

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

СОРОКІН АНДРІЙ ГЕННАДІЙОВИЧ

**ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
ГОТЕЛІВ**

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Готельно-ресторанна справа
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

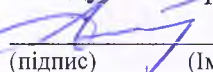
Науковий керівник:
Сазонець Ольга Миколаївна
доктор економічних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

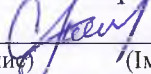
Протокол засідання кафедри

№ _____ від _____

Завідувач кафедри

 Тетяна ТЕСЛЕНКО
(підпис) (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Нормоконтроль

 Наталія СЕРГІЄНКО
(підпис) (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Дніпро, 2025


**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма Готельно-ресторанна справа

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____
туристичного та готельно-
ресторанного бізнесу

(назва кафедри)



Тетяна ТЕСЛЕНКО

(підпис)

03. 10 .2020

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

СОРОКІНА АНДРІЯ ГЕННАДІЙОВИЧА

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

1. Тема роботи Інтернет-технології в операційній діяльності готелів

2. Науковий керівник Ольга Миколаївна Сазонець,
доктор економічних наук, професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

3. Строк подання роботи на кафедру 20.01.2025

4. Мета кваліфікаційної роботи: Дослідження теоретичних питань формування та використання сучасних Інтернет технологій в операційній діяльності готельних підприємств та розроблення рекомендацій щодо їх застосування

5. Завдання випускної кваліфікаційної роботи: _____

- дослідити теоретико-методичні основи використання Інтернет-технологій шляхом визначення змісту поняття «Інтернет-технологія»;
- розглянути існуючу класифікацію видів Інтернет-технологій та надати характеристику кожного виду;
- провести аналіз особливостей їх використання у готельному бізнесу;
- дати загальну характеристику стану досліджуваного підприємства сфери гостинності;
- проаналізувати стан цифровізації та інформатизації операційної діяльності досліджуваного підприємства сфери гостинності;
- провести аналіз запровадження сучасних Інтернет-технологій у

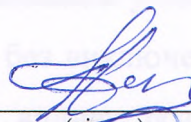
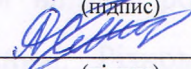
діяльність досліджуваного підприємства сфери гостинності;
– розробити заходи та обґрунтувати програму реалізації інвестиційних проєктів із впровадження новітніх Інтернет-технологій;
– оцінити ефективність впровадження заходів із запровадження Інтернет-технологій в операційну діяльність досліджуваного підприємства сфери гостинності.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	15.12.2024	виконано
2.	I Розділ	15.12.2024	виконано
3.	II Розділ	29.12.2024	виконано
4.	III Розділ	06.01.2025	виконано
5.	Робота в цілому	15.01.2025	виконано
6.	Передзахист кваліфікаційної роботи	20.01.2025	виконано

Науковий керівник

Здобувач вищої освіти


(підпис)

(підпис)

Ольга САЗОНЕЦЬ

Андрій СОРОКІН

Дата видавання завдання 03. 10 .2024

АНОТАЦІЯ

Сорокін А.Г. Інтернет-технології в операційній діяльності готелів / Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа (освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»). ВНПЗ ДГУ, Дніпро, 2025.

За останні роки готельна індустрія зазнала радикальної трансформації, головним чином завдяки стрімкому розвитку технологій. Від того моменту, коли гості починають досліджувати номери в готелі та бронювати номери, аж до моменту виїзду, технології тепер є невід'ємною частиною їхньої подорожі та формують їхні враження.

Можливості та переваги, які забезпечуються інтеграцією технологій в операційну діяльність готельного сектору сфери гостинності для удосконалення та інноваційного розвитку послуг, величезні. У епоху цифрових технологій готелі повинні використовувати ці переваги, оскільки вони не тільки покращують досвід відвідувачів, але й збільшують доходи готелю.

Індустрія гостинності постійно розвивається. Впровадження Інтернет-технологій у готельному секторі стає новою нормою, а також потребує досвід користувача від гостей. У наступні роки з'явиться ще багато «необхідних» інновацій, які підвищать цінність інновацій у готельному просторі. Оскільки технології суттєво впливають на всі без виключення галузі промисловості, на нашу думку, дослідження питання впливу розвитку технологій на сектор гостинності завжди буде актуальним. Різноманітні технологічні рішення розширюють перелік послуг та дозволяють власникам готельного бізнесу переосмислити досвід гостей за допомогою розумних систем управління номерами, цифрових методів оплати, індивідуальних мобільних додатків і сучасного онлайн-бронювання.

В розділі 1 кваліфікаційної роботи проаналізовано теоретико-методичні основи використання Інтернет-технологій. Приділено значну увагу дослідженню понятійного апарату, який обумовлює розуміння сутності Інтернет-технологій, класифікаційних ознак та їх характерних особливостей. Автор дослідив особливості використання Інтернет-технологій в організації надання послуг розміщення, а також провів аналіз переваг, які надають вони в персоналізації послуг та підвищення рівня задоволеності гостей.

Розділ 2 присвячений аналізу стану використання Інтернет-технологій підприємством сфери гостинності. Наведено загальну характеристику підприємства, що обрано автором для дослідження. Досліджені фінансові показники діяльності за останні три роки. Визначені позитивні практики використання Інтернет-технологій в операційній діяльності та «слабкі місця» в організації надання послуг розміщення.

В розділі 3 розроблені рекомендації щодо розширення переліку Інтернет-технологій, що використовуються на досліджуваному підприємстві. Обґрунтовані заходи реалізації розроблених пропозицій та оцінений економічний ефект від їх запровадження.

Практична значимість одержаних результатів полягає у розширенні напрямків наукових розвідок з питань сучасного стану використання Інтернет-технологій у сфері гостинності; розробленні рекомендацій щодо розширення переліку використовуваних Інтернет-технологій в діяльності досліджуваного підприємства готельної галузі.

Ключові слова: БЕЗКОНТАКТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ВЕБ-СЕРВЕР, ІНФОРМАЦІЯ, ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЯ, ЕЛЕКТРОННА ПОШТА, ЕЛЕКТРОННИЙ КЛЮЧ, МОБІЛЬНИЙ ДОДАТОК, ОНЛАЙН-БРОНЮВАННЯ, САЙТ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЧАТ

ABSTRACT

Sorokin A. Internet technologies in hotel operations / Qualification work for obtaining an educational degree "bachelor" in a specialty 241 Hotel and restaurant business (educational and professional program "Hotel and restaurant business"). VNPZ DHU, Dnipro, 2025.

In recent years, the hotel industry has undergone a radical transformation, mainly due to the rapid development of technology. From the moment guests begin researching and booking hotel rooms to the moment they check out, technology is now an integral part of their journey and shaping their experience.

