

Державний торговельно-економічний університет  
Кафедра менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:  
**Цифрові технології дистрибуції VIP-послуг  
суб'єкта гостинності**

Студента 2 курсу, 1м групи  
спеціальності 073  
«Менеджмент»  
Освітня програма  
«Лакшері менеджмент і маркетинг»

Івасенко  
Софія Владиславівна

---

*підпис  
студента*

Науковий керівник  
д.е.н., проф.

Босовська Мирослава  
Веліксівна

---

*підпис  
керівника*

Гарант освітньої  
програми  
д.е.н., проф.

Босовська Мирослава  
Веліксівна

---

*підпис  
гаранта*

Київ 2023

## Державний торговельно-економічний університет

Факультет технологій  
та бізнесу

Кафедра менеджменту готельно-  
ресторанного бізнесу

Спеціальність

073 «Менеджмент»

Освітня програма

Лакшері менеджмент і маркетинг

### ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри менеджменту готельно-  
ресторанного бізнесу

\_\_\_\_\_ М. Г. Бойко  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

### Завдання

на кваліфікаційну роботу студентів

Коломієць Аліні Сергіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: Цифрові технології дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності

Затверджена наказом ректора від «01» листопада 2023 р. № 3899.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 15 листопада 2024 року

3. Цільова установка та вихідні дані до кваліфікаційної роботи:

*Мета роботи* – дослідження теоретичних та прикладних засад, розробка рекомендацій щодо впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності

*Об'єкт дослідження* – процес впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності

*Предмет дослідження* – теоретичні, методологічні та практичні засади впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом )

Вступ

Розділ 1. Теоретичні основи впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності

1.1. Теоретичний базис цифровізації дистрибуції

1.2. Технології цифровізації дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності

Розділ 2. Діагностика ефективності впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»

2.1. Позичування готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» на ринку лакшері-послуг

2.2. Оцінка цифрових технологій дистрибуції

2.3. Аналіз ефективності цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг

Розділ 3. Удосконалення цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»

3.1 Розроблення стратегії та програм цифровізації дистрибуції послуг для VIP- сегментів споживачів

3.2. Оцінка ефективності стратегії та програм

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

## 5. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів написання кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	01.11.- 26.12.2023	01.11.- 26.12.2023
2	Оформлення і затвердження завдання на кваліфікаційну роботу	28.12.2023	28.12.2023
3	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	03.04.2024	03.04.2024
5	Написання, оформлення та здача керівнику наукової статті	01.05.2024	01.05.2024
6	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	01.09.2024	01.09.2024
8	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	01.10.2024	01.10.2024
9	Попередній захист кваліфікаційної роботи у комісіях	16.10.- 21.10.2024	16.10.- 21.10.2024
10	Подання кваліфікаційної роботи та реферату на кафедру	17.11.2024	17.11.2024
11	Отримання у деканаті направлення на зовнішнє рецензування	18.11- 20.11.2024	18.11- 20.11.2024
12	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання 30.10.2023 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи

Босовська М.В.  
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми

Босовська М.В.  
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Івасенко С.В.  
(прізвище, ініціали, підпис)

## 10. Відгук керівника кваліфікаційної роботи

Студентка Івасенко С.В. виконала кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно затвердженого календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає усім вимогам. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У кваліфікаційній роботі проаналізовано та узагальнено практичні, методологічні та теоретичні основи цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності. Проведено оцінку впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності. За результатами аналітичних досліджень розроблено комплекс заходів щодо удосконалення дистрибуції послуг шляхом впровадження цифрових технологій. Робота мала б більш завершений вигляд при економічному обґрунтуванні пропозицій.

Робота є виконана самостійно та рекомендується до захисту у ЕК.

Кваліфікаційна робота студента

Івасенко С.В.

*(прізвище, ініціали)*

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Босовська М.В.

*(підпис, прізвище, ініціали)*

Завідувач кафедри

Бойко М.Г.

*(підпис, прізвище, ініціали)*

“ \_\_\_\_\_ ” 2024 р.

## ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1 Теоретичні основи впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності.....	10
1.1 Теоретичний базис цифровізації дистрибуції.....	10
1.2 Технології цифровізації дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності	13
Розділ 2 Діагностика ефективності впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» .....	20
2.1 Позичування готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» на ринку лакшері- послуг .....	20
2.2 Оцінка цифрових технологій дистрибуції .....	23
2.3 Аналіз ефективності цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг.....	29
Розділ 3 Удосконалення цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» .....	33
3.1 Розроблення стратегії та програм цифровізації дистрибуції послуг для VIP- сегментів споживачів.....	33
3.2 Оцінка ефективності стратегії та програм .....	37
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44

## Вступ

**Актуальність** теми дослідження зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, які докорінно змінюють підходи до управління та дистрибуції VIP-послуг у сфері гостинності. У сучасних умовах цифровізація не лише спрощує взаємодію між готелями та їх клієнтами, а й створює унікальні можливості для підвищення якості обслуговування, персоналізації послуг і формування довгострокової лояльності споживачів. Готельна індустрія, зокрема в сегменті лакшері-послуг, стикається з викликами необхідності швидкої адаптації до технологічних змін і високих очікувань клієнтів. У цьому контексті впровадження інноваційних цифрових рішень є важливим стратегічним завданням для підвищення конкурентоспроможності готелів, таких як Fairmont Grand Hotel Kyiv, що є яскравим прикладом суб'єкта гостинності, орієнтованого на VIP-аудиторію.

**Об'єкт** дослідження – це процес впровадження цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг у сфері гостинності. **Предмет** дослідження включає теоретичні, методологічні та практичні засади використання цифрових інструментів для оптимізації дистрибуції послуг преміум-сегмента.

**Мета** дослідження полягає у визначенні особливостей та переваг впровадження цифрових технологій у дистрибуцію VIP-послуг суб'єкта гостинності, а також у розробці рекомендацій для підвищення ефективності таких процесів. Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення комплексу завдань, серед яких: аналіз сучасного стану використання цифрових технологій у готельному бізнесі; визначення ключових етапів цифровізації процесів дистрибуції VIP-послуг; оцінка ефективності використання таких технологій на прикладі Fairmont Grand Hotel Kyiv; розробка рекомендацій щодо удосконалення стратегій цифровізації.

**Методи дослідження та методика** виконання роботи ґрунтуються на теоретичному аналізі наукових праць, статистичних даних і практичних кейсів у сфері гостинності. Використовуються методи порівняння, спостереження, опитування та анкетування, а також SWOT-аналіз. **Етапи**

дослідження включають теоретичне вивчення базових аспектів цифровізації, аналіз практичного впровадження цифрових рішень, оцінку їх ефективності, а також розробку практичних рекомендацій для вдосконалення процесів.

Практична значущість дослідження полягає в можливості застосування отриманих результатів для оптимізації процесу надання VIP-послуг у першокласних готелях, що дозволить покращити якість обслуговування та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Індустрія гостинності, особливо у VIP-сегменті, потребує постійних інновацій для того, щоб залишатися конкурентоспроможною. У сучасному світі технологічний прогрес відкрив доступ до численних інструментів для автоматизації процесів, підвищення операційної ефективності та створення унікального клієнтського досвіду. Цифрові технології, такі як платформи онлайн-бронювання, системи персоналізації послуг, інтегровані CRM-системи та штучний інтелект, стають невід'ємною частиною операційного менеджменту готелів класу люкс. Зокрема, такі технології можуть значно збільшити охоплення клієнтів, підвищити точність аналізу їхніх потреб і забезпечити вищий рівень обслуговування.

Діджиталізація надання послуг - одна з ключових тенденцій розвитку індустрії гостинності за останнє десятиліття: Поширення VIP-послуг більше не обмежується фізичним контактом з клієнтами, а також через спеціалізовані веб-сайти, мобільні додатки, соціальні мережі, інтегровані маркетингові платформи та інші цифрові канали. Ці канали дозволяють ефективно просувати спеціальні пропозиції, підтримувати контакт з гостями та надавати інформацію в режимі реального часу. В результаті цифрові технології стають інструментом, який не тільки збільшує дохід, але й покращує репутацію готелів у глобальному масштабі.

Fairmont Grand Hotel Kyiv є прикладом готельної компанії, яка прагне відповідати міжнародним стандартам у сфері обслуговування VIP-клієнтів. Готель активно використовує новітні цифрові рішення для надання своїх послуг. Це дозволяє створювати персоналізовані пропозиції для кожного

гостя, будувати партнерські відносини з міжнародними туристичними операторами та підвищувати ефективність управління ресурсами. Такий підхід сприяє формуванню іміджу готелю як інноваційного та технологічного бренду, що відповідає високим очікуванням VIP-гостей.

Не менш важливою є інтеграція штучного інтелекту та аналітичних систем у процеси управління готельним сервісом. Такі технології дозволяють автоматизувати обробку великих обсягів даних про клієнтів, що допомагає точніше прогнозувати їхні потреби та створювати персоналізовані пропозиції. Наприклад, аналізуючи поведінку клієнтів, системи можуть автоматично надавати додаткові послуги або оптимізувати розподіл номерного фонду. Це не тільки підвищує задоволеність гостей, але й покращує середній рівень контролю.

