

## СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ

УДК 004.9; 338.48

DOI <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2025.1.2.50>

Т. С. КУКЛІНА

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
ORCID: 0000-0003-1637-3509

С. М. ЦВІЛИЙ

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
ORCID: 0000-0002-1720-6238

С. М. ЖУРАВЛЬОВА

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
ORCID: 0000-0003-4493-5775

## ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Стаття присвячена дослідженню використання штучного інтелекту в туристичній галузі. Інновації, пов'язані з штучним інтелектом, забезпечують високу швидкість обробки даних і прийняття рішень, що є критично важливим для галузі, орієнтованої на клієнтів. Штучний інтелект в туризмі охоплює такі основні напрямки як обслуговування клієнтів, аналіз обсягів даних, асистування, автоматизація процесів тощо. Штучний інтелект в туризмі сприяє підвищенню ефективності, покращенню досвіду клієнтів та розвитку нових інноваційних послуг в індустрії. За допомогою штучного інтелекту відбувається оптимізація внутрішніх процесів підприємств. Технології штучного інтелекту використовуються для автоматизації завдань, таких як управління бронюваннями, логістика та аналіз ринкових трендів. Здійснено аналіз новітніх технологій штучного інтелекту в обслуговуванні клієнтів, оптимізації діяльності туристичних підприємств та поліпшення досвіду мандрівників. Сервіси Google Maps, Waze, Citymapper, Locus Map, TripAdvisor активно використовують інтелектуальні технології для того, щоб зробити процес навігації і планування подорожей зручнішим, ефективнішим та адаптованим до потреб конкретного туриста. Google Earth, Layar, CityMaps2Go, Viar360 – ці додатки надають можливість інтерактивно взаємодіяти з інформацією про міста та місця, роблячи подорожі більш захопливими та зручними завдяки інтеграції карт, доповненої реальності та віртуальних турів. Додатки, які використовують потужні алгоритми інтелекту, щоб запропонувати оптимальні маршрути, враховуючи особисті вподобання користувачів, доступний час, бюджет та інші параметри (Rome2Rio, TripIt, Culture Trip). Елементи штучного інтелекту активно впроваджується у ресторанну галузь, яка є невід'ємною частиною туристичного бізнесу. Головними лідерами, які вже на повну використовують можливості штучного інтелекту в організації туристичного бізнесу є Китай, Японія та США.

**Ключові слова:** штучний інтелект, туристичний бізнес, технології, сервіс, інновація, споживач.

T. S. KUKLINA

Candidate of Economics Sciences,  
Associate Professor at the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business  
National University "Zaporizhzhian Polytechnic"  
ORCID: 0000-0003-1637-3509

S. M. TSVILIY

Candidate of Economics Sciences,  
Associate Professor at the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business  
National University "Zaporizhzhian Polytechnic"  
ORCID: 0000-0002-1720-6238

S. M. ZHURAVLOVA

Candidate of Economics Sciences,

Associate Professor at the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business

National University "Zaporizhzhian Polytechnic"

ORCID: 0000-0003-4493-5775

## USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE TOURISM BUSINESS

*The article is devoted to the study of the use of artificial intelligence in the tourism industry. Innovations related to artificial intelligence ensure high-speed data processing and decision-making, which is critically important for a customer-oriented industry. Artificial intelligence in tourism encompasses key areas such as customer service, data volume analysis, assistance, process automation, and more. Artificial intelligence in tourism contributes to increased efficiency, improved customer experience, and the development of new innovative services within the industry. It facilitates the optimization of internal business processes, with AI technologies being utilized for task automation such as booking management, logistics, and market trend analysis. The study analyzes the latest AI technologies in customer service, the optimization of tourism enterprise operations, and the enhancement of traveler experiences. Services like Google Maps, Waze, Citymapper, Locust Map, and TripAdvisor actively leverage intelligent technologies to make navigation and travel planning more convenient, efficient, and tailored to individual tourist needs. Applications such as Google Earth, Layar, CityMaps2Go, and Viar360 enable interactive engagement with information about cities and destinations, making travel more exciting and user-friendly through the integration of maps, augmented reality, and virtual tours. Apps powered by advanced AI algorithms, such as Rome2Rio, TripIt, and Culture Trip, provide optimal route suggestions based on user preferences, available time, budget, and other parameters. Elements of artificial intelligence are also being actively implemented in the restaurant industry, an integral part of the tourism business. The leading countries that have fully embraced the potential of artificial intelligence in organizing tourism businesses are China, Japan, and the United States.*