The opportunities and benefits provided by the integration of technology into the operational activities of the hotel sector of the hospitality sector for the improvement and innovative development of services are enormous. In the digital age, hotels should take advantage of these benefits as they not only improve the guest experience but also increase the hotel's revenue.

The hospitality industry is constantly evolving. The introduction of Internet technologies in the hotel sector is becoming the new norm and also requires a user experience from guests. In the coming years, there will be many more "must-have" innovations that will increase the value of innovation in the hotel space. Since technology has a significant impact on all industries without exception, in our opinion, research on the impact of technology development on the hospitality sector will always be relevant. A variety of technological solutions expand the list of services and allow hotel business owners to rethink the guest experience with the help of smart room management systems, digital payment methods, individual mobile applications and modern online booking.

Chapter 1 of the qualification paper analyzes the theoretical and methodological foundations of using Internet technologies. Considerable attention is paid to the study of the conceptual apparatus, which determines the understanding of the essence of Internet technologies, classification features and their characteristic

features. The author investigated the peculiarities of the use of Internet technologies in the organization of accommodation services, as well as analyzed the advantages they provide in personalizing services and increasing the level of guest satisfaction.

Chapter 2 is devoted to the analysis of the state of use of Internet technologies by enterprises in the field of hospitality. The general characteristics of the enterprise chosen by the author for research are given. The financial indicators of activity for the last three years were studied. Positive practices of using Internet technologies in operational activities and "weaknesses" in the organization of providing accommodation services have been identified.

Chapter 3 develops recommendations for expanding the list of Internet technologies used at the enterprise under study. Reasoned measures for the implementation of the developed proposals and the estimated economic effect of their implementation.

The practical significance of the obtained results lies in the expansion of the directions of scientific research on the current state of the use of Internet technologies in the field of hospitality; development of recommendations on expanding the list of Internet technologies used in the activities of the investigated enterprise in the hotel industry.

Keywords: CONTACTLESS TECHNOLOGIES, WEB SERVER, INFORMATION, INTERNET TECHNOLOGY, E-MAIL, ELECTRONIC KEY, MOBILE APP, ONLINE BOOKING, SITE, SOCIAL NETWORKS, CHAT.



Звіт подібності

метадані

Назва організації

Dnipropetrovsk University of Humanities

Заголовок

Диплом_СОРОКІН_плагіат

Автор Науковий керівник / Експерт

СОРОКІНСазонець О.М.

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

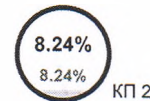
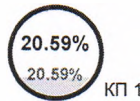
Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		3
Інтервали		0
Мікропробіли		21
Білі знаки		0

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

17825

Кількість слів

140036

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	Колір тексту
1	Бондар, Боцян.docx 12/20/2022 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	138 0.77 %
2	Лажно_Сильчук.doc 11/27/2022 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	58 0.33 %
3	http://infotour.in.ua/skorbenko.htm	56 0.31 %
4	http://infotour.in.ua/skorbenko.htm	55 0.31 %

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	13
1.1. Поняття Інтернет-технологій: види, характеристика та особливості використання в готельному бізнесі	13
1.2. Новітні тенденції у сфері гостинності та огляд сучасних найбільш поширених Інтернет-технологій у готельному бізнесі	32
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	46
2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика готельної мережі «Optima Hotels & Resorts»	46
2.2. Аналіз цифровізації та інформатизації операційної діяльності готельної мережі Optima Hotels & Resorts	54
2.3. Аналіз запровадження сучасних Інтернет-технологій у діяльність готельної мережі Optima Hotels & Resorts	60
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ OPTIMA HOTELS & RESORTS	69
3.1. Обґрунтування програми заходів із реалізації пропозицій щодо використання Інтернет-технологій у готельній мережі Optima Hotels & Resorts	69
3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів із запровадження Інтернет-технологій в операційну діяльність готельної мережі Optima Hotels & Resorts	77
ВИСНОВКИ.....	86
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ	94
ДОДАТКИ	99

Метадані

ДОКУМЕНТ

Заголовок

Диплом_СОРОКІН_плагіат

Автор

СОРОКІН

Науковий керівник / Експерт

Сазонець О.М.

ІД документу

330410997

ОРГАНІЗАЦІЯ

Назва організації

Dnipropetrovsk University of Humanities

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

ЗВІТ

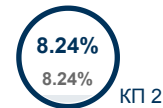
Дата звіту

1/24/2025

Дата редагування

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

17825

Кількість слів

140036

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		3
Інтервали		0
Мікропробіли		21
Білі знаки		0

Джерела

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

#	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	Бондар, Боцян.docx 12/20/2022 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	138 (0.77 %)

2	Лахно_Сильчук.doc 11/27/2022 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	58 (0.33 %)
3	http://infotour.in.ua/skorbenko.htm	56 (0.31 %)
4	http://infotour.in.ua/skorbenko.htm	55 (0.31 %)
5	http://infotour.in.ua/skorbenko.htm	55 (0.31 %)
6	https://proseo.kiev.ua/stati/shcho-take-hipertekst-navishcho-vin-potriben/	49 (0.27 %)
7	http://infotour.in.ua/skorbenko.htm	46 (0.26 %)
8	Лахно_Сильчук.doc 11/27/2022 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	43 (0.24 %)
9	https://proseo.kiev.ua/stati/shcho-take-hipertekst-navishcho-vin-potriben/	43 (0.24 %)
10	https://ag.marketing/kontextna-reklama/	43 (0.24 %)

База даних RefBooks (0.00 %)



#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-----------	--

Домашня база даних (2.44 %)



#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-----------	--

1	Диплом_ГУРТОВА_ 5/14/2024 Dnipropetrovsk University of Humanities (Dnipropetrovsk University of Humanities)	435 (45) (2.44 %)
---	---	-------------------

Програма обміну базами даних (5.43 %)



#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-----------	--

2	Січка стаття_SP.docx 1/24/2024 Research and Educational Innovation Center for Social Transformations (Research and Educational Innovation Center for Social Transformations)	220 (16) (1.23 %)
---	--	-------------------

3	Бондар, Боцян.docx 12/20/2022 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	190 (4) (1.07 %)
---	--	------------------

4	Симак Анна_Новосьолов О.В. 5/27/2024 Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (VSPNU) (VSCNU)	151 (11) (0.85 %)
---	---	-------------------

5	Лахно_Сильчук.doc 11/27/2022 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	101 (2) (0.57 %)
---	---	------------------

6	Непечатенко 10/30/2024 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	55 (5) (0.31 %)
---	---	-----------------