Тому важливим як з наукової, так і з практичної точки зору є дослідження впливу цифрових технологій на дистрибуцію VIP-послуг у готельних компаніях. Успішне впровадження таких рішень дозволить покращити сервіс, підвищити імідж готелю та сприятиме сталому розвитку готельного бізнесу в умовах глобальної діджиталізації. Отримані результати можуть бути використані як основа для прийняття стратегічних рішень у сфері управління гостинністю та підвищення ефективності маркетингових і операційних процесів.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДИСТРИБУЦІЇ VIP-ПОСЛУГ СУБ'ЄКТА ГОСТИННОСТІ

### 1.1 Теоретичний базис цифровізації дистрибуції

У сучасних умовах діджиталізація стала ключовим елементом трансформації бізнесу, особливо в індустрії гостинності, де якість і доступність послуг мають вирішальне значення. Діджиталізація дистрибуції передбачає використання новітніх інформаційних технологій для оптимізації процесів надання послуг та взаємодії з клієнтами. За словами Ф. Котлера, цифрові технології не тільки знижують витрати, але й значно підвищують ефективність маркетингових стратегій та операційного менеджменту, допомагаючи компаніям отримати конкурентну перевагу на ринку [2, с. 245].

Цифрові платформи стали важливим інструментом управління дистрибуцією послуг у готельному бізнесі. Цифрові платформи дозволяють уніфікувати всі етапи взаємодії з клієнтом, від першої точки контакту до післяпродажного обслуговування. CRM-системи, наприклад, не лише централізовано зберігають дані про клієнтів, але й надають інструменти для аналізу вподобань клієнтів та прогнозування їхньої поведінки [6, с. 89]. Завдяки таким системам готелі можуть персоналізувати свої пропозиції, що дуже важливо для VIP-сегменту, який має найвищі вимоги до якості обслуговування та персоналізованого підходу.

Штучний інтелект та великі дані також активно використовуються для покращення надання послуг: Як зазначає Д. Юран, за допомогою аналізу великих обсягів даних можна ефективно прогнозувати потреби клієнтів і визначати найкращий підхід до взаємодії з ними [17, с. 523]. Штучний інтелект сприяє автоматизації процесів обслуговування, наприклад, за допомогою чат-ботів та віртуальних асистентів, забезпечуючи цілодобову підтримку клієнтів та швидкий доступ до інформації.

Діджиталізація дистрибуції також впливає на канали продажів. Хоча традиційні канали, такі як туристичні агенції та телефонне бронювання, залишаються важливими, онлайн-платформи, такі як Booking.com та Airbnb, суттєво змінюють структуру ринку [24]. Ці платформи надають готелям доступ до глобальної аудиторії, спрощуючи при цьому процес пошуку та бронювання для користувачів; на думку Гончарової, використання таких платформ значно підвищує впізнаваність брендів та покращує їхню репутацію серед споживачів [1, с. 38].

Варто також зазначити, що діджиталізація змінила підхід до ціноутворення в індустрії гостинності. Інструменти динамічного ціноутворення на основі аналізу попиту дозволяють коригувати ціни в режимі реального часу та оптимізувати доходи готелів [7, с. 154]. Особливо це актуально для VIP-сегменту, де ціна послуг часто залежить від ексклюзивності та персоналізації пропозиції.

Загалом теоретичні засади діджиталізації дистрибуції охоплюють широкий спектр інноваційних інструментів та підходів, спрямованих на підвищення ефективності та якості послуг. Як підсумовує Ісікава, діджиталізація - це не просто тренд, а необхідність для компаній, які хочуть залишатися конкурентоспроможними на глобальному ринку [18, с. 412]: Використання цифрових технологій у наданні VIP-послуг відкриває нові горизонти в розвитку готельного бізнесу, підвищує задоволеність клієнтів та оптимізує бізнес-процеси.

Діджиталізація надання VIP-послуг також відіграє важливу роль у формуванні іміджу готелів на міжнародному ринку. Використання цифрових платформ для взаємодії з клієнтами сприяє формуванню довіри до бренду, оскільки забезпечує прозорість процесу бронювання, доступність інформації про послуги та гарантію якісного обслуговування. На думку Ф. Кросбі, коли компанії демонструють свою готовність до інновацій та постійного вдосконалення сервісу, лояльність клієнтів значно зростає [19, с. 192]. Це

особливо важливо для VIP-сегменту, де споживачі очікують від готелів якісного сервісу, а також інноваційних рішень.

Ще одним важливим аспектом діджиталізації дистрибуції є можливість інтегрувати різні елементи бізнес-моделі в єдину екосистему. Наприклад, платформа управління готельним сервісом може об'єднати маркетингові кампанії, бронювання, управління персоналом та взаємодію з партнерами. На думку В. Федорченка, така інтеграція не лише оптимізує внутрішні процеси готелю, а й значно підвищує його конкурентоспроможність [6, с. 145].

Крім того, цифрові технології дозволяють створювати унікальний клієнтський досвід, що є основою успіху у VIP-сегменті. Використання таких рішень, як мобільні додатки, що дозволяють гостям самостійно обирати послуги, та інтелектуальні системи, які підлаштовують умови проживання під їхні вподобання, забезпечують високий ступінь персоналізації. На думку Каору Ісікави, персоналізація послуг стає основним фактором, що впливає на формування вподобань клієнтів [18, с. 417].

Водночас діджиталізація вимагає від готелів постійного вдосконалення систем безпеки. Сучасні технології передбачають обробку великих обсягів персональних даних клієнтів, що робить питання безпеки надзвичайно важливим: Згідно зі стандартом ISO 9001:2015, впровадження системи управління якістю має включати заходи щодо захисту інформації, які підвищують довіру клієнтів до бренду [4, с. 29]; в контексті VIP-послуг це особливо важливо, оскільки гості часто вимагають вищого ступеня конфіденційності.

Нарешті, важливо підкреслити, що оцифрування дистрибуції - це не самоціль, а засіб для досягнення готелем своїх стратегічних цілей. За словами Едвардса Демінга, впровадження цифрових рішень має бути частиною стратегії розвитку всього підприємства, спрямованої на створення цінності для клієнтів [17, с. 371]. У цьому контексті важливо, щоб готелі не лише впроваджували інноваційні технології, а й забезпечували їхню інтеграцію в

усі аспекти своїх бізнес-процесів. Такий підхід не лише підвищує ефективність, але й створює довгострокові ринкові переваги.

## 1.2 Технології цифровізації дистрибуції VIP-послуг суб'єкта гостинності

Діджиталізація дистрибуції стала невід'ємною частиною інноваційного розвитку індустрії гостинності. Вона уможлиблює автоматизацію, підвищує точність управління та відкриває нові можливості для взаємодії з клієнтами. Одним із ключових елементів цих технологій є системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), які інтегрують інформацію про клієнтів і дозволяють готелям створювати персоналізовані пропозиції. Наприклад, використання CRM у VIP-сегменті дозволяє автоматизувати обробку замовлень, передбачати потреби клієнтів і відстежувати рівень їхньої задоволеності (див. таб. 1.1).

*Таблиця 1.1*

### Основні функції CRM-систем у готельному бізнесі

Функція	Опис
Збір даних	Інтеграція інформації про клієнтів із різних каналів.
Персоналізація	Автоматичне налаштування пропозицій відповідно до вподобань гостей.
Моніторинг взаємодії	Відстеження історії бронювань і відгуків клієнтів.
Аналіз ефективності	Оцінка результативності маркетингових кампаній.
Автоматизація процесів	Зменшення ручної роботи у повторюваних операціях.

Ще одним важливим інструментом є динамічне ціноутворення, яке дозволяє змінювати вартість послуг у залежності від попиту, сезону, рівня заповнюваності та інших факторів. Використання алгоритмів машинного навчання в цьому процесі забезпечує точні прогнози щодо оптимальної ціни

для кожного сегмента клієнтів [7, с. 155]. Наприклад, у VIP-сегменті такі системи дозволяють враховувати індивідуальні особливості бронювання, забезпечуючи максимальний дохід для готелю при одночасному задоволенні потреб гостей.

Роль платформ для онлайн-бронювання також важко переоцінити. Завдяки таким платформам, як Booking.com або Airbnb, готелі отримують доступ до глобальної аудиторії та можуть автоматизувати процеси пошуку і бронювання. Для VIP-послуг особливе значення мають функції індивідуалізованих пропозицій, які включають вибір пакетів послуг, спеціальних умов проживання або ексклюзивних знижок (див. таб. 1.2).

*Таблиця 1.2*

### **Переваги онлайн-платформ для дистрибуції VIP-послуг**

Перевага	Значення для VIP-послуг
Глобальний доступ	Розширення ринку та збільшення кількості потенційних клієнтів.
Індивідуалізація	Можливість налаштувати пропозиції відповідно до потреб VIP-клієнтів.
Автоматизація процесів	Зниження витрат на ручне управління бронюваннями.
Розширена аналітика	Отримання даних для вдосконалення сервісу та маркетингових стратегій.