**Key words:** artificial intelligence, tourism business, technologies, service, innovation, consumer.

### Постановка проблеми

Туристичний бізнес стало змінюється під впливом цифровізації, що охоплює процеси бронювання, обслуговування та зв'язок з клієнтами. Штучний інтелект (ШІ) стає невід'ємною частиною цих змін, поновлюючи підходи до сервісу та оптимізації ресурсів. У контексті глобальної конкуренції застосування ШІ дозволяє компаніям бути більш адаптивними до потреб клієнтів. Інновації, пов'язані з ШІ, забезпечують високу швидкість обробки даних і прийняття рішень, що є критично важливим для галузі, орієнтованої на клієнтів. Зростаюча доступність технологій також відкриває можливості для малих і середніх підприємств у туристичному секторі.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Процеси дослідження використання ШІ в туризмі знаходяться у центрі уваги ряду вчених. Зокрема, дослідження М. Маріані стосуються технологій для досягнення конкурентних переваг [13]. Крім того, Городиська Н. [2] аналізує вплив інтелектуальних систем на задоволення клієнтів, а С. Іванов [11] досліджує питання автоматизації сервісів у туристичному бізнесі. Таким чином, актуальність вивчення ШІ у туризмі обумовлена не лише зростаючою роллю технологій, але й необхідністю адаптації до змінюваних умов ринку.

### Формулювання мети дослідження

Метою дослідження є вивчення можливостей застосування штучного інтелекту для підвищення ефективності роботи туристичних підприємств, покращення клієнтського досвіду та оптимізації бізнес-процесів у галузі туризму.

У роботі використано методи аналізу, синтезу, порівняння та систематизації. Аналізувалися наукові публікації, звіти та кейси застосування ШІ в туристичному бізнесі. Проведено огляд сучасних технологічних рішень та їх впливу на ефективність галузі.

### Викладення основного матеріалу дослідження

Штучний інтелект (ШІ) в галузі туризму – це використання технологій штучного інтелекту для автоматизації, оптимізації та вдосконалення процесів у туристичній індустрії [1]. Згідно з науковими визначеннями, ШІ в туризмі охоплює такі основні напрямки як обслуговування клієнтів, аналіз обсягів даних, асистування, автоматизація процесів тощо (табл. 1).

Штучний інтелект в туризмі сприяє підвищенню ефективності, покращенню досвіду клієнтів та розвитку нових інноваційних послуг в індустрії. Якщо розглядати більш детально, то ШІ у клієнтоорієнтованих сервісах сприяє персоналізації туристичних послуг шляхом аналізу великих обсягів даних про клієнтів. Чат-боти, віртуальні помічники та системи рекомендацій дозволяють швидко реагувати на запити та надавати індивідуальні пропозиції. Інтеграція ШІ у системи бронювання допомагає автоматично підбирати варіанти, враховуючи попередні уподобання користувачів, їх бюджет і мету подорожі. Такі сервіси, як Google Travel або Expedia, уже активно застосовують ці технології, забезпечуючи точність і зручність для користувачів [3].

Таблиця 1

## Напрями використання штучного інтелекту в галузі туризму

| Напрямок використання                  | Опис                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Персоналізація обслуговування клієнтів | ШІ аналізує дані про уподобання, поведінку та історію подорожей туристів для створення індивідуальних пропозицій, покращуючи досвід клієнтів. Наприклад, це може бути рекомендація щодо туристичних напрямків, готелів або активностей |
| Аналіз великих даних                   | ШІ допомагає аналізувати великі обсяги даних (Big Data), зібраних від користувачів (відгуки, пошукові запити, соціальні мережі), щоб зробити прогнози про попит, тенденції та уподобання туристів                                      |
| Чат-боти та віртуальні асистенти       | Використання чат-ботів на основі ШІ для надання консультацій, організації подорожей та підтримки клієнтів у реальному часі                                                                                                             |
| Інтелектуальні системи рекомендацій    | ШІ здатен створювати системи рекомендацій для туристичних компаній, використовуючи алгоритми машинного навчання для аналізу історії пошуку, уподобань та відгуків клієнтів                                                             |
| Прогнозування та оптимізація цін       | Використання алгоритмів ШІ для прогнозування змін у цінах на готелі, авіаквитки та інші туристичні послуги, а також для оптимізації цінової політики                                                                                   |
| Роботизація та автоматизація процесів  | Включає роботів для обслуговування клієнтів у готелях або аеропортах, а також автоматизацію процесів бронювання та управління подорожами                                                                                               |
| Удосконалення процесів безпеки         | ШІ може використовуватися для покращення заходів безпеки в туризмі, зокрема для аналізу загроз, відстеження змін у ситуації та запобігання ризикам                                                                                     |