7	Магістерська Воробйова-Савчук.doc 1/23/2018	38 (2) (0.21 %)
---	--	-----------------

8	Формування корпоративної культури підприємства.pdf 5/11/2021 State University of Telecommunications (ННІМП)	30 (2) (0.17 %)
9	db_2024_604_241_041 8/20/2024 O.M.Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (O.M.Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv)	25 (1) (0.14 %)
10	Дипом_Макин_03-12-2022.docx 12/3/2022 V. N. Karazin Kharkiv National University (ККНУ) (ННІ" Каразінський банківський інститут")	23 (2) (0.13 %)
11	Gaichenko.pdf 5/14/2024 Odessa National Economic University (Odessa National Economic University)	19 (2) (0.11 %)
12	ХОЛОДНИЙ-ХОЛОДНА-СТАТТЯ.docx 8/20/2022 Kharkiv National University of Economics named after S.Kuznets (KNUE) (KNUE)	18 (2) (0.10 %)
13	СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.docx 3/11/2023 Uzhhorod National University (UzhNU)	18 (3) (0.10 %)
14	Диплом Зайчук на плагіат 5/28/2024 Zhytomyr Ivan Franko State University (ZIFSU)	14 (2) (0.08 %)
15	atkit_2020m_007 8/20/2024 O.M.Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (O.M.Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv)	12 (1) (0.07 %)
16	Сучасні інформаційні технології ведення бізнесу 5/31/2022 State University of Telecommunications (ННІМП)	12 (2) (0.07 %)
17	Мірошніченко Алла_диплом.doc 4/12/2018 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра стратегії бізнесу)	7 (1) (0.04 %)
18	ФТМЛ_2023_073_ЗАЙЧЕНКО 7/10/2024 Ukrainian national aviation university (Ukrainian national aviation university)	7 (1) (0.04 %)
19	tnpu/Diplomni/Diplomni_2015/15d668/Починок Н. В/Дипломна.docx 8/23/2017 V. Hnatyuk Ternopil National Pedagogic University (TNPU) students work	6 (1) (0.03 %)
20	Диплом Кім перевірка на плагіат 5/31/2024 Zhytomyr Ivan Franko State University (ZIFSU)	6 (1) (0.03 %)
21	db_2024_604_073_018 8/20/2024 O.M.Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (O.M.Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv)	6 (1) (0.03 %)
22	Бакалаврська-Прадош-на плагіат 6/7/2024 Zhytomyr Ivan Franko State University (ZIFSU)	5 (1) (0.03 %)
23	Мотивація службовців сфери готельного бізнесу.docx	5 (1) (0.03 %)

Інтернет (12.72 %)



#	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
24	http://infotour.in.ua/skorbenko.htm	363 (17) (2.04 %)
25	http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/162/1/%d0%a0%d0%be%d0%b3%d0%be%d0%b7%d0%b0%20%d0%9c.%d0%84.%2c%20%d0%92%d0%b5%d1%80%d0%b3%d0%b0%d0%bb%20%d0%9a.%d0%ae.%20%d0%9c%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%84%d1%96%d1%8f.doc	321 (27) (1.80 %)
26	https://new.optimahotels.com.ua/uk/management-company/	162 (10) (0.91 %)
27	https://proseo.kiev.ua/stati/shcho-take-hipertekst-navishcho-vin-potriben/	143 (6) (0.80 %)
28	http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2020.pdf	139 (13) (0.78 %)
29	https://expertsolution.com.ua/uploads/2024/07/Servio_HMS_prezentatsiya_2023_ua-.pdf	88 (6) (0.49 %)
30	http://www.rusnauka.com/36_PWMN_2014/Informatica/3_180773.doc.htm	85 (5) (0.48 %)
31	https://ag.marketing/kontextna-reklama/	81 (2) (0.45 %)
32	https://wezom.com.ua/ua/blog/mobilnye-prilozheniya-v-gostinichnom-biznese	70 (3) (0.39 %)
33	http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/291/8084/16876-1?inline=1	62 (4) (0.35 %)
34	https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/31074/1/materialy%202020.pdf	56 (2) (0.31 %)
35	http://ito.vspu.net/diplomni_rob/html/blank_version/Dokumentu/2012_2013/Duka_Snigana/%D0%94%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%A1%D0%9F.htm	55 (4) (0.31 %)
36	http://www.kspu.edu/FileDownload_ashx/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%93%D0%A0%D0%A1%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97.doc?id=fa26acbb-b8b7-4b2c-900c-f14a878caba0	48 (6) (0.27 %)
37	http://lua.pp.ua/3/200377.html	43 (6) (0.24 %)
38	https://eganszsc.kmf.uz.ua/wp-content/uploads/2024/04/osnovy_inform_tehnologiy.pdf	42 (3) (0.24 %)
39	http://wiki.kubg.edu.ua/%D0%92%D0%B5%D0%B1-%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B5%D1%80	39 (2) (0.22 %)
40	https://www.ourboox.com/books/%d1%96%d0%ba%d1%82/	39 (1) (0.22 %)
41	https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/15847/1/7413-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-7457-1-10-20231128.pdf	38 (2) (0.21 %)
42	https://ribashotelsgroup.ua/blog/tsifrovaya-transformatsiya-v-gostinichnom-biznese/	37 (3) (0.21 %)
43	https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=394061	34 (2) (0.19 %)
44	https://kvpubd.kiev.ua/wp-content/uploads/2022/11/songrova-o.v.-inform-tehnologi%D1%97-urok-19-20.docx	31 (2) (0.17 %)
45	http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/10056/1/%D0%A1%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B1%D1%83%D1%85%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D1%8E%D0%BA%20%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%86%D0%B7%20%D1%8E	30 (3) (0.17 %)

[%20%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%20-%20%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9%20%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20-%20%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%20%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8E.pdf](#)