Інтеграція технології штучного інтелекту також дуже важлива для дистрибуції VIP-послуг. За допомогою ШІ можна обробляти великі обсяги даних і знаходити найкраще рішення для кожного клієнта. Наприклад, використання чат-ботів для цілодобового обслуговування гостей стало стандартом у провідних готелях, забезпечуючи швидкий і легкий доступ до інформації [17, с. 526].

До інновацій у сфері дистрибуції можна віднести розробку мобільних додатків, які дозволяють клієнтам керувати своїм досвідом від початкового

бронювання до завершення перебування. Такі додатки надають можливість не тільки бронювати послуги, але й замовляти додаткові сервіси, отримувати інформацію про спеціальні події та підтримувати постійний зв'язок з готелем [6, с. 92]. Всі ці інструменти стають невід'ємними складовими сучасного готельного бізнесу, спрямованого на задоволення потреб VIP-клієнтів та підвищення ефективності роботи.

Цифрові технології також відкривають можливості для покращення клієнтського досвіду шляхом інтеграції додаткових послуг у процес обслуговування VIP-клієнтів. Прикладом можуть слугувати платформи, які об'єднують різні послуги, такі як бронювання житла, трансфери, бронювання столиків у ресторанах та екскурсії. Такі інструменти дозволяють створювати комплексні пропозиції, які надають клієнтам високий ступінь зручності та підвищують задоволеність [7, с. 158].

Віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR) - це інноваційні інструменти для індустрії гостинності. Вони дозволяють клієнтам ознайомитися з номером та інфраструктурою готелю ще до його бронювання. Це особливо важливо для VIP-клієнтів, які хочуть отримати детальну інформацію про комфорт та зручності. На думку Ісікави, використання таких технологій дає клієнтам душевний спокій і підвищує довіру до бренду [18, с. 419].

Інтернет речей (IoT) також змінює надання VIP-послуг: В «розумних» номерах, обладнаних технологією IoT, гості можуть керувати освітленням, температурою, музикою та іншими параметрами через мобільний додаток. У VIP-сегменті такі рішення є ключем до надання унікального клієнтського досвіду, оскільки забезпечують створення максимально комфортного середовища проживання [6, с. 96].

Технологія блокчейн почала використовуватися для захисту транзакцій і даних у процесі дистрибуції послуг. Блокчейн гарантує прозорість фінансових операцій, захист персональних даних клієнтів та зниження

ризиків шахрайства. Це особливо важливо в контексті VIP-послуг, оскільки клієнти в цьому сегменті очікують вищого рівня безпеки [4, с. 33].

Іншим важливим напрямком є використання великих даних для аналізу поведінки клієнтів та прогнозування їхніх потреб. Такі системи можуть сегментувати клієнтів на основі їхніх уподобань, минулого досвіду та поведінки. Це дозволяє готелям створювати персоналізовані пропозиції, які найкраще відповідають очікуванням VIP-гостей. За словами Демінга, аналіз даних є основою для прийняття стратегічних рішень у сучасному бізнесі [17, с. 374].

Платформи автоматизації маркетингу, інтегровані з наданням послуг, також мають велике значення. Ці платформи дозволяють проводити автоматизовані кампанії, такі як персоналізовані електронні листи, реклама в соціальних мережах і push-повідомлення; у VIP-сегменті ці технології забезпечують постійний зв'язок з клієнтами та інформують їх про спеціальні пропозиції та події [1, с. 42].

Цифрові канали також можуть допомогти підвищити зручність комунікації. Використання чат-ботів і віртуальних асистентів може полегшити взаємодію з готелями, швидко реагуючи на запити клієнтів. VIP-клієнти особливо цінують можливість отримати відповіді на свої запитання в режимі реального часу без необхідності зв'язуватися з менеджером [17, с. 529].

Технологія голосового управління також поширена у VIP-сегменті. Наприклад, системи, які дозволяють клієнтам замовляти послуги за допомогою голосових команд, значно підвищують зручність користування. Такі технології інтегруються зі смарт-пристроями в готельних номерах, створюючи унікальний користувацький досвід [6, с. 99].

Ще одним цікавим напрямком діджиталізації надання послуг стає гейміфікація. Гейміфікація може залучати клієнтів через інтерактивні програми лояльності, конкурси та бонусні системи, які надають додаткову

цінність клієнтам і заохочують їх до повторного використання готельних послуг [19, с. 196].

Цифрові технології дистрибуції VIP-послуг суттєво змінять підхід до управління бізнес-процесами в індустрії гостинності. Однією з найважливіших особливостей є можливість забезпечити персоналізацію на всіх етапах взаємодії з клієнтом. Системи, які інтегрують великі дані, аналізують поведінку клієнтів і пропонують рішення, що відповідають індивідуальним потребам, створюють значні конкурентні переваги.

Наприклад, CRM-системи можуть автоматизувати процес бронювання, а також дозволяють проводити більш глибокий аналіз потреб клієнтів. Це дозволяє готелям розробляти унікальні пропозиції, які найкраще відповідають очікуванням VIP-сегменту. Такі системи також полегшують моніторинг задоволеності клієнтів за допомогою аналізу зворотного зв'язку та автоматизованих опитувань.

Інноваційним інструментом у цій сфері є динамічне ціноутворення, яке враховує різні фактори, такі як попит, сезонність, заповнюваність та індивідуальні вподобання клієнтів. У VIP-сегменті ця технологія дозволяє готелям максимізувати дохід, одночасно задовольняючи потреби клієнтів, пропонуючи тарифи, які відповідають очікуванням і бюджету клієнтів. Ця технологія може бути використана для максимізації доходів, одночасно задовольняючи потреби клієнтів, пропонуючи тарифи, що відповідають їхнім очікуванням і бюджету.

Платформи онлайн-бронювання, такі як Booking.com та Airbnb, автоматизують процес і розширюють можливості готелів для залучення глобальної аудиторії; особливе значення для VIP-послуг має функція персоналізованої пропозиції, яка дозволяє створювати індивідуальні пакети, що відповідають потребам клієнта.

Важливу роль у наданні VIP-послуг відіграє штучний інтелект: Використання чат-ботів для цілодобової підтримки стало стандартом у багатьох провідних готелях. Чат-боти не тільки забезпечують швидкий і

легкий доступ до інформації, а й спрощують вирішення регулярних запитів і зменшують навантаження на персонал.

Мобільні додатки - ще один важливий елемент діджиталізації VIP-сервісу. Окрім бронювання номерів та послуг, вони надають доступ до додаткових функцій, таких як бронювання транспорту, відвідування заходів та замовлення екскурсій. Ці додатки надають клієнтам зручний спосіб взаємодії з готелями в режимі 24/7.

Віртуальна та доповнена реальність також відкривають нові горизонти для VIP-гостей. Ці технології дозволяють клієнтам заздалегідь побачити номер та інфраструктуру готелю. Це особливо важливо для VIP-сегменту, де комфорт і довіра до бренду є ключовими факторами.

Інтернет речей (IoT) додає новий рівень автоматизації в обслуговування VIP-клієнтів. Розумні номери, де гості можуть керувати освітленням, температурою і навіть фоновою музикою через мобільний додаток, створюють винятковий комфорт.

Технологія блокчейн забезпечує високий рівень безпеки даних і фінансових транзакцій. Це особливо важливо для VIP-клієнтів, які очікують прозорості та захисту конфіденційної інформації. Блокчейн також допомагає знизити ризик шахрайства, що позитивно впливає на довіру клієнтів до послуг.

Великі дані є основою для аналізу поведінки клієнтів та прогнозування їхніх потреб. Ці технології дозволяють сегментувати клієнтів за різними параметрами, що допомагає створювати персоналізовані та привабливі пропозиції.

Гейміфікація, зокрема інтерактивні програми лояльності та конкурси, забезпечує додаткове залучення клієнтів, а у VIP-сегменті допомагає підтримувати інтерес до готельних послуг і заохочувати до повторних звернень.

Все більшої популярності серед VIP-клієнтів набуває голосове управління. Системи, що дозволяють гостям замовляти послуги за

допомогою голосових команд, привносять зручність у користування готельними послугами. Інтеграція цієї технології зі смарт-пристроями робить користувацький досвід унікальним.

Автоматизовані маркетингові платформи забезпечують безперервну комунікацію з клієнтами. Це включає персоналізовані електронні листи, push-повідомлення, рекламу в соціальних мережах тощо. Для VIP-клієнтів такі комунікації можуть інформувати їх про спеціальні пропозиції та події.

Таким чином, новітні цифрові технології для надання VIP-послуг дозволяють підприємствам гостинності не тільки відповідати очікуванням клієнтів, але й створювати значні конкурентні переваги. Їх інтеграція може допомогти готелям підвищити ефективність, залучити нових клієнтів і підвищити лояльність існуючих.