Джерело: узагальнено за даними [1, 8, 14]

ШІ також сприяє розвитку маркетингу у туристичній галузі. Завдяки аналізу поведінкових даних, компанії можуть запускати таргетовані рекламні кампанії, досягаючи максимальної ефективності. Аналіз соціальних мереж дозволяє визначити потенційних клієнтів і пропонувати їм персоналізовані пропозиції.

За допомогою ШІ відбувається оптимізація внутрішніх процесів підприємств. Технології ШІ використовуються для автоматизації завдань, таких як управління бронюваннями, логістика та аналіз ринкових трендів. Це дозволяє зменшити витрати та підвищити продуктивність. Сучасні інструменти, такі як системи управління доходами (Revenue Management Systems), дозволяють аналізувати попит і пропозицію в реальному часі, коригуючи ціни відповідно до ринкових умов [12].

Автоматизація також торкається обслуговування клієнтів. Віртуальні помічники на основі ШІ, такі як Alexa або Siri, допомагають у пошуку інформації, бронюванні номерів чи квитків, а також вирішують загальні питання клієнтів. Завдяки цьому персонал може зосередитися на більш складних і творчих завданнях [10]. Особливої уваги заслуговує використання ШІ для поліпшення досвіду мандрівників. Інтелектуальні системи навігації, перекладачі та доповнена реальність створюють нові можливості для туристів (табл. 2).

Всі ці системи створюють комфортні умови для туристів, дозволяючи їм максимально використовувати свої можливості під час подорожі, зберігаючи час і гроші, а також знижуючи рівень стресу через складні маршрути чи незнайомі міста.

ШІ також допомагає у забезпеченні безпеки туристів. Системи моніторингу та прогнозування на основі ШІ можуть попереджати про можливі ризики, такі як несприятливі погодні умови або епідеміологічна ситуація в регіоні. Завдяки цьому туристи можуть планувати свої поїздки більш обдуманно [2, 9].

ШІ активно впроваджується у ресторанну галузь, яка є невід'ємною частиною туристичного бізнесу. Приклади застосування включають: персоналізацію обслуговування клієнтів (системи аналізу уподобань клієнтів пропонують індивідуальні рекомендації щодо меню), автоматизацію прийому замовлень (інтерактивні кіоски та мобільні додатки дозволяють робити замовлення без участі персоналу), чат-боти (вони використовуються для бронювання столиків і відповіді на запитання клієнтів), оптимізацію роботи кухні (системи прогнозування допомагають уникати перевитрат продуктів), роботи-офіціанти (автоматизують доставку страв до столів), підтримка дієтичних потреб (додатки з ШІ допомагають клієнтам вибирати страви відповідно до їхніх обмежень або уподобань), аналіз відгуків клієнтів (системи обробки текстів виявляють проблеми та покращують обслуговування), динамічне ціноутворення (ШІ коригує ціни на страви залежно від попиту).

Ці інновації не лише покращують досвід клієнтів, але й підвищують ефективність ресторанного бізнесу, створюючи додаткові конкурентні переваги.

Головними лідерами, які вже на повну використовують ШІ в організації туристичного бізнесу є Китай, Японія та США [10]. У Японії технології ШІ активно впроваджуються у готелях, таких як Henn-na Hotel, де роботи виконують роль рецепціоністів та обслуговують гостей. Також системи ШІ використовуються у транспортній сфері, зокрема в залізничних станціях для оптимізації розкладів і навігації для туристів. Китай є одним із лідерів у використанні ШІ в туризмі. Онлайн-платформи, такі як Ctrip, використовують алгоритми для персоналізації рекомендацій і прогнозування попиту. ШІ також інтегрований у системи розпізнавання обличчя для швидшої реєстрації в готелях та аеропортах. У США компанії, як-от Airbnb та Booking.com, активно впроваджують ШІ для вдосконалення систем бронювання і створення індивідуальних пропозицій. У готелях використовуються голосові помічники, такі як Amazon Echo, для забезпечення зручного сервісу гостям.