46	https://www.ourboox.com/books/%D0%BE%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D1%96%D1%81%D0%B8-%D0%B2-%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96%D0%B9-%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D1%96-35/	29 (1) (0.16 %)
47	http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/16116/1/25.pdf	26 (1) (0.15 %)
48	https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/3105/3029/	26 (1) (0.15 %)
49	http://repository.mdu.in.ua/jspui/bitstream/123456789/79/1/Such_tekhnol_upravl_2013.pdf	26 (3) (0.15 %)
50	https://sendpulse.ua/support/glossary/online-chat	24 (2) (0.13 %)
51	http://4ua.co.ua/sport/zb2bc78a4c43a88521316d37_0.html	19 (2) (0.11 %)
52	https://www.aup.com.ua/ml/Mediaazbuka_internet.pdf	18 (1) (0.10 %)
53	http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2020/8.pdf	16 (1) (0.09 %)
54	http://bses.in.ua/journals/2022/74_2022/40.pdf	15 (1) (0.08 %)
55	https://optimahotels.com.ua/uk/management-company/brands/	14 (2) (0.08 %)
56	http://dp.knute.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/8933/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0%D1%87%20%D0%90%D0%BB%D1%96%D1%81%D0%B0%20%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B0.pdf?sequence=1	12 (1) (0.07 %)
57	https://knute.edu.ua/file/MTC=f2c2cb96d576a1a5f1a75fdf506abf42.pdf	12 (2) (0.07 %)
58	http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/30539/1/teza%203.pdf	10 (1) (0.06 %)
59	https://chupah-rada.gov.ua/wp-content/uploads/2024/02/zu-pro-informatsiiu.pdf	9 (1) (0.05 %)
60	https://docplayer.net/73434838-Ministerstvo-osviti-i-nauki-ukrayini-visnik-harkivskogo-nacionalnogo-universitetu-imeni-v-n-karazina.html	5 (1) (0.03 %)



Список принятых фрагментів

#	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-------	---------------------------------------

ВСТУП

Актуальність теми. Сфера гостинності переживає сьогодні революційні зміни завдяки технологіям: від бронювання готельних номерів до покращення обслуговування гостей і оптимізації внутрішньогосподарських операцій. Цифровізація надання готельних послуг та функціонування готелів є одним із найбільш сучасних трендів розвитку готельного сектору сфери гостинності. Інтернет-технології привнесли безліч інновацій та велику кількість переваг. Можливості та переваги, які пропонує інтеграція технологій в операційну діяльність готельного сектору сфери гостинності для удосконалення та інноваційного розвитку індустрії гостинності, величезні. Серед найголовніших переваг запровадження технологій у діяльність готелю варто згадати підвищення рівня задоволеності гостей та партнерів; підвищення ефективності діяльності готелю, оскільки завдяки автоматизації надлишкових і оптимізації трудомістких завдань досягається значний прогрес в ефективності роботи готелю.

Отже, постійне прагнення до досконалості послуг, орієнтованих на гостей, виступає ключовим фактором для поліпшення репутації готелю. Запровадження нових та удосконалення існуючих технологій або їх поєднання стає необхідним для забезпечення покращеного обслуговування клієнтів. Оскільки технології суттєво впливають на всі без виключення галузі промисловості, на нашу думку, дослідження питання впливу розвитку технологій на сектор гостинності завжди буде актуальним. Різноманітні технологічні рішення розширюють перелік послуг та дозволяють власникам готельного бізнесу переосмислити досвід гостей за допомогою розумних систем управління номерами, цифрових методів оплати, індивідуальних мобільних додатків і сучасного онлайн-бронювання.

Аналіз останніх публікацій. Інформатизація та цифровізація готельного бізнесу знаходиться під постійною увагою дослідників та учасників ринку гостинності – туроператорів, готельєрів та рестораторів, оскільки інформаційні

та Інтернет-технології сьогодні поширюються на усі сфери життя. І саме в готельній справі вони відіграють складну та багатошарову роль, впливаючи на багато сфер роботи готелю та досвід гостей. Дослідженню ролі інформації та інформаційних технологій присвячені роботи А. М. Гуржія, Л. І. Возненко, Н. І. Поворознюка, В. В. Самсонова. Стан використання сучасних інформаційних технологій в готелях та ресторанах досліджували М. К. Сукач, М. М. Скопень. Питанням реального стану та перспективам розвитку цифровізації та технологізації готельного бізнесу присвячені роботи Доценко В. Ф., Шидловська О. Б., Медвідь І. М., Бедусенко Л. С. З точки зору просування послуг сфери гостинності мережу Інтернет розглядали Скорбенко С. та Герасименко І.М. Новітні технології, що засновані на інструментах Інтернету, досліджували Бондар М.П., Боцян Т.В., Шаран Л.О., Сильчук Т.А., Лахно А.І.

Науковці у своїх висновках одноголосні, що саме Інтернет-технології та їх активне впровадження в діяльність готелів виступають драйверами інноваційного розвитку галузі та революційних змін в якості та персоналізації послуг сфери гостинності. Сучасні Інтернет-технології створюють суттєві конкурентні переваги для власників готелів, які активно їх впроваджують в діяльність готелів, оскільки саме технологія дає змогу оптимізувати й автоматизувати безліч операційних завдань. Не можна не погодитися з думкою дослідників, що одна з найстаріших галузей у світі, гостинність, охоче поглинає всі технологічні інновації, які мають потенціал для покращення досвіду відвідувачів і забезпечення більш ефективного обслуговування.

Мета і завдання дослідження. Для досягнення мети кваліфікаційної роботи, автором були вирішені такі **завдання**:

- дослідити теоретико-методичні основи використання Інтернет-технологій шляхом:
 - визначення змісту поняття «Інтернет-технологія»;
 - розгляду існуючої класифікації видів Інтернет-технологій та надання характеристики кожного виду;
 - аналізу особливостей їх використання у готельному бізнесу;

- дати загальну характеристику стану досліджуваного підприємства сфери гостинності;
- проаналізувати стан цифровізації та інформатизації операційної діяльності досліджуваного підприємства сфери гостинності;
- провести аналіз запровадження сучасних Інтернет технологій у діяльність досліджуваного підприємства сфери гостинності;
- розробити заходи та обґрунтувати програму реалізації інвестиційних проєктів із впровадження новітніх Інтернет-технологій;
- оцінити ефективність впровадження заходів із запровадження Інтернет-технологій в операційну діяльність досліджуваного підприємства сфери гостинності.

Об’єктом дослідження кваліфікаційної роботи є Інтернет-технології в операційній діяльності готелю.

Предмет дослідження є особливості та передумови визначення теоретичних, методологічних та прикладних засад використання Інтернет-технологій в операційній діяльності готелю.

Методологічна база роботи формується на основі праць класиків менеджменту інновацій, інформаційних систем та сфери гостинності, джерел наукової, навчальної та періодичної літератури за темою дослідження, монографічних видань та звітів.

Інформаційна база дослідження складається з аналітичної інформації провідних операторів ринку; звітності, документації та даних досліджуваного підприємства, статистичних даних та аналітичної інформації фахівців ІТ-ринку тощо. Також в якості джерел дослідження виступили праці вітчизняних та зарубіжних науковців в галузі інформаційної економіки, інформаційних технологій та систем, інвестиційного менеджменту, інноваційного та стратегічного управління.

