

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛІ

Горностаї М.П., здобувач вищої освіти
Ахмедова О.О., доктор наук з державного управління, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

У сучасних умовах активної глобалізації та євроінтеграційного курсу України, прийом іноземних туристів стає важливою складовою діяльності готельного бізнесу. Забезпечення високого рівня сервісу та врахування культурних, мовних і поведінкових особливостей гостей з різних країн є ключовими факторами успішного функціонування готельного підприємства на міжнародному ринку. Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму, у 2023 році Україну відвідало понад 2,5 млн іноземців, і ця цифра продовжує зростати, навіть попри воєнний стан. У 2024 році державний кордон перетнуло вже понад 2,54 млн іноземних громадян. Це вимагає від готелів нових підходів до сервісу та технологічних рішень, здатних забезпечити комфорт і якість обслуговування гостей зі всього світу.[5]

Удосконалення технологій обслуговування іноземних туристів у готелі передбачає комплекс змін у матеріально-технічному забезпеченні, цифрових сервісах, системах бронювання, мультимовній підтримці та роботі персоналу. Серед головних завдань — адаптація комунікаційних систем, персоналізація послуг, впровадження міжнародних стандартів обслуговування, оптимізація логістики надання послуг, підвищення цифрової гнучкості та глибоке вивчення потреб іноземних гостей. Найважливішим є забезпечення технологічної доступності послуг у будь-який час та з будь-якої точки світу.

Першим кроком у напрямку модернізації готельного обслуговування є впровадження сучасних CRM-систем, які дозволяють зберігати профілі клієнтів, їхні вподобання, історію проживання та індивідуальні побажання. Такі системи як Opera Cloud, Cloudbeds або eZee Frontdesk підтримують мультимовні інтерфейси та синхронізацію з мобільними додатками, що дозволяє створити персоналізовані пропозиції для кожного туриста. Наприклад, готелі, які впровадили автоматизовані рекомендації на основі попереднього досвіду гостей, демонструють зростання рівня задоволеності на 20–25%.

Важливим аспектом є впровадження мультимовної підтримки на всіх рівнях обслуговування. Успішні готелі використовують цифрові перекладачі, мобільні додатки, QR-меню багатьма мовами, інтерактивні інформаційні термінали, голосових асистентів з функцією розпізнавання мови. Мовний бар'єр залишається одним із найчастіших джерел незадоволеності іноземних гостей, тому кожен член персоналу повинен володіти хоча б базовими знаннями англійської, а рецепція — мати постійний доступ до онлайн-перекладача чи підтримки гіда.[3]

Окрему увагу слід приділити системам онлайн-бронювання, які мають бути адаптовані для міжнародного трафіку. Інтеграція з платформами Booking.com, Expedia, TripAdvisor, Hostelworld та іншими дозволяє автоматизувати бронювання, надсилати повідомлення багатьма мовами, забезпечувати прозоре ціноутворення та приймати оплату в різних валютах. На офіційному сайті готелю також має бути доступна мультимовна версія з простим UX-дизайном. За дослідженням компанії Statista, понад 70% туристів приймають рішення про бронювання готелю на основі відгуків та зручності онлайн-сервісу.[4]

Удосконалення сервісу не можливе без мобільних технологій. Готелі дедалі частіше впроваджують мобільні додатки, які дозволяють здійснювати онлайн-реєстрацію, отримувати цифровий ключ від номера, замовляти послуги room-service, трансфер, пральню чи екскурсії. Такі додатки не лише підвищують зручність гостей, а й скорочують завантаження персоналу на 15–20%, підвищуючи точність обслуговування.

Цифрова навігація готелем також відіграє важливу роль. Використання інтерактивних карт, навігаторів приміщення, інфопанелей, AR-рішень для ознайомлення з розташуванням номерів, конференц-залів, фітнес-центрів тощо — значно підвищує задоволеність гостей та дозволяє знизити потребу в постійних поясненнях із боку персоналу.

Іншою перспективною сферою є інтеграція культурних особливостей у сервіс. Це включає адаптацію харчового меню (наприклад, халяльні страви, веганські пропозиції, безглютенова кухня), врахування релігійних та етичних норм (місця для молитви, певні види дозвілля, алкогольні обмеження). Готелі, які демонструють культурну чутливість, отримують на 35–40% більше позитивних відгуків на міжнародних платформах.

Важливо також підвищувати кваліфікацію персоналу через навчання, участь у міжнародних тренінгах, сертифікацію за стандартами ISO, НАССР, міжнародних асоціацій готельного бізнесу. В Україні такі ініціативи підтримуються локальними центрами професійної освіти, проте поки що мають фрагментарний характер. Варто запровадити систему постійного оцінювання якості обслуговування через опитування клієнтів, системи Net Promoter Score (NPS) та оцінки сервісу в реальному часі.

У таблиці 1 нижче представлено порівняння традиційних та сучасних підходів до обслуговування іноземних туристів у готелі.

Таблиця 1

Порівняння традиційних та сучасних підходів до обслуговування іноземних туристів

Критерій	Традиційний підхід	Сучасний підхід
Реєстрація	Паперові форми	Онлайн check-in через додаток або термінал
Мовна підтримка	Лише англійська на рецепції	Багатомовні платформи, перекладачі, QR-меню

Меню	Друковане українською	Цифрове меню багатьма мовами
Обслуговування номерів	Замовлення телефоном	Через мобільний додаток
Зв'язок з адміністрацією	Особисто або телефоном	Чат-боти, push-повідомлення, смарт-асистенти
Відгуки	Книга скарг/відгуків	Онлайн-опитування, платформи типу Trustpilot, Booking
Навігація	Орієнтування через персонал	Інтерактивні карти, AR-тури по готелю

Джерело: сформовано на основі [1,3]

Таким чином, удосконалення технологій обслуговування іноземних туристів у готелях України є не лише відповіддю на зростання міжнародного туристичного потоку, а й передумовою підвищення стандартів якості національного готельного бізнесу. Автоматизація, цифровізація, персоналізація сервісу, культурна чутливість і постійне навчання персоналу — це основні вектори, що забезпечать конкурентоспроможність українських готелів у післявоєнний період. Успішна реалізація цих напрямів сприятиме не лише задоволенню потреб гостей, а й формуванню позитивного іміджу України як відкритої, сучасної та гостинної країни.

Список використаних джерел

1. Леміш Ю. М. Нові форми просування туристичного продукту // *Туристична бібліотека*. 2024. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lemish.htm (дата звернення: 22.03.2025).
2. Лучко М. Р. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в умовах цифрової трансформації // *Туристична бібліотека*. 2024. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/luchko.htm (дата звернення: 22.03.2025).
3. Лутай А. П. Використання сучасних інформаційних технологій у туристичній галузі // *Торгівля і ринок України*. 2010. Вип. 30. Т. 1. С. 143–148.
4. Віртуальний туризм : навч. посіб. / О. М. Лубіцева, О. О. Любіцева, Л. В. Зінько та ін. Київ : Альтерпрес, 2011. 264 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/vt.htm (дата звернення: 22.03.2025).
5. Державне агентство розвитку туризму України. 2024. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 22.03.2025).