Таблиця 2

## Інтелектуальні системи навігації для туристів

| Назва системи                                               | Характеристика системи                                                                                                                                                                                                                                        | Приклад використання                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Навігаційні додатки на основі ШІ                            | Ці програми використовують алгоритми ШІ для розрахунку оптимальних маршрутів, враховуючи дорожні умови, погоду, час доби, інтереси туриста, а також пропонують альтернативні шляхи, якщо відбуваються зміни на маршруті (затори, перекриття доріг тощо)       | Google Maps, Waze, Citymapper, Komoot, Maps.me, TouristEye (TripAdvisor), Locus Map, Navmii                                                               |
| Інтерактивні карти та віртуальні гідів                      | Використання доповненої реальності (AR) та віртуальних гідів для навігації у реальному часі. Туристи можуть використовувати смартфони або окуляри для отримання візуальних підказок прямо в реальному світі, що полегшує орієнтацію в новому середовищі       | Google Earth, Layar, Arloopa, CityMaps2Go, TripAdvisor, ** izi. TRAVEL**, Mapillary, Visit A City, Viar360, The PocketGuide                               |
| Персоналізація маршрутів                                    | Інтелектуальні системи можуть аналізувати поведінку туриста, його уподобання та історію подорожей для створення персоналізованих рекомендацій щодо маршрутів, зупинок, цікавих місць, ресторанів, магазинів або культурних об'єктів                           | Google Maps, TripIt, Sygic Travel, Visit A City, Rome2Rio, Komoot, Roadtrippers, Musement, Utrip, Culture Trip                                            |
| Розпізнавання об'єктів та місць                             | ШІ-системи можуть використовувати технології комп'ютерного зору для розпізнавання об'єктів або пам'яток через камеру смартфона чи інші пристрої, що дозволяє туристам отримувати додаткову інформацію про навколишні об'єкти в реальному часі                 | Google Lens, SnapTravel (через Snapchat), Vivino, Seek by iNaturalist, PlantSnap, Google Arts & Culture, Blippar, Wikitude, Smartify, CamFind, Replika AI |
| Навігація для слабозорих та людей з обмеженими можливостями | Інтелектуальні системи можуть включати голосові підказки та адаптовані навігаційні рішення для людей з обмеженими можливостями, полегшуючи їх пересування в новому середовищі                                                                                 | Be My Eyes, Seeing AI, Aira, Lazarillo, BlindSquare, NaviLens, GoodMaps Explore, RightHear, Soundscape, WayAround                                         |
| Адаптивність до умов навколишнього середовища               | Системи можуть автоматично враховувати зміни погодних умов, природні катастрофи, переповненість туристичних місць або сезонні зміни в інфраструктурі для коригування маршрутів або запропонування альтернатив                                                 | Weather Underground, Dark Sky (Apple Weather), Google Maps, Komoot, Windy, AccuWeather AllTrails, CalTopo                                                 |
| Інтеграція з іншими сервісами                               | Інтелектуальні навігаційні системи можуть бути інтегровані з іншими туристичними сервісами, такими як бронювання готелів, оренда автомобілів, пропозиції щодо місцевих заходів та подій, дозволяючи туристам планувати свою подорож більш зручно та ефективно | Expedia                                                                                                                                                   |

Джерело: власна розробка.

Попри численні переваги, використання ШІ у туристичному бізнесі супроводжується певними викликами. Одним із них є висока вартість впровадження технологій, що може бути недоступним для невеликих компаній. Крім того, виникають питання щодо захисту даних клієнтів, які активно збираються і аналізуються системами ШІ. Згідно з дослідженнями, близько 65 % клієнтів занепокоєні тим, як їхні персональні дані використовуються туристичними компаніями.

Іншою проблемою є необхідність адаптації співробітників до нових технологій. Впровадження ШІ вимагає навчання персоналу, що може займати час і потребувати додаткових ресурсів. Таким чином, для успішного використання ШІ необхідно забезпечити баланс між технологічними інноваціями та людським фактором.