Методологія дослідження ґрунтується на положеннях інформаційних систем та технологій, теорії

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Поняття Інтернет-технологій: види, характеристика та особливості використання в готельному бізнесі

Перш ніж розглядати інтернет-технології в готельній справі треба дослідити питання: що ж саме сучасні дослідники мають на увазі, говорячи про технології, інформаційні та інтернет-технології, зокрема?

У словнику іншомовних слів за редакцією Володимира Лук'янюка знаходимо визначення: «Технологія (англ. technology від давньогр. τέχνη – уміння і λόγος – думка): 1. Сукупність знань, відомостей про послідовність окремих виробничих операцій у процесі виробництва чого-небудь. 2. Сукупність способів обробки або переробки матеріалів, виготовлення виробів, проведення різних виробничих операцій тощо» [1]. Інакше кажучи, сьогодні під терміном «технологія» розуміють сукупність методів або способів виготовлення, видобутку, переробки чи обробки або інших процесів, робіт чи операцій, що призводять до зміни стану сировини, матеріалів, напівфабрикатів чи виробів під час виготовлення продукції із заздалегідь заданими показниками якості.

Щодо інформації, то в тому ж словнику іншомовних слів знаходимо наступне визначення: «Інформація (лат., роз'яснення) 1. Повідомлення про щось. 2. Відомості про навколишній світ, процеси, які в ньому відбуваються, про події, ситуації, чиясь діяльність, що їх сприймають людина і живі організми, керуючі машини та інші системи» [2].

Гуржій А.М. та колектив авторів стверджують, що «...у цей термін вкладають різний зміст, залежно від сфери застосування. У філософії інформацію розглядають як категорію, що відображає структуру матерії і є її атрибутом. На загальному рівні під інформацією розуміють факти, новини,

знання, відомості про об'єкти і явища навколишнього світу та їхні властивості» [3, с. 10].

Бутенко Т.А. та Сірий В.М., розглядаючи зміст поняття «інформації», стверджують, що «...Визначення «інформації» може варіюватися в залежності від сфери діяльності та напрямків дослідження, але інформація – це об'єктивно існуюча сукупність даних, що характеризує організацію, структуру, стан та поведінку певної системи загалом, або окремих її елементів та зменшує ступінь невизначеності у процесі її пізнання людиною» [4, с. 13].

На законодавчому рівні, у Законі України «Про інформацію» знаходимо наступне визначення: «...інформація – будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [5]. Беззаперечним є факт, що до «відомостей та/або даних» можна віднести і новини, і факти, і відомості про об'єкти, як зазначають Гуржий А.М. та колектив авторів, поряд з цим обов'язковою їх ознакою має бути можливість збереження їх змісту на «матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [3, с. 11] тобто папері або у вигляді файлів. Підтвердженням наших висновків є твердження науковців, що «...У матеріальному світі інформація матеріалізується через свій носій і завдяки ньому існує. Сутність матеріального світу з'являється перед дослідником у єдності форми й змісту. Передається інформація через носій. Матеріальний носій надає інформації форму. У процесі формоутворення проводиться зміна носія інформації» [4, с. 14].

За способом представлення інформації науковці розрізняють чотири її види (рис. 1.1), які можна обробляти на комп'ютері і саме вона становить основу інформаційних систем та технологій. Далі, розмірковуючи про місце і роль інформації у господарській та операційній діяльності підприємств автори стверджують, що «...Специфіка інформації полягає в тому, що вона, з одного боку, є ресурс і продукт діяльності інформаційних структур, а з другого – товар на ринку інформаційних послуг, що є особливістю самого ринку» [4, с. 18]

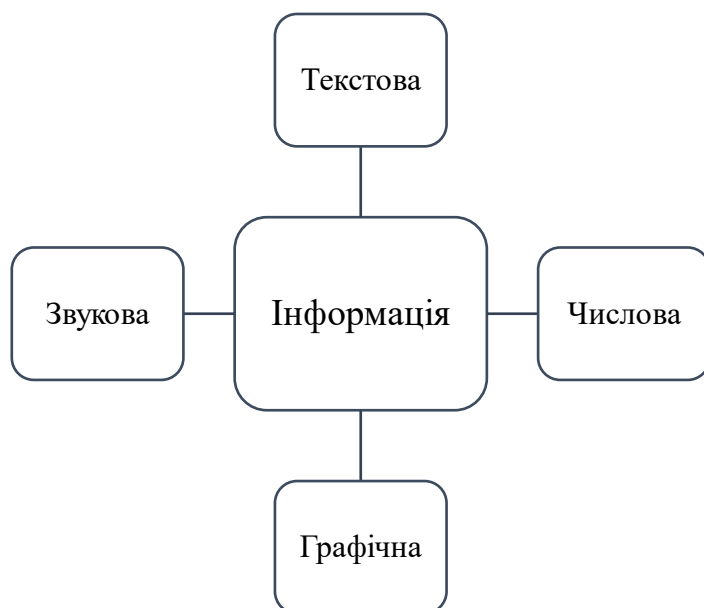


Рисунок 1.1. Види інформації за способом її представлення (складено автором за [4]).

За способом сприйняття інформації колектив авторів [6, с. 17] поділяють її на 5 типів (рис. 1.2).

візуальна	машинна	аудіальна	тактильна	органолептична
•сприймається органами зору	•сприймається засобами обчислювальної техніки	•сприймається органами слуху	•сприймається на дотик, органами відчуття	•сприймається у вигляді запаху та смаку

Рисунок 1.2. Види інформації за способом її сприйняття (складено автором за [6]).

І далі автори стверджують, що у готельному бізнесі інформація, як правило, відтворюється та сприймається візуально, у машинному вигляді та аудіальними засобами. Не можна не погодитися із твердженнями авторів, бо дійсно інформація для внутрішнього користувача у готельному бізнесі – працівників та власників бізнесу – представлена у вигляді документів та баз

даних, які відтворюються за допомогою комп'ютерної техніки, для відвідувачів та гостей – у вигляді каталогів, прайс-листів, візитівок, відеороликів, рекламної продукції тощо.

Отже підсумовуючи, можна дійти очевидного висновку, що інформація відіграє ключову роль в організації діяльності готельного бізнесу, бо є основою всіх без виключення технологічних та операційних процесів.

