНУ ІНДУСТРІЮ**

Штучний інтелект, блокчейн та IoT інструменти є ключовими елементами цифрової трансформації сучасної економіки. Вони здійснюють вплив, як на окремі галузі господарства, так і на глобальний ринок праці. Зокрема, AI-технології дозволяють автоматизувати рутинні операції, оптимізувати витрати, підвищити продуктивність бізнесу, пришвидшити процеси аналітики великих даних. Туризм та індустрія гостинності не є винятком, адже AI дозволяє створювати нові інноваційні туристичні послуги, та удосконалювати стратегії їхнього просування, що сприяє появі нових сегментів ринку та підвищенню конкурентоспроможності туристичних компаній.

Відповідно до аналітичних звітів McKinsey за 2023 рік, технології штучного інтелекту можуть приносити прибуток від 2,6 до 4,4 трильйона доларів для глобальної економіки, що підвищує вплив AI на 15–40% залежно від галузі.

За даними Міжнародного валютного фонду на 2024 рік технології штучного інтелекту можуть змінити ринок праці на 40%. Зокрема мова йде про заміщення AI функціоналу традиційних професій, зокрема і тих хто пов'язаний зі сферою продажів та клієнтським сервісом.

Якщо більш детально заглибитися в тематику впливу штучного інтелекту на туризм, варто зазначити що Організації економічного співробітництва та розвитку (OECD) у 2024 році визнала AI-технології стратегічним фактором конкурентоспроможності туристичного бізнесу. У звіті організації наголошується, що автоматизація процесів може підвищити продуктивність у сфері обслуговування клієнтів на до 40%, а впровадження персоналізованих сервісів дозволяє збільшити рівень задоволення туристів на 15–25%.

Штучний інтелект масштабно трансформує індустрію туризму та гостинності, першочергово у взаємодії зі споживачами. Компанія Booking застосовує алгоритми штучного інтелекту для аналізу даних своїх клієнтів, що допомагає кастомізувати підбір пропозицій житла під уподобанням користувача. На основі попередніх пошуків, місцеперебування та подібної поведінки інших користувачів система формує персоналізовану головну сторінку. Airbnb також персоналізує пропозиції для клієнта, враховуючи його досвід попередніх подорожей та відгуків. TripAdvisor створює індивідуальні добірки туристичних локацій та сервісів, базуючись на вподобаннях як користувача, так і оцінок мандрівників з ідентичної цільової аудиторії.

Окрім, підбору пропозицій, для туристичного бізнесу вагомим завдання є сервіс взаємодії з клієнтами. Віртуальні помічники та чат-боти на основі AI алгоритмів набувають поширення, зокрема у питаннях логістики. Вони забезпечують автоматизацію рутинних процесів, таких як відповіді на запитання клієнтів, бронювання квитків, інформування про рейси чи вирішення простих проблем.

Вдалими прикладами є KLM Royal Dutch Airlines, які використовують чат-бота "BlueBot", з прив'язкою до декількох менеджерів та соціальних мереж. Бот надає інформацію пасажиром щодо бронювань, трекінгу рейсів, оновлень розкладу польотів. Це допомагає знизити навантаження на операторів контактних центрів, які фокусуються на вирішенні унікальних кейсів, у той час коли типові питання клієнти відслідковують через AI.

Tour.com - онлайн-туроператор із Данії, який використовує AI для автоматизованого створення маршрутів, дозволяючи клієнтам кастомізувати туристичну послугу та створити власну унікальну подорож, що відповідає запитам, бюджету та іншим важливим для споживачів, параметрам. Сервіс підбирає заклади розміщення, варіанти транспорту, активності, оптимізує маршрути.

Matador Network запустив GuideGeek – бот у інтеграції з OpenAI через соціальні мережі та месенджери групи META. Бот дає можливість налаштувати параметри подорожі відповідно до бюджету і уподобань клієнтів, генерує індивідуалізовані маршрути. Також, на відміну від попередньо описаного сервісу, GuideGeek має white-label для DMOs – організацій, що займаються розвитком туристичних дестинацій.

Ще одним цікавим кейсом є TOMIS AI-ChatBot. TOMIS – це американська продуктова IT компанія, яка створює програмне забезпечення та цифрові маркетингові інструменти для туристичних операторів. На офіційних ресурсах компанії фігурує інформація, що бот успішно надає відповіді без залучення профільного фахівця у 94% звернень. Також у порівнянні з сайтом бот надає конверсію клієнтів на 150% вище. При цьому через бота нараховано \$112,029 доходу. Також бот має 79 % результату, коли клієнти змогли повністю вирішити свій запит саме через цей AI-інструмент.

Однак, існують негативні кейси використання чат-ботів. Зокрема у питаннях транспортних перевезень, коли боти не здатні вирішити нетипові запити, а компанія не передбачила альтернативні оперативні форми взаємодії з клієнтами.

Варто зазначити, що використання штучного інтелекту так як і технологій блокчейну в туристичній індустрії є невід'ємною складовою цифровізації галузі. Значна кількість компаній, таких як TOMIS, Travala, LockTrip змогли реалізувати себе в секторі індустрії гостинності та туризму завдяки своїм інноваційним та нестандартним рішенням. Однак, навіть уставлені бізнеси, такі як KLM Royal Dutch Airlines, Marriott International, TUI Group теж змушені інтегрувати цифрові технології, аби не втратити сегмент ринку. Розумне поєднання класичних інструментів та AI-алгоритмів надасть можливість бізнесам зменшити ризики та збільшити прибутки через покращення сервісу.

Список використаних джерел

1. Smyrnov I.H., Hryniuk D.Yu., Tiunov V.A., Stepanets I.O. The phenomenon of digitalization and practical experience in preserving the cultural heritage of Ukraine during the enemy invasion. / I.H. Smyrnov, D.Yu. Hryniuk, V.A. Tiunov, I.O. Stepanets // *Moderní aspekty vědy: XXII. Díl mezinárodní kolektivní monografie / Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. – Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2022. – С. 527–540. – UDC 001.32: 1/3] (477) (02).* – Режим доступу: <http://perspectives.pp.ua/public/site/mono/mono-22.pdf> – Дата звернення: 11.09.2025.
2. Степанець І. О., Лола М. А. Застосування технологій блокчейну в туристичній індустрії // *International scientific and practical conference "Challenges for science and education in the age of new technologies". – Research Europe, 2025. – С. 67–69.* Режим доступу: <https://researcheurope.org/wp-content/uploads/2025/09/re-26.08.2025-67-69.pdf> - Дата звернення: 13.09.2025.
3. Chatbot for Tour Operators [Електронний ресурс] // TOMIS. – Режим доступу: <https://tomis.tech/blog/chatbot-for-tour-operators>. – Дата звернення: 10.09.2025.
4. McKinsey & Company. The economic potential of generative AI: The next productivity frontier [Електронний ресурс]. – McKinsey Global Institute, 2023. – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier>. – Дата звернення: 11.09.2025.
5. International Monetary Fund. AI Will Transform the Global Economy–Let's Make Sure It Benefits Humanity [Електронний ресурс]. – IMF, 2024. – Режим доступу: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2024/01/14/ai-will-transform-the-global-economy-lets-make-sure-it-benefits-humanity>. – Дата звернення: 11.09.2025.
6. Organisation for Economic Co-operation and Development. Artificial Intelligence and Tourism [Електронний ресурс]. – OECD, 2024. – Режим доступу: https://www.oecd.org/en/publications/artificial-intelligence-and-tourism_3f9a4d8d-en.html. – Дата звернення: 10.09.2025.