### Висновки

Основні результати дослідження включають персоналізацію клієнтських послуг за допомогою чат-ботів, віртуальних помічників та систем рекомендацій, що дозволяють ефективно реагувати на запити користувачів і пропонувати індивідуальні варіанти. Оптимізація бізнес-процесів як використання ШІ в автоматизації управління бронюваннями, ціноутворенням та логістикою, що дозволяє зменшити витрати і підвищити продуктивність. ШІ допомагає створювати нові можливості для туристів через інтерактивні карти, доповнену реальність, навігацію для людей з обмеженими можливостями та адаптивні додатки, що веде до розвитку інноваційних послуг. Для визначення тенденцій на ринку, прогнозування попиту та запуску ефективних рекламних кампаній ШІ використовують як аналіз великих даних. Це призводить до покращення обслуговування та безпеки через інтеграцію систем моніторингу та прогнозування ризиків (погода, епідеміологічні ситуації).

Перспективами подальших досліджень є вивчення більш детального впливу роботизації на туристичну індустрію, зокрема на робочі місця в туристичних компаніях, а також розробка нових інструментів для підвищення ефективності використання ШІ в управлінні туристичними потоками та забезпеченні безпеки подорожей. Крім того, є необхідність досліджувати етичні питання, пов'язані з впровадженням ШІ в туристичний бізнес, а також його вплив на приватність даних клієнтів.

### Список використаної літератури

1. Баранова К. А., Яровий В. Ф. Використання платформ на базі штучного інтелекту у сфері туризму. Матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні* (м. Херсон, 25 квітня 2023 р.) Херсон : ХДАЕУ, 2023. 172 с. С. 67–69.



2. Городиська Н., Махно А. Використання штучного інтелекту у туристичній діяльності. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених та студентів. *Філософські виміри техніки* (PDT-2022). С. 69–71.
3. Ільницька-Гикавчук Г.Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. 2022. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-38.pdf>
4. Карпенко Ю., Кириченко Ю. Напрями використання штучного інтелекту в туризмі. Матеріали всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, Миколаївський національний аграрний університет, 2024. С. 107–109.
5. Мельник О.В., Ковальчук О.І. Використання штучного інтелекту в управлінні туристичними потоками. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2022. 38(2). С. 78–86.
6. Миронюк Т., Круль В., Хмельницький О. Сучасні тренди, реалії і перспективи розвитку туристичного бізнесу. *Сучасні тренди, реалії і перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанної справи* : збірник тез Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Хмельницький – Меджибіж, 23–24 травня 2024 року). Хмельницький – Меджибіж : Хмельницький національний університет, 2024. С. 13–15.
7. Мендела І.Я. Стратегії онлайн-продажу готельного продукту. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. Вип. 17. Т. 2. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. 2021. С. 195–203.
8. Штучний інтелект змінить сферу туризму раз і назавжди. 2019. URL: <https://www.imena.ua/blog/ai-change-tourism/>
9. Del Vecchio P., Mele G. AI in Smart Tourism Destinations: A Review of Applications and Challenges. *Information Technology & Tourism*. 2022. 24(2). P. 125–145. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00217-1>
10. Gursoy D., & Chi C. G. Impacts of AI and Robots on the Tourism Workforce: Future Directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2023. 32(4). P. 320–335. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2165673>
11. Ivanov S.H., Webster C. Robots in Tourism: Theoretical Perspectives on their Adoption and Impacts. *Tourism Economics*. 2020. 26(7). P. 1146–1163. <https://doi.org/10.1177/1354816620946541>
12. Li J., Zhang, H., & Wang Y. (2021). The Impact of Artificial Intelligence on Customer Experience in Tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2021. 12(2), P. 253–270. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2020-0206>
13. Mariani M. M. Big Data and AI in Tourism: Opportunities and Challenges for Competitive Advantage. *Journal of Tourism Futures*. 2021. 7(3). P. 239–253. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2019-0143>
14. Savchuk B., Pantyuk T., Kotenko R., Tkachivska I., Vysochan L., Pustovit H., Bilawicz J., Bilavych H., Fedchyshyn N. The Usage of Coaching Technology in the Formation of Emotional Intelligence of Future Tourism Managers. *International Journal of Applied Exercise Physiology*. 2020. Vol. 9 No. 8. P. 202–210.
15. Skyscanner introduces AI tool to personalise search results for travelers. URL: <https://bwhotelier.com/article/skyscanner-introduces-ai-tool-to-personalise-search-results-for-travellers-494943>
16. Use these 5 AI-powered tools to plan your summer travel. URL: <https://blog.google/products/maps/google-ai-summer-travel-planning/>