Інформація утворює систему, яка виступає базисом для системи управління будь-яким підприємством, зокрема, і готельним. І саме інформаційна система і система управління готелем на будь-якому рівні утворюють єдність, бо управління без інформації не можливе. Саме систематизована інформація дає уявлення про результати «...аналізу, планування та прогнозування діяльності за відповідними етапами, починаючи з аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, визначення загальної стратегії функціонування підприємства з урахуванням сучасних вимог, виявлення власних можливостей і на їх основі побудови стратегії діяльності та розроблення концепції, бізнес планів, програм і на завершення – процес реалізації проектів.» [7]

«Місце, де застосовується інформаційна технологія, яка в свою чергу перетворює інформаційний ресурс» [4, с. 21] науковці називають інформаційною системою. Сьогодні з урахуванням сучасного розвитку інформатизації та цифровізації важко уявити функціонування готельного підприємства без використання інформаційних систем і технологій. Як влучно зазначають науковці: «Застосування ІТ розповсюджується практично на всі види їх діяльності, як у здійсненні глобального управління, так і в координуванні щоденних процесів. Вона пов'язує всі види інформації, необхідної для управління на підприємстві і є єдиною інформаційною системою» [7].

Неухильне зростання обсягів інформації про взаємодію суб'єкта господарювання з іншими гравцями в умовах ринку, в свою чергу, вимагає постійного вдосконалення ІТ, а подальший розвиток глобального ринку

породило «...маркетинг взаємодії, в основі якого лежать процеси комунікації. Конвергенція інформаційних технологій і комунікаційних процесів призвела до виникнення нового поняття «інформаційно-комунікаційні технології». Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ, від англ. Information and communications technology, ICT) – часто використовується як синонім до інформаційних технологій, хоча ІКТ – це загальніший термін, який підкреслює роль уніфікованих технологій та інтеграцію телекомунікацій (телефонних ліній та бездротових з'єднань), комп'ютерів, програмного забезпечення, накопичувальних та аудіовізуальних систем, які дозволяють користувачам створювати, одержувати доступ, зберігати, передавати та змінювати інформацію. Іншими словами, ІКТ складається з ІТ, а також телекомунікацій, медіа-трансляцій, усіх видів аудіо і відеообробки, передачі, мережевих функцій управління та моніторингу» [4, с. 27].

Підсумовуючи, автори стверджують, що «... інформаційно-комунікаційні технології – сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, демонстрації та використання даних в інтересах їх користувачів» [4, с. 27]. І саме ІКТ повною мірою використовують можливості глобальної мережі Інтернет та становлять Інтернет-технології, які в останні роки набувають все більшого поширення у сфері гостинності та забезпечують ефективне функціонування суб'єктів господарювання завдяки підвищенню якості управління інформаційними, фінансовими, людськими та матеріальними ресурсами.

А що ж таке Інтернет та технології, які функціонують на його базі? Українська бібліотечна енциклопедія дає наступне визначення Інтернету: «Інтернет (від англ. Internet) – всесвітня система взаємополучених комп'ютерних мереж, що дозволяє зберігати, передавати інформацію та базується на Інтернет-протоколах, визначених міжнародними стандартами» [8]

Вільна енциклопедія «Вікіпедія» поняття Інтернет-технологій трактує наступним чином: «Інтернет-технології – це технології створення і підтримки

різних інформаційних ресурсів в комп'ютерній мережі Інтернет: сайтів, блогів, форумів, чатів, електронних бібліотек та енциклопедій. В основі Інтернет та Інтернет-технологій лежать гіпертексти і сайти, що розміщуються в глобальній мережі Інтернет або в локальних мережах ЕОМ» [9].

Варто зазначати, що сьогодні існує велика кількість визначень цього поняття. Дехто з науковців вважає, що це різного роду технології та сервіси, які дозволяють здійснювати всю діяльність в комп'ютерній мережі Інтернет. Хтось наполягає на тому, що це комунікаційні, інформаційні та інші технології і сервіси, ґрунтуючись на які, здійснюється діяльність в Інтернеті або за допомогою нього. Є прихильники того, що Інтернет-технології відносяться до технічної галузі, яка охоплює необхідні навички для розробки додатків в Інтернеті або системах на базі Інтернету, використовуючи технології електронної комерції, хмарні, мобільні та веб-технології. Кожне з наведених вище тверджень мають право на існування, бо у будь-якому випадку Інтернет-технології спрямовані на роботу з інформацією та її представленням у текстовому, графічному, відео та аудіо вигляді з наданням доступу до неї широкому колу користувачів завдяки використанню певних засобів, інструментів та можливостей Інтернету.

Сьогодні жодне готельне підприємство не може обійтися без ІКТ та Інтернет-технологій у своїй діяльності. «В умовах сьогодення комп'ютерні системи охоплюють усі процеси функціонування готелю і його взаємин зі споживачами його послуг. Розвиток інформаційних технологій та їх значні функціональні можливості привели до появи цілком інтегрованих систем комп'ютерного управління готельними підприємствами» [7].

У своїх дослідженнях науковці узагальнюють напрямки використання ІКТ в діяльності готелів, спрямованих на оптимізацію бізнес-процесів управління готелем, підвищення якості сервісу та маркетингу: «...до ІТ технологій, які оптимізують менеджмент у готелі, відносяться комп'ютерні системи центрального управління готелем, системи управління внутрішніми службами, які дозволяють ефективно обслуговувати гостей, технології

оповіщення про готовність номерів, технологія замовлення їжі в ресторані. Найбільш поширеним універсальним продуктом є комплекс найбільшої у світі компанії «MicroFidelio», що спеціалізується на створенні систем управління для готелів і ресторанів упродовж 20 років. Така система встановлена на підприємствах більше 100 найбільших готельних мереж (Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinsky, Hyatt та ін.). Найбільшими комп'ютерними системами бронювання на міжнародному ринку туризму є системи Amadeus, Galileo, Sabre і Worldspan. Разом ці системи налічують близько 500 тис. терміналів, встановлених у готелях по всьому світу, що складає 90% ринку, не випадково їх називають «золотою четвіркою». 10% займають регіональні системи бронювання і системи, які знаходяться на стадії злиття з однією з вищевказаних систем» [7].

Українські готелі для покращення операційної діяльності та сервісу також активно впроваджують ІТ. Автоматизувати операційну діяльність допомагають: CRM, готельні програми та модулі бронювання, платіжні системи та IP-телефонія. Технології, що полегшують надання сервісу: автоматичне повідомлення на кожному етапі від бронювання до виїзду, безконтактна реєстрація, чат-бот для допомоги та контролю якості сервісу. Серед популярних технологій, що використовуються в українському сегменті гостинності, варто назвати:

- PMS провідних світових виробників програмного забезпечення для готельної галузі – наприклад, Micro Fidelio або Epitome від SoftBrand;
- якісні розробки компаній з країн СНД, як от: «Едельвейс», «Готель 2.3» («Інтерготель»), Intellect Style. Як правило, вік таких продуктів – більше 15 років і на копічений за цей період досвід втілюється в «промисловий продукт»;
- новачки – програмне забезпечення, що з'явилося в останні 3-5 років;
- HMS з Америки [7].