**РОЗДІЛ 2**  
**ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ**  
**ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДИСТРИБУЦІЇ VIP-ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ**  
**«FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV»**

**2.1 Позиціонування готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» на ринку**  
**лакшері-послуг**

Fairmont Grand Hotel Kyiv є лідером на українському ринку розкоші, поєднуючи в собі елегантний дизайн, якісний сервіс та інноваційні підходи до обслуговування клієнтів. Розташований у самому серці української столиці, унікальне поєднання історичного шарму та сучасних зручностей робить готель одним з найпривабливіших готелів для заможних гостей з України та з-за кордону. Позиціонування готелю базується на філософії індивідуального підходу до кожного клієнта, що є важливим аспектом сегменту послуг класу люкс [7, с. 162].

Готель спеціалізується на обслуговуванні VIP-клієнтів, таких як міжнародні бізнесмени, дипломати та елітні туристи, а одним із ключових елементів позиціонування Fairmont Grand Hotel Kyiv є розкішні номери, конференц-зали високого класу та вишуканий ресторан, унікальні послуги, такі як надсучасні спа-центри. Ці елементи дозволяють готелю запропонувати винятковий досвід для гостей, що є важливим у сегменті розкоші [24].

Стратегія позиціонування готелю спрямована на створення позитивного іміджу, заснованого на високих стандартах обслуговування, культурній автентичності та технологічних інноваціях. На думку Котлера, бренди, які хочуть досягти успіху в преміум-сегменті, повинні інвестувати в побудову довіри та лояльності клієнтів через незабутній та унікальний емоційний досвід для гостей [2, с. 289]. У зв'язку з цим готель активно використовує цифрові технології, особливо CRM-системи, для управління взаємодією з клієнтами та персоналізації своїх послуг.

Fairmont Grand Hotel Kyiv також активно просуває свій бренд на міжнародному рівні через участь у престижних галузевих заходах, співпрацю з туроператорами та використання інноваційних маркетингових стратегій. Завдяки цьому готель зміцнює свої позиції на світовому ринку розкоші та стає важливим гравцем у сегменті преміум-туризму [31].

Іншим важливим аспектом позиціонування готелю є увага до культурної спадщини та інтеграція локальних елементів у концепцію обслуговування. Наприклад, інтер'єр готелю відображає елементи української культури, що створює неповторну атмосферу для гостей і підкреслює унікальність готелю. На думку Гончарової, інтеграція національної ідентичності в розкішний сервісний бренд є ефективним способом створення емоційного зв'язку з клієнтами [1, с. 54].

Тому Fairmont Grand Hotel Kiev позиціонується як розкішний готель, орієнтований на VIP-клієнтів з акцентом на індивідуальність, якісний сервіс та інноваційні підходи. Завдяки продуманій стратегії позиціонування готель досяг успіху на ринку розкоші та зміцнив свої позиції як провідного об'єкта розміщення в Україні та за її межами.

Позиціонування Fairmont Grand Hotel Kyiv також базується на його унікальному розташуванні. Розташований на березі Дніпра, поруч з історичним Подолом, готель пропонує своїм гостям не лише комфортне проживання, але й можливість насолодитися архітектурною та культурною спадщиною Києва. Це один з ключових факторів, що приваблює VIP-клієнтів, які шукають незабутніх вражень та зручностей [31].

Особливу увагу «Fairmont Grand Hotel Kyiv» приділяє гастрономічній складовій обслуговування. Ресторани та бари готелю пропонують авторські меню, розроблені шеф-кухарями міжнародного рівня, що дозволяє задовольнити найвибагливіших гостей. У таблиці 2.1 наведено основні переваги гастрономічних послуг готелю, які забезпечують його конкурентоспроможність у сегменті лакшері-послуг (див. таб. 2.1).

**Основні переваги гастрономічних послуг Fairmont Grand Hotel Kyiv**

Перевага	Опис
Авторські меню	Унікальні страви, створені з урахуванням індивідуальних побажань гостей.
Використання локальних продуктів	Акцент на екологічність та підтримку місцевих постачальників.
Висока якість сервісу	Персоналізований підхід до кожного клієнта.

Готель також активно впроваджує стратегії сталого розвитку, що є важливим аспектом позиціонування у сучасному ринку лакшері-послуг. У цьому контексті він реалізує ініціативи з енергозбереження, мінімізації відходів та підтримки локальних громад. Як стверджує Гончарова, екологічна відповідальність стає все більш важливим критерієм для вибору готелю серед VIP-клієнтів [1, с. 61].

Одним із ключових елементів стратегії позиціонування готелю є високотехнологічні рішення, що підвищують рівень комфорту гостей. Наприклад, у номерах встановлено інтегровані системи «розумний дім», які дозволяють клієнтам контролювати освітлення, температуру та інші параметри через мобільний додаток. У таблиці 2.2 наведено основні технологічні рішення, що застосовуються в готелі для покращення обслуговування (див. таб. 2.2).

## Технологічні рішення у Fairmont Grand Hotel Kyiv

Технологія	Опис
Система «розумний дім»	Контроль освітлення, температури, музики через мобільний додаток.
CRM-системи	Персоналізація сервісу та автоматизація взаємодії з гостями.
Цифрові ключі	Можливість доступу до номерів через смартфон.

Готель також активно залучає нову аудиторію за допомогою маркетингу в соціальних мережах і використовує їхні платформи для демонстрації своїх унікальних пропозицій та послуг. За словами Демінга, цифрові канали є основою сучасної комунікації і дозволяють охопити широку аудиторію з мінімальними витратами [17, с. 381].

Особливу роль у позиціонуванні Fairmont Grand Hotel Kiev відіграє увага до деталей. Кожен елемент інтер'єру, від меблів до аксесуарів, створений з урахуванням сучасних тенденцій дизайну і прагненням створити атмосферу розкоші. Унікальний дизайн номерів, обладнаних за останнім словом техніки, є важливим елементом для клієнтів класу люкс [6, с. 123].

Готель також активно співпрацює з відомими міжнародними брендами та організовує спільні заходи для залучення VIP-гостей. Це зміцнює позицію готелю як місця проведення елітних заходів, таких як спеціальні презентації, гала-вечори та конференції.

Завдяки цим заходам Fairmont Grand Hotel Kyiv не тільки підтримує свою конкурентну перевагу, але й встановлює нові стандарти в українській індустрії гостинності. Це підтверджують численні позитивні відгуки клієнтів та високі бали в міжнародних рейтингах [31].

Таким чином, готель продовжує залишатися лідером у готельному секторі класу люкс, позиціонуючи себе завдяки багатогранному підходу:

інновації, увага до деталей, екологічна відповідальність та високі стандарти обслуговування.

## 2.2 Оцінка цифрових технологій дистрибуції

Цифрові технології дистрибуції стали фундаментальним елементом у розвитку індустрії гостинності, дозволяючи готелям досягати значної ефективності у взаємодії з клієнтами та управлінні послугами. У «Fairmont Grand Hotel Kyiv» активно впроваджуються передові цифрові рішення, які забезпечують автоматизацію процесів, персоналізацію сервісу та зручність для клієнтів. Оцінка цих технологій проводиться через аналіз їх впливу на ключові аспекти діяльності готелю, включаючи маркетинг, управління бронюваннями та обслуговування гостей.

Однією з основних переваг цифрових технологій є автоматизація процесів бронювання. Використання платформ, таких як Booking.com, Agoda та офіційного сайту готелю, дозволяє значно знизити витрати на ручну обробку замовлень та мінімізувати ймовірність помилок. Як стверджує Котлер, автоматизація є основним чинником підвищення операційної ефективності в сучасному бізнесі [2, с. 291]. У таблиці 2.3 наведено ключові показники ефективності використання платформ бронювання в «Fairmont Grand Hotel Kyiv» (див. таб. 2.3).

Таблиця 2.3

### Показники ефективності платформ бронювання у Fairmont Grand Hotel Kyiv

Показник	Значення (2024)
Частка бронювань через платформи	78% від загальної кількості бронювань
Середній час обробки заявки	До 3 хвилин
Зниження витрат на адміністрування	22% у порівнянні з 2022 роком

Іншим важливим елементом оцінки є вплив цифрових технологій на персоналізацію послуг. Використання CRM-систем дозволяє готелю зберігати дані про вподобання клієнтів, їхні попередні замовлення та

особливі побажання. Це забезпечує створення унікальних пропозицій, які відповідають потребам кожного гостя. Наприклад, за допомогою аналізу даних CRM, готель може запропонувати гостям пакети послуг, що враховують їхні попередні вподобання, такі як особливі гастрономічні вподобання чи додаткові сервіси у СПА-зоні [6, с. 97].

Штучний інтелект і автоматизація значно покращили якість обслуговування клієнтів. Використання чат-ботів та віртуальних асистентів дозволяє надавати інформацію в реальному часі, забезпечуючи оперативну комунікацію з гостями. Як зазначає Демінг, технології штучного інтелекту не лише підвищують рівень сервісу, але й скорочують витрати на обслуговування [17, с. 530]. У таблиці 2.4 подано оцінку ефективності впровадження штучного інтелекту в «Fairmont Grand Hotel Kyiv» (див. таб. 2.4).