## References

1. Baranova, K. A., & Yarovy, V. F. (2023). *Vykorystannya platform na bazi shchuchnoho intelektu u sferi turizmu*. In *Materials of the II All-Ukrainian Scientific and Practical Conference "Current State and Development Potential of the Hospitality Industry in Ukraine"* (pp. 67–69). Kherson : KhDAEU.
2. Horodys'ka, N., & Makhno, A. (2022). *Vykorystannya shchuchnoho intelektu u turystychniy diyal'nosti*. In *Materials of the III International Scientific and Practical Conference of Young Scientists and Students "Philosophical Dimensions of Technology"* (PDT-2022) (pp. 69–71).
3. Il'nyts'ka-Hykavchuk, G. Ya. (2022). *Rol' tsyfrovyykh platform v zrostanni turystychnoho biznesu*. *Kherson State University Journal*. Retrieved from <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-38.pdf>
4. Karpenko, Yu., & Kyrychenko, Yu. (2024). *Napryamy vykorystannya shchuchnoho intelektu v turizmi*. In *Materials of the All-Ukrainian Scientific and Practical Internet Conference*, Mykolaiv National Agrarian University (pp. 107–109).
5. Mel'nyk, O. V., & Koval'chuk, O. I. (2022). *Vykorystannya shchuchnoho intelektu v upravlinni turystychnykh potokamy*. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, 38(2), 78–86.
6. Myroniuk, T., Krul, V., & Khmel'nyts'kyi, O. (2024). *Suchasni trendy, realii i perspektivy rozvytku turystychnoho biznesu*. In *Modern Trends, Realities, and Prospects for Tourism and Hospitality Development: Abstracts of the International Scientific and Practical Internet Conference* (pp. 13–15). Khmel'nyts'kyi : Khmel'nyts'kyi National University.
7. Mendela, I. Ya. (2021). *Stratehii onlayn-prodaazhu hotel'noho produkta*. *Actual Issues of Regional Economic Development*, 17(2), 195–203. Ivano-Frankivsk: Prykarpats'kyi National University.
8. *Shchuchnyy intelekt zminyt' sferu turizmu raz i nazavzhdy* (2019). Retrieved from <https://www.imena.ua/blog/ai-change-tourism/>

9. Del Vecchio, P., & Mele, G. (2022). AI in smart tourism destinations: A review of applications and challenges. *Information Technology & Tourism*, 24(2), 125–145. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00217-1>
10. Gursoy, D., & Chi, C. G. (2023). Impacts of AI and robots on the tourism workforce: Future directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(4), 320–335. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2165673>
11. Ivanov, S. H., & Webster, C. (2020). Robots in tourism: Theoretical perspectives on their adoption and impacts. *Tourism Economics*, 26(7), 1146–1163. <https://doi.org/10.1177/1354816620946541>
12. Li, J., Zhang, H., & Wang, Y. (2021). The impact of artificial intelligence on customer experience in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(2), 253–270. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2020-0206>
13. Mariani, M. M. (2021). Big data and AI in tourism: Opportunities and challenges for competitive advantage. *Journal of Tourism Futures*, 7(3), 239–253. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2019-0143>
14. Savchuk, V., Pantyuk, T., Kotenko, R., Tkachivska, I., Vysochan, L., Pustovit, N., Bilawicz, J., Bilavych, N., & Fedchyshyn, N. (2020). The usage of coaching technology in the formation of emotional intelligence of future tourism managers. *International Journal of Applied Exercise Physiology*, 9(8), 202–210.
15. Skyscanner introduces AI tool to personalise search results for travelers. (n.d.). Retrieved from <https://bwhotelier.com/article/skyscanner-introduces-ai-tool-to-personalise-search-results-for-travellers-494943>
16. Use these 5 AI-powered tools to plan your summer travel. (2022). Retrieved from <https://blog.google/products/maps/google-ai-summer-travel-planning/>