І майже всі програми, які пов'язані з бронюванням, платежами, чат-ботами, засобами комунікації базуються саме на можливостях Інтернету, і є

нічим іншим, як Інтернет-технологіями. Таким чином, Інтернет-технології – це засоби обміну інформацією на великих відстанях за допомогою гіпертексту, як по дротах, так і без них. Завдяки появі Інтернету обмін інформацією став набагато швидшим та простішим. Основою будь-якої технології лежить мова HTML – мова розмітки тексту. Сьогодні Інтернет-технології поділяють на два типи: онлайн та офлайн (рис. 1.3).

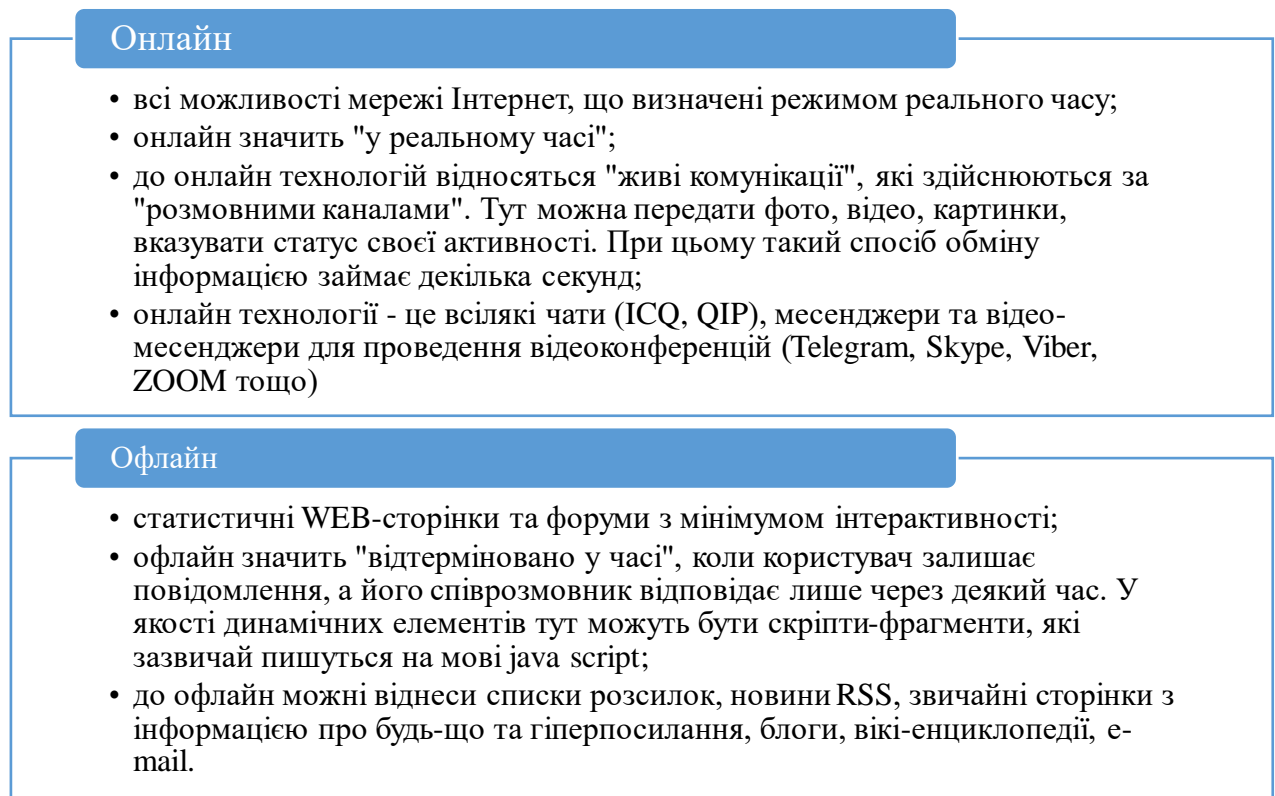


Рисунок 1.3. Типи Інтернет-технологій та їх особливості

В останні декілька років до звичайного інтернету за допомогою ЕОМ, сьогодні прийшли мобільний інтернет, розвивається WiMAX. Саме тому, тренд на використання в готельному бізнесі інформаційних технологій та можливостей Інтернету продиктований не тільки сучасним розвитком технологій, а й майже повною «діджиталізацією» суспільства. Цей тренд охоплює всі без виключення аспекти роботи сучасних готелів щодо обміну інформацією. Сьогодні важливо все: і розробка сучасного сайту готелю, який

здатний задовольнити запити найбільш вимогливого споживача готельних послуг і одночасно забезпечити високий відсоток продажів готельних послуг (основних і додаткових), і використання «інтернету речей», без якого досить складно сьогодні представити сучасний готель.

Все вищезгадане дає підстави стверджувати, що грамотна модернізація готельного бізнесу має бути забезпечена онлайн присутністю бізнесу в мережі Інтернет. Значний відсоток різноманітних покупок, у тому числі і послуг розміщення та відпочинку, вимагає наявності доступного ресурсу із зручним та простим інтерфейсом, який надає інформацію про точку розміщення у «світовому павутинні».

Отже, для ефективного використання в операційній діяльності готелю всіх можливостей Інтернет-технологій необхідним є наявність спеціалізованих засобів, до яких відносять:

1) Веб-сервер – комп'ютер, який передає інформацію у форматах HTML по мережі TCP/IP з використанням протоколу http на комп'ютері користувача, який використовує веб-браузер для відображення інформації. «Вебсервер – це програмне та апаратне забезпечення, яке використовує протокол HTTP (Hypertext Transfer Protocol) та інші протоколи для відповіді на запити клієнтів, зроблені через браузер. Основне його завдання – показувати вміст сайту, водночас зберігаючи, обробляючи та доставляючи його сторінки користувачам» [10]. Клієнти дістаються веб-сервера за URL адресою потрібної їм веб-сторінки або іншого ресурсу [11]. Додатковими функціями багатьох веб-серверів є: ведення журналу серверу про звернення користувачів до ресурсів; автентифікація користувачів; підтримка сторінок, що динамічно генеруються; підтримка HTTPS для захищених з'єднань з клієнтами [12].

2) Гіпертекст та сайт.