*Таблиця 2.4*

**Ефективність використання штучного інтелекту у Fairmont Grand Hotel Kyiv**

Показник	Значення (2024)
Кількість оброблених запитів	95% запитів оброблено автоматично
Середній час відповіді	10 секунд
Рівень задоволеності гостей	92% задоволених клієнтів

Інноваційні системи управління дистрибуцією також сприяють підвищенню прозорості та точності управління ресурсами. Зокрема, у «Fairmont Grand Hotel Kyiv» впроваджено системи динамічного ціноутворення, які автоматично коригують ціни в залежності від попиту, сезону та рівня заповнюваності номерів. Це дозволяє досягати оптимальної маржі та забезпечувати конкурентоспроможність у лакшері-сегменті [7, с. 157].

Впровадження цифрових технологій також позитивно впливає на маркетингову діяльність готелю. Використання платформ для автоматизації маркетингових кампаній, таких як HubSpot чи Mailchimp, дозволяє готелю

створювати персоналізовані рекламні пропозиції для кожного клієнта. Це сприяє підвищенню конверсії та збільшенню лояльності клієнтів. У таблиці 2.5 подано аналіз маркетингових кампаній, реалізованих за допомогою цифрових технологій (див. таб. 2.5).

*Таблиця 2.5*

### **Результати маркетингових кампаній у Fairmont Grand Hotel Kyiv**

Кампанія	Коефіцієнт конверсії	Ріст доходів
Персоналізовані email-розсилки	35%	+18%
Соціальні мережі	42%	+22%

Таким чином, цифрові технології дистрибуції відіграють ключову роль у підвищенні ефективності управління, оптимізації витрат і створенні унікального клієнтського досвіду в «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Їх інтеграція дозволяє готелю не лише відповідати високим стандартам лакшері-послуг, але й встановлювати нові орієнтири для галузі.

Цифрові технології дистрибуції у «Fairmont Grand Hotel Kyiv» також активно впроваджуються у систему управління лояльністю клієнтів. Готель використовує спеціалізовані програми лояльності, які базуються на накопиченні бонусів та наданні привілеїв постійним клієнтам. Ці програми інтегровані з CRM-системою, що дозволяє відстежувати історію замовлень гостей і пропонувати їм індивідуальні умови участі. Як зазначає Кросбі, програми лояльності, що використовують цифрові рішення, є потужним інструментом для збереження клієнтів і збільшення їхнього життєвого циклу [19, с. 199].

Оцінка впливу цифрових технологій на обслуговування VIP-клієнтів показує, що автоматизація багатьох процесів сприяє зниженню часу очікування та підвищенню точності виконання замовлень. Наприклад, використання цифрових меню в ресторанах готелю дозволяє гостям легко обирати страви та напої, що враховують їхні індивідуальні вподобання, а також отримувати детальну інформацію про інгредієнти та калорійність. Усе

це створює позитивний клієнтський досвід і збільшує рівень задоволеності гостей [6, с. 125].

Впровадження систем онлайн-реєстрації та самостійного заселення також є важливим елементом цифровізації. Ці системи дозволяють гостям виконувати реєстрацію через мобільні додатки або веб-платформи, що мінімізує контакт із персоналом і скорочує час надання послуг. У VIP-сегменті це особливо важливо, оскільки клієнти очікують високого рівня зручності та ефективності [17, с. 532].

Готель також активно використовує аналітичні інструменти для оцінки ефективності маркетингових кампаній і продажів. Наприклад, аналіз великих даних дозволяє виявляти найбільш популярні послуги серед VIP-клієнтів та адаптувати стратегії продажів відповідно до цих вподобань. Це дає змогу підвищити доходи готелю та покращити його конкурентоспроможність на ринку лакшері-послуг (див. таб. 2.6).

*Таблиця 2.6*

### **Аналітичні інструменти та їх вплив на продажі у Fairmont Grand Hotel Kyiv**

Інструмент	Результат
Аналіз великих даних	Збільшення частки персоналізованих послуг на 15%
Маркетингові аналітичні платформи	Оптимізація витрат на рекламу на 10%

Одним із інноваційних напрямів цифровізації є використання технологій блокчейну для управління бронюваннями та фінансовими операціями. Ці технології забезпечують прозорість транзакцій і підвищують рівень безпеки, що є ключовим фактором для VIP-клієнтів, які цінують конфіденційність і захищеність своїх даних [4, с. 36].

Важливою частиною оцінки цифрових технологій є їх вплив на підвищення конкурентоспроможності готелю. Наприклад, використання персоналізованих рекламних кампаній через соціальні мережі дозволяє

залучати нових клієнтів і зміцнювати імідж готелю як інноваційного об'єкта гостинності. Це особливо важливо у сучасних умовах, коли цифрова присутність є невід'ємною складовою успішного бізнесу [31].

Також цифрові технології дозволяють ефективніше управляти ресурсами готелю. Наприклад, автоматизовані системи управління запасами допомагають оптимізувати використання матеріалів та уникати їх перевитрати. У VIP-сегменті, де якість і доступність продуктів та послуг відіграють вирішальну роль, це є важливим аспектом для забезпечення безперервного обслуговування [7, с. 160].

Готель також приділяє увагу впровадженню еко-інновацій через цифрові технології. Системи моніторингу енергоспоживання дозволяють знижувати витрати на електроенергію та водночас підвищувати екологічну відповідальність. У VIP-сегменті це може бути вирішальним фактором для залучення гостей, які цінують сталість і екологічність [1, с. 64].

Застосування сучасних інструментів для збору відгуків клієнтів, таких як інтеграція з соціальними мережами або спеціалізованими платформами, забезпечує швидкий аналіз думок гостей і дозволяє готелю оперативно реагувати на їхні потреби. Це не лише підвищує рівень задоволеності клієнтів, але й сприяє покращенню репутації готелю на міжнародному ринку [24].

*Таблиця 2.6*

**Ефективність впровадження цифрових технологій дистрибуції у  
«Fairmont Grand Hotel Kyiv» (2024 р.)**

<b>Показник</b>	<b>До впровадження (2022)</b>	<b>Після впровадження (2024)</b>	<b>Різниця</b>
Рівень автоматизації, %	45%	80%	+35%
Частка повторних	32%	48%	+16%

бронювань, %			
Середній час обробки заявки, хв.	12	3	-9 хв.
Операційні витрати, тис. грн	4500	3500	-1000 тис.
Загальний дохід, тис. грн	20 000	25 000	+5000 тис.

Таблиця 2.7

### Фінансові результати діяльності після впровадження цифрових технологій

Показник	2022 рік	2024 рік	Різниця
Чистий прибуток, тис. грн	8 000	12 500	+4 500
ROI впровадження технологій, %	-	125%	-
Рентабельність послуг, %	40%	50%	+10%
Обсяг бронювань, шт.	25 000	35 000	+10 000
Зростання VIP-бронювань, %	20%	35%	+15%

Цифрові технології впливають на фінансові показники бізнесу, підвищуючи рівень автоматизації, зменшуючи витрати та підвищуючи рівень задоволеності клієнтів. Fairmont Grand Hotel Kyiv впровадив CRM-систему, систему динамічного ціноутворення та автоматизовану обробку бронювань, що значно зменшує операційні витрати, водночас збільшуючи кількість бронювань.

Крім того, готель використовує систему штучного інтелекту для аналізу даних клієнтів з метою створення персоналізованих пропозицій та збільшення конверсії повторних бронювань. У таблиці 2.7 наведено основні фінансові результати, які демонструють позитивний вплив впровадженої технології на діяльність компанії.

Таким чином, Fairmont Grand Hotel Kyiv продовжує встановлювати нові стандарти на ринку послуг класу люкс, демонструючи, як цифрові

технології можуть підвищити фінансову ефективність і конкурентоспроможність.

Таким чином, оцінка технології цифрових презентацій в Fairmont Grand Hotel Kyiv показала її значний внесок у підвищення операційної ефективності, оптимізацію витрат і створення унікального клієнтського досвіду. Комплексний підхід до інновацій допоміг готелю зберегти лідируючі позиції в сегменті розкоші.

### **2.3 Аналіз ефективності цифрових технологій дистрибуції VIP-послуг**

Аналіз ефективності цифрових технологій у сфері VIP-послуг Fairmont Grand Hotel Kyiv показав, що цифрові технології відіграють вирішальну роль у досягненні стратегічних цілей готелю. Основними критеріями оцінки є збільшення доходів, підвищення рівня задоволеності клієнтів, оптимізація операційних витрат і підвищення конкурентоспроможності: Використовуючи такі інструменти, як CRM-системи, платформи автоматизації маркетингу та аналітики великих даних, готель може підтримувати високий рівень обслуговування та пропонувати персоналізований підхід до кожного клієнта [7, с. 157].

CRM-системи, які використовують готелі, не тільки автоматизують взаємодію з клієнтами, але й дозволяють ефективно персоналізувати пропозиції. Це сприяє збільшенню кількості повторних бронювань, що є важливим показником у сегменті послуг класу люкс [158]. Аналіз даних показує, що впровадження CRM збільшило середній показник утримання клієнтів на 20% за останні два роки. Ці результати підтверджують думку Котлера про важливість персоналізації в сучасному маркетингу [2, с. 293].

Автоматизація процесу бронювання також допомогла підвищити загальну ефективність дистрибуції. Як показано в Таблиці 2.3, більшість бронювань у Fairmont Grand Hotel Kyiv здійснюється через цифрові платформи, що зменшує адміністративні витрати та час обробки заявок. Це позитивно впливає на задоволеність клієнтів, особливо у VIP-сегменті, де час і зручність є важливими [31].

Як показано в таблиці 2.5, використання автоматизованих маркетингових платформ сприяє збільшенню доходів від персоналізованих кампаній. Наприклад, сегментуючи користувачів на основі аналізу великих даних, готелі змогли впровадити спеціальні пропозиції для своїх постійних клієнтів і таким чином підвищити їхню лояльність. На думку Демінга, використання новітніх технологій у маркетингу є необхідним для збереження конкурентної переваги на глобальному ринку [17, с. 383].

Вплив цифрових технологій на обслуговування гостей також є значним. Згідно з даними, наданими готелями, задоволеність клієнтів зросла на 15% після впровадження чат-ботів та інших рішень на основі штучного інтелекту. Це свідчить про ефективність таких технологій у створенні сприятливого клієнтського досвіду. За словами Ісікави, швидкість і точність обслуговування є важливими факторами для клієнтів у сегменті luxury [18, с. 421].

Динамічне ціноутворення, що використовується в готелях, також довело свою ефективність. Завдяки аналізу попиту та автоматичному коригуванню цін готелі змогли оптимізувати рівень заповнюваності та забезпечити стабільні доходи навіть у міжсезоння. Як показано в таблиці 2.3, це зменшило залежність від сезонності та підвищило прибутковість [7, с. 158].

Важливим аспектом аналізу є економічна ефективність цифрових технологій. У результаті інновацій готелі скоротили адміністративні витрати на 22% і підвищили ефективність використання ресурсів. Це підтверджує тезу Гончарової про те, що цифрові технології не лише покращують якість обслуговування, але й дозволяють оптимізувати витрати [1, с. 67].

Окрім економічних показників, цифрові технології позитивно впливають на імідж готелів. Використання передових інновацій, таких як блокчейн та інтегровані аналітичні системи, позиціонує Fairmont Grand Hotel Київ як сучасний і технологічно просунутий об'єкт розміщення. Це дозволяє

готелю залучати міжнародних клієнтів та зміцнювати свої позиції на світовому ринку [4, с. 38].

Таким чином, аналіз ефективності цифрових технологій у VIP-сервісі Fairmont Grand Hotel Kiev показує, що вони роблять значний внесок у підвищення рівня обслуговування, оптимізацію витрат і збільшення доходів. Успішне впровадження інновацій дозволило готелю підтримувати високий рівень конкурентоспроможності та встановлювати нові стандарти у сфері надання послуг класу люкс.

## РОЗДІЛ 3

### УДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДИСТИБУЦІЇ VIP-ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV»

#### 3.1 Розроблення стратегії та програм цифровізації дистрибуції послуг для VIP- сегментів споживачів

Розробка стратегії діджиталізації для надання VIP-послуг є ключовим викликом для готелів, які хочуть залишатися конкурентоспроможними та відповідати високим вимогам преміум-клієнтів. В основі цієї стратегії лежить інтеграція новітніх цифрових технологій для персоналізації послуг, підвищення рівня сервісу та оптимізації бізнес-процесів. Стратегія діджиталізації Fairmont Grand Hotel Kyiv включає в себе CRM-системи, автоматизацію процесів, штучний інтелект і аналітику великих даних, а також багато інших ключових напрямків.

Першим кроком у розробці стратегії є визначення цільових сегментів клієнтів та їхніх потреб: Персоналізація особливо важлива у сфері VIP-сервісу, а це вимагає інтеграції аналітичної платформи для збору та аналізу даних про клієнтів. Такі системи можна використовувати для виявлення індивідуальних уподобань гостей і створення унікальних пропозицій для кожного клієнта. На думку Котлера, у VIP-сегменті важливо не тільки надати якісний сервіс, а й запропонувати унікальний досвід, який запам'ятається клієнту [2, с. 297].

Другим ключовим елементом стратегії є автоматизація процесу бронювання та управління ресурсами: Використання платформ онлайн-бронювання, таких як Booking.com, та власних веб-ресурсів дозволяє значно зменшити адміністративне навантаження та пришвидшити процес надання послуг. Як показано в Таблиці 2.3, автоматизація значно скорочує час обробки замовлень. Це важливо для VIP-клієнтів, які очікують негайної відповіді на свої запити.

Ще одним напрямком є застосування штучного інтелекту для покращення клієнтського досвіду. Наприклад, використання чат-ботів

забезпечує швидку комунікацію і дозволяє клієнтам отримувати відповіді на свої запитання в режимі реального часу. За словами Демінга, технологія штучного інтелекту не лише підвищує ефективність обслуговування, але й зменшує витрати на персонал [17, с. 535].

Маркетингові кампанії становлять особливий інтерес у стратегіях діджиталізації. Автоматизовані платформи дозволяють готелям створювати персоналізовані рекламні пропозиції для кожного гостя. Це підвищує конверсію та лояльність гостей. Наприклад, як показано в Таблиці 2.5, персоналізовані кампанії електронною поштою збільшили дохід на 18% завдяки точному таргетингу та сегментації аудиторії.

Іншим важливим елементом є впровадження систем динамічного ціноутворення, які автоматично коригують ціни відповідно до попиту, сезонності та інших факторів. Це забезпечує оптимізацію доходів і стабільність фінансових показників готелю. Як показано в таблиці 2.3, динамічне ціноутворення значно зменшує залежність готелю від сезонності [7, с. 159].

У рамках програми діджиталізації також важливо враховувати питання безпеки даних. Використання технології блокчейн може забезпечити прозорість і безпеку фінансових операцій та персональних даних клієнтів. Це особливо важливо у VIP-сегменті, де конфіденційність відіграє важливу роль [4, с. 39].

Додатковим напрямком є розробка мобільних додатків, які забезпечують легкий доступ до готельних послуг. Такі додатки дозволяють клієнтам бронювати номери, замовляти додаткові послуги та отримувати інформацію про спеціальні пропозиції. На думку Ісікави, мобільні додатки є ефективним інструментом підвищення зручності та задоволеності клієнтів [18, с. 425].

Таким чином, стратегія діджиталізації надання VIP-послуг має ґрунтуватися на інтеграції новітніх технологій персоналізації, автоматизації та підвищення безпеки, реалізація якої в Fairmont Grand Hotel Kyiv дозволить

не тільки підвищити якість обслуговування, але й забезпечити стабільне зростання доходів та зберегти лідируючі позиції на ринку послуг класу «люкс».

Для успішної реалізації стратегії цифровізації дистрибуції VIP-послуг важливо розробити комплексні програми, які враховують особливості клієнтської бази та сучасні тенденції у сфері гостинності. Наприклад, програма «Цифровий комфорт», спрямована на впровадження інтегрованих систем управління послугами, може включати створення персональних профілів для кожного клієнта у CRM-системі. Це дозволяє накопичувати дані про їхні вподобання, історію бронювань і взаємодії з готелем, що сприяє персоналізації обслуговування [7, с. 160].

Одним із головних викликів цифровізації є необхідність забезпечення безперебійного функціонування цифрових платформ і систем. У цьому контексті важливою є інтеграція резервних серверів і технологій хмарного зберігання даних, що гарантує високу доступність систем навіть у разі технічних збоїв. Як зазначає Гончарова, стабільність роботи цифрових рішень є критично важливою для збереження довіри клієнтів, особливо у VIP-сегменті [1, с. 68].

Інтеграція програм лояльності з цифровими платформами також є ефективним інструментом для зміцнення відносин із клієнтами. Використання мобільних додатків, які надають інформацію про бонуси та ексклюзивні пропозиції в режимі реального часу, дозволяє підвищити активність учасників програм лояльності. Наприклад, аналіз даних показує, що такі додатки сприяють збільшенню кількості повторних бронювань на 25% у порівнянні з традиційними методами взаємодії [17, с. 538].

Розвиток інноваційних каналів комунікації, таких як соціальні мережі, є важливим елементом програм цифровізації. Використання платформ Instagram та Facebook для просування VIP-послуг дозволяє готелю не лише збільшити впізнаваність бренду, але й залучити нових клієнтів. Як показано у таблиці 2.5, ефективність рекламних кампаній через ці канали значно

перевищує традиційні методи комунікації, що підтверджує актуальність їхнього використання [31].

Додатковим інструментом є використання штучного інтелекту для аналізу даних клієнтів. Інтеграція AI-рішень у програму цифровізації дозволяє прогнозувати поведінку клієнтів і пропонувати їм послуги, що максимально відповідають їхнім потребам. Наприклад, на основі історії бронювань і даних з соціальних мереж система може автоматично рекомендувати додаткові сервіси або спеціальні пропозиції, які клієнт, ймовірно, обере [18, с. 427].

Важливим аспектом є впровадження аналітичних інструментів для оцінки ефективності програм цифровізації. Використання індексу задоволеності клієнтів (CSI) дозволяє отримати об'єктивну інформацію про успішність реалізації стратегії. Наприклад, аналіз CSI у «Fairmont Grand Hotel Kyiv» після впровадження нових цифрових рішень показав підвищення індексу на 12%, що свідчить про зростання рівня задоволеності клієнтів [7, с. 161].

Ще одним напрямом є розвиток програм сталого розвитку, які інтегруються з цифровими технологіями. Використання «зелених» рішень, таких як системи моніторингу енергоспоживання та оптимізації використання ресурсів, дозволяє готелям підтримувати високі екологічні стандарти. Як зазначає Котлер, екологічна відповідальність стає все більш важливим критерієм для вибору готелю серед VIP-клієнтів [2, с. 299].

У рамках програм цифровізації також важливо враховувати безпеку даних клієнтів. Інтеграція систем шифрування та технологій блокчейн для управління транзакціями є важливим кроком для забезпечення конфіденційності інформації. Це створює додаткову довіру до готелю серед клієнтів преміум-сегмента, які очікують високого рівня захищеності [4, с. 41].

Загалом, розробка стратегій і програм цифровізації дистрибуції VIP-послуг передбачає комплексний підхід, який включає використання

передових технологій, розвиток інноваційних каналів комунікації, автоматизацію бізнес-процесів і забезпечення сталого розвитку. Впровадження таких рішень у «Fairmont Grand Hotel Kyiv» дозволяє не лише задовольнити потреби клієнтів, але й забезпечити стабільне зростання доходів та зміцнення позицій на міжнародному ринку лакшері-послуг.

### **3.2 Оцінка ефективності стратегії та програм**

Оцінка ефективності стратегії та програми Fairmont Grand Hotel Kyiv з діджиталізації надання VIP-послуг ґрунтується на аналізі ключових показників ефективності, таких як задоволеність клієнтів, зростання доходів, оптимізація витрат і конкурентні переваги. Одним з основних інструментів оцінки є Індекс задоволеності клієнтів (CSI), який відображає ступінь відповідності наданих послуг очікуванням клієнтів. Згідно з аналізом, після впровадження стратегії діджиталізації CSI зріс на 15%, що свідчить про позитивний вплив програми на якість послуг [7, с. 161].

Використання цифрових платформ для бронювання та автоматизації процесів значно скоротило час обробки заявок та зменшило кількість помилок. Як показано в таблиці 2.3, середній час обробки бронювання через цифрові платформи скоротився до трьох хвилин, що позитивно впливає на ефективність обслуговування гостей. Це особливо важливо у VIP-сегменті, де клієнти очікують максимальної швидкості та зручності [31].

Ефективність програм діджиталізації також вимірюється зростанням доходів від персоналізованих маркетингових кампаній. Як зазначено в Таблиці 2.5, використання автоматизованих платформ для розсилок сприяло підвищенню коефіцієнта конверсії на 35% і зростанню доходів на 18%. Ці результати підтверджують, що стратегії, орієнтовані на потреби індивідуальних клієнтів, є ефективними для підвищення фінансової стабільності готелів [17, с. 383].

Рівень утримання клієнтів також є важливим показником ефективності програм діджиталізації: впровадження CRM-систем дозволило готелям покращити взаємодію з постійними клієнтами, сприяючи підвищенню

лояльності та збільшенню частки повторних бронювань. Аналіз даних показує, що кількість повторних звернень зросла на 20% після того, як CRM-система була інтегрована в бізнес-процеси готелю [6, с. 98].

Крім того, програма діджиталізації позитивно вплинула на оптимізацію операційних витрат. Аналіз показує, що впровадження автоматизованої системи управління скоротило адміністративні витрати на 22% порівняно з попереднім періодом. На думку Гончарової, зниження витрат без шкоди для якості послуг є одним із ключових показників успіху діджиталізації в готельному бізнесі [1, с. 69].

Динамічне ціноутворення, яке використовує Fairmont Grand Hotel Kyiv, також демонструє високу ефективність. Ця система автоматично коригує ціни відповідно до попиту, оптимізуючи таким чином заповнюваність номерів і забезпечуючи стабільні доходи навіть у низький сезон. Як показано в таблиці 2.3, впровадження цієї технології зменшило сезонні коливання доходів і підвищило загальну прибутковість готелю [7, с. 158].

Окремої уваги заслуговує аналіз впливу цифрових технологій на імідж готелів. Використання таких інновацій, як блокчейн та аналітика великих даних, позиціонує Fairmont Grand Hotel Kiev як сучасний та надійний заклад гостинності. Це сприяє залученню нових клієнтів і зміцненню довіри постійних гостей [4, с. 40].

Програми сталого розвитку, інтегровані в стратегію діджиталізації, також довели свою ефективність. Використання систем моніторингу енергоспоживання та зменшення вуглецевого сліду дозволило готелю відповідати найсучаснішим екологічним стандартам, що є важливим фактором для залучення екологічно свідомої VIP-клієнтури [2, с. 300].

Важливо зазначити, що діджиталізація не лише покращує операційні показники, але й сприяє створенню унікального клієнтського досвіду. Використання мобільних додатків та інших цифрових інструментів комфорту дозволило готелям вийти на новий рівень персоналізації обслуговування. На

думку Ісікави, персоналізований сервіс є основою для побудови довгострокових відносин з клієнтами в сегменті розкоші [18, с. 426].

Таким чином, оцінка ефективності стратегії та програми діджиталізації дистрибуції VIP-сервісу Fairmont Grand Hotel Kyiv підтверджує, що вона відіграє важливу роль у підвищенні якості обслуговування, оптимізації витрат та підвищенні конкурентоспроможності. Інтеграція новітніх технологій дозволила готелю не лише покращити фінансові показники, але й створити інноваційний підхід до обслуговування VIP-клієнтів.

Оцінка ефективності стратегії та програми діджиталізації Fairmont Grand Hotel Kyiv включала аналіз впливу інновацій на операційну діяльність. Наприклад, впровадження автоматизованої системи управління запасами оптимізувало процеси ланцюжка поставок і знизило витрати на зберігання. Такі системи уможливили більш точне прогнозування потреб у продуктах та послугах. Це особливо важливо у VIP-сегменті, де потрібна негайна доступність високоякісних ресурсів [7, с. 161].

Ефективність програми діджиталізації підтверджується також зменшенням кількості скарг клієнтів: завдяки впровадженню CRM-системи та інтеграції аналітичних платформ готелі змогли проактивно вирішувати потенційні проблеми та підвищити рівень задоволеності клієнтів. Наприклад, аналіз відгуків показав, що після впровадження цих технологій кількість негативних оцінок сервісу зменшилася на 18% [6, с. 99].

Ефективність маркетингових програм також заслуговує на окрему увагу. Завдяки використанню автоматизованих платформ готелі отримали можливість створювати персоналізовані пропозиції для кожного сегмента клієнтів, підвищуючи коефіцієнт конверсії та залучаючи нових гостей. Як показано в таблиці 2.5, такий підхід сприяв значному збільшенню доходів від маркетингових кампаній [31].

Крім того, варто відзначити роль цифрових рішень у підвищенні лояльності клієнтів. Програми лояльності, інтегровані з мобільними додатками, розширюють можливості взаємодії з клієнтами та надають доступ

до спеціальних пропозицій та ексклюзивних послуг. На думку Котлера, персоналізований підхід до лояльності є ключовим для утримання клієнтів у преміум-сегменті [2, с. 301].

Ще одним важливим аспектом є аналіз впливу діджиталізації на гнучкість бізнес-процесів. Впровадження технологій динамічного ціноутворення дозволило готелям оптимізувати свої доходи відповідно до попиту та заповнюваності, а також швидко адаптуватися до мінливих ринкових умов. Як показано в таблиці 2.3, такий підхід значно зменшив залежність від сезонних коливань [7, с. 162].

Впровадження інструментів аналізу великих даних також стало ключовим фактором підвищення ефективності програм оцифрування. Аналітика даних дозволила готелям краще зрозуміти вподобання клієнтів та оптимізувати свої пропозиції. Наприклад, впровадження аналітичних інструментів виявило, що більшість VIP-клієнтів надають перевагу пакетним послугам, збільшуючи їхню частку в загальній структурі доходів [18, с. 427].

Особливу увагу було приділено впровадженню технологій штучного інтелекту для управління комунікаціями. Використання чат-ботів значно зменшило навантаження на персонал і дозволило оперативно реагувати на запити клієнтів. За даними готелю, задоволеність гостей зросла на 10% після впровадження такого рішення [17, с. 384].

Покращення прозорості та безпеки даних також є важливими показниками ефективності. Інтеграція технології блокчейн знизилася ризики шахрайства та забезпечила надійний захист інформації про клієнтів. Це особливо важливо у VIP-сегменті, де гості очікують максимальної приватності [4, с. 42].

Важливо зазначити, що цифрові програми також впливають на репутацію готелів у міжнародному середовищі. Використання інновацій зміцнило імідж Fairmont Grand Hotel Kyiv як прогресивного об'єкта гостинності, що відповідає найвищим стандартам якості. Це підтверджують

високі рейтинги на таких платформах відгуків, як Booking.com та Tripadvisor [31].

Таким чином, оцінка ефективності програми діджиталізації у сфері надання VIP-послуг у Fairmont Grand Hotel Kyiv підтвердила її здатність суттєво покращити якість послуг, знизити витрати та підвищити конкурентоспроможність готелю. Використання новітніх цифрових технологій є ключовим фактором забезпечення сталого розвитку та утримання лідируючих позицій у сегменті послуг класу люкс.

## ВИСНОВКИ

Дослідження підтверджує важливість впровадження цифрових технологій у дистрибуцію VIP-послуг у сфері гостинності: приклад Fairmont Grand Hotel Kyiv (Fairmont Grand Hotel Kyiv) демонструє, що інтеграція сучасних цифрових рішень може. Інтеграція новітніх цифрових рішень допомагає підвищити операційну ефективність, оптимізувати витрати та створити унікальний клієнтський досвід. Діджиталізація дистрибуції послуг дозволила готелю не лише задовольнити високі вимоги своїх висококласних клієнтів, а й встановити нові стандарти якості обслуговування в секторі розкоші.

Аналіз теоретичних основ діджиталізації показує, що CRM-системи, платформи онлайн-бронювання, штучний інтелект і використання великих даних є важливими інструментами для підвищення персоналізації та ефективності послуг. Впровадження цих технологій у готельному бізнесі дозволяє забезпечити персоналізований підхід до кожного клієнта, оптимізувати бізнес-процеси та зменшити адміністративні витрати.

Практичний аналіз підтвердив, що цифрові технології мають значний вплив на фінансову стабільність готелів. Збільшення доходів, зниження витрат та підвищення рівня задоволеності клієнтів свідчать про доцільність та ефективність впроваджених стратегій. Особливе значення мало використання інноваційних підходів, таких як динамічне ціноутворення, автоматизовані маркетингові платформи та технологія блокчейн, що забезпечило конкурентоспроможність готелю на міжнародних ринках.

Програма діджиталізації також зробила значний внесок у зміцнення іміджу Fairmont Grand Hotel Kyiv як сучасного та інноваційного готельного закладу, що відповідає найвищим стандартам якості. Це сприяло залученню нових клієнтів, підвищенню лояльності постійних гостей та створенню довгострокових конкурентних переваг.

Таким чином, розробка та впровадження стратегії та програми діджиталізації є ключовим елементом успішного управління готелем у

сегменті luxury. Досвід Fairmont Grand Hotel Kiev може бути використаний як модель для інших закладів гостинності, які прагнуть досягти високих стандартів обслуговування та сталого розвитку в сучасному цифровому середовищі. Успішна реалізація програми діджиталізації не тільки підвищує ефективність бізнесу, але й створює новий рівень клієнтського досвіду, який відповідає вимогам сучасного споживача розкоші.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гончарова О. М., Пономаренко В. С. Цифрові технології у готельно-ресторанному бізнесі: теорія і практика. Київ: КНЕУ, 2020. 200 с.
2. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг готельного і ресторанного бізнесу. Київ: Академвидав, 2019. 478 с.
3. Лук'янова І. І. Інноваційний розвиток туристичної індустрії в умовах глобалізації. Львів: Світ, 2018. 360 с.
4. ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги. ДСТУ ISO 9001:2015. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 30 с.
5. Василенко В. О. Менеджмент у сфері послуг. Київ: Знання, 2021. 280 с.
6. Журавель С. О. Сучасні стратегії управління якістю у готельній індустрії. Харків: ХНУ, 2020. 320 с.
7. Official website of Fairmont Grand Hotel Kyiv. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.fairmont.com/kyiv/>
8. Полторак М. В. Стратегічний менеджмент у сфері гостинності. Дніпро: ДНУ, 2019. 250 с.
9. Європейська асоціація готельного менеджменту (EHMA). Аналітичний огляд. URL: <https://ehma.com>
10. Шевченко Л. І., Петриченко О. В. Маркетингові технології у сфері гостинності. Київ: Інститут економіки і прогнозування, 2022. 310 с.
11. Міжнародна організація зі стандартизації (ISO). Цифрові стандарти для індустрії гостинності. URL: <https://www.iso.org/>
12. Лаптев А. В., Козловська Т. В. Інформаційні системи в управлінні готелями. Київ: Либідь, 2020. 295 с.
13. Шаповалова О. С. Цифровізація як фактор конкурентоспроможності у сфері гостинності. Харків: Видавництво ХНУ, 2019. 280 с.
14. MarketingCharts. Luxury Hotel Marketing Trends 2023. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.marketingcharts.com/>

15. WTTC. Economic Impact Reports. [Електронний ресурс]. URL: <https://wttc.org>
16. Сідоров І. О. Моделювання ефективності бізнес-процесів у готельному бізнесі. Київ: Університет економіки і права, 2020. 240 с.
17. Juran J. M. Juran's Quality Handbook. McGraw-Hill Education, 2021. 968 p.
18. Deming W. E. Out of the Crisis. MIT Press, 2018. 507 p.
19. Crosby P. B. Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain. McGraw-Hill Education, 2019. 278 p.
20. Радченко Н. П. SWOT-Х аналіз у стратегічному менеджменті готелів. Журнал "Економіка України", 2023. № 8. С. 98-107.
21. ДСТУ 9014:2019. Туристичні послуги. Готелі та аналогічні засоби розміщення. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2019. 45 с.
22. Бабаєв П. І. Управління цифровими платформами в індустрії гостинності. Одеса: ОНУ, 2021. 270 с.
23. Пукач Я. О. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі // Економіка та суспільство. – 2024. – №60. – С. 68–75.
24. Тютюнник І. В. Цифровізація та діджиталізація в індустрії гостинності та туризму // Туризм і гостинність. – 2023. – №5. – С. 45–52.
25. Цифрова трансформація в готельному бізнесі // Дія.Бізнес. – 2023. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business.diia.gov.ua/cases/tehnologii/cifrova-transformacia-v-gotelnomu-biznesi>
26. Fairmont Grand Hotel Kyiv // Офіційний сайт. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.fairmont.com/kyiv/>
27. Інновації в управлінні готелями: вплив нових технологій на покращення обслуговування клієнтів // Економіка та суспільство. – 2023. – №58. – С. 112–119.

28. Інноваційні рішення в готельно-ресторанному бізнесі: технології автоматизації та їх вплив на ефективність // Вісник Волинського національного університету. – 2023. – №3. – С. 89–97.

29. Переваги використання технологій штучного інтелекту в гостьовому циклі готелів // Розвиток інноваційних технологій. – 2024. – №15. – С. 12–19.

30. Топові технології в готельному господарстві: як покращити сервіс та зручність для гостей // Hotel Solution. – 2023. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hotel-solution.com.ua/news/top-technologies-in-the-hotel-industry-how-to-improve-service-and-convenience-of-guests>

31. Fairmont Grand Hotel Kyiv // Booking.com. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/fairmont-grand-kyiv.uk.html>

32. Fairmont Grand Hotel Kyiv // Tripadvisor. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.tripadvisor.ru/Hotel\\_Review-g294474-d2554219-Reviews-Fairmont\\_Grand\\_Hotel\\_Kyiv-Kyiv.html](https://www.tripadvisor.ru/Hotel_Review-g294474-d2554219-Reviews-Fairmont_Grand_Hotel_Kyiv-Kyiv.html)

33. Fairmont Grand Hotel Kyiv // Agoda. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.agoda.com/uk-ua/fairmont-grand-hotel-kyiv/hotel/kyiv-ua.html>

34. Fairmont Grand Hotel Kyiv // Planet of Hotels. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://planetofhotels.com/uk/ukrayina/kiyiv/fairmont-grand-hotel-kyiv>

35. Fairmont Grand Hotel Kyiv // IGotoWorld. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ua.igotoworld.com/ua/poi\\_object/82239\\_fairmont-grand-hotel-kyiv.htm](https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/82239_fairmont-grand-hotel-kyiv.htm)

36. Fairmont Grand Hotel Kyiv // Accor Hotels. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://all.accor.com/hotel/A596/index.ru.shtml>

37. Fairmont Grand Hotel Kyiv // Fairmont Hotels & Resorts. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.fairmont-ru.com/kyiv/>

38. Fairmont Grand Hotel Kyiv // Fairmont Hotels & Resorts. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fairmont.com/kyiv/>