«Гіпертекст – це система, що складається з текстових елементів, пов'язаних між собою посиланнями. Весь Інтернет складається з таких систем – текстів, зроблених за допомогою мови розмітки і призначених для переходу між ними за посиланнями. Простими словами гіпертекст – це той, що

посилається на інші сторінки. Атомом гіпертексту є гіперпосилання – підготовлений текст або графічне зображення, що містить у явному чи прихованому вигляді посилання для переходу на інший об’єкт у Інтернеті. Після клацання по ній користувач автоматично переходить до документа: він відкривається в поточному або новому вікні браузера. За формою подання виділяють такі гіперпосилання як:

- текстові, які підкреслюються та/або виділяються відмінним від основного кольором;

- графічні: піктограми, кнопки тощо.

За розташуванням на ресурсі вони поділяються на:

- local links (локальні), які посилаються на інші фрагменти або елементи того самого документа, з якого вони ведуть;

- global links, які посилаються на будь-які ресурси, розташовані за межами поточного документа» [13].

Сайт – сторінка або декілька сторінок, доступних за посиланням в Інтернеті. Сайтом можна назвати будь-який веб-продукт за посиланням в Інтернеті [14]. «Сукупність веб-сторінок, оформлених в одному стилі та об’єднаних спільною концепцією, мають унікальні адреси, але масивність даних пов’язана доменним ім’ям. Користувач сприймає їх як єдине ціле. Є можливість переходу між сторінками одного сайту. Сьогодні існують величезні сайти. Число їхніх сторінок виражається п’ятизначними цифрами. Це найскладніші системи з особливими правилами підпорядкування різним завданням. Для них створюються спеціальні навігаційні карти» [15].

Фахівці у сфері Інтернет-технологій в готельній справі стверджують: «...незважаючи на наявність готельних агрегаторів для пошуку та бронювання житла, таких як Airbnb або Booking, великі готелі вкладають бюджет у розроблення свого сайту», – і далі зазначають, – «...за підрахунками консалтингових компаній та digital-маркетологів:

62% користувачів воліють бронювати номери в інтернеті;

52% великих готелів вкладаються в інтернет-просування.

Особисті сайти готелів утримують друге місце за обсягами бронювання, конкуруючи з глобальними сайтами пошуку житла. Так, наприклад, в США на агрегаторах бронюють номери 58% опитаних користувачів, а на сайтах готелів – 45%. Інші 28% для пошуку та бронювання готелів вибирають послуги метапошуку» [16].

З урахуванням вищевикладеного можна дійти висновків що, модернізуючи або створюючи новий сайт, готелю необхідно враховувати не тільки його презентабельність, але й функціональність. Відвідуючи сайт готелю, гість має мати можливість не тільки ознайомитися з готелем, його номерним фондом та послугами, що пропонуються, але й гарантовано зробити замовлення та здійснити безпечну оплату обраних послуг. Забезпечити сайт таким функціоналом сьогодні допомагають сучасні інформаційні технології та програмне забезпечення управління об'єктами готельної індустрії, які містять спеціальні модулі: бронювання, сервіси інтернет-еквайрингу та багато інших зручних додатків та програмних продуктів. Виступаючи основним інструментом для продажу (тим більш прямого продажу) готельних послуг та комунікації з цільовою аудиторією, сучасний та ефективний сайт готелю має максимально демонструвати весь спектр пропонованих продуктів та послуг та забезпечувати клієнтові можливість їх віддаленого замовлення та оплати.

3) Електронна пошта – «спосіб надсилати та одержувати повідомлення, які містять текстовий та графічний контент, через інтернет. Це такий собі цифровий аналог традиційної пошти. Також вона дозволяє автоматично відповідати на листи, розсилати їхні копії одразу декільком адресатам, перенаправляти на інші адреси тощо. Комунікація через емейл відбувається в режимі реального часу, при цьому користувачі можуть передавати важливі дані один одному у різних куточках нашої планети» [17].

4) Чат (англ. chat – «балачка») – мережевий засіб для швидкого обміну текстовими повідомленнями між користувачами інтернету в режимі реального часу [18]. Сьогодні багато готелів вбудовують чати на власному офіційному

сайті – онлайн-чати, що значно полегшує та прискорює комунікацію з потенційними клієнтами. «Згідно з дослідженнями Popurpsmart, 51% клієнтів повторно купують продукти у компаній, які мають чат на сайті. 42,38% стверджують, що купують щось завдяки відмінному онлайн-чату» [19].

5) ZOOM, Google meet – сервіси для відео та телефонного зв'язку.

ZOOM – «програма для організації відеоконференцій, розроблена компанією Zoom Video Communications. Вона надає сервіс відеотелефонії, який дозволяє підключати одночасно до 100 пристроїв безкоштовно, з 40-хвилинним обмеженням для безкоштовних акаунтів» [20]. Цей сервіс досяг піку своєї популярності під час пандемії COVID-19 для організації віддаленої роботи, дистанційного навчання великої кількості користувачів по всьому світу.

Google Meet – платформа відео зв'язку, розробником якої є Google. «... просте й безпечне рішення для проведення відеодзвінків і зустрічей для компаній будь-якого розміру. Це гнучкий і захищений сервіс для спільної роботи, що пропонує різні функції, зокрема відео в якості Full HD, заглушення шумів і живі субтитри» [21].

Підсумовуючи викладене, можна стверджувати, що одним з найважливіших досягнень останніх десятиліть є Інтернет-технології, оскільки вони дозволяють людям взаємодіяти та здійснювати операції з іншими людьми без обмежень у часі та просторі. Будь-який власник будь-якого бізнесу має бути вдячним вищевказаним технологіям за надання йому можливості розширити свої послуги за межі своїх офісів і підприємств. У клієнтів також є причини бути вдячними за можливість купувати речі або користуватися різними послугами в будь-який час і в будь-якому місці.

Саме завдяки використанню готелями Інтернету з'являється можливість у їх власників ефективно просувати послуги з розміщення, але на думку С. Скорбенко «...тільки в тому випадку, якщо сайт є каналом продажів, на ньому у вигідному світлі представлені продукти і послуги, які пропонуються в готелі, готельєр безперервно працює над поліпшенням продажу з допомогою сайту» [22].

Автор впевнений, що «... відсутність веб-проекту у готелю сприймається цільовою аудиторією як показник низького рівня підприємства, незалежно від реальної якості надаваних послуг. Це змушує всі сучасні компанії, що працюють у готельному бізнесі, створювати інтернет-проекти. На даний момент веб-сайт є у кожного готелю, незалежно від його класу і ступеня комфортності. І він має певний вплив на рівень популярності готелю серед потенційних відвідувачів» [20].

Використання сучасних Інтернет-технологій дає можливість готельєрам проводити маркетингові дослідження та ефективні рекламні кампанії, здійснювати аналіз клієнтоорієнтованості діяльності готелю та засобів, які використовуються для її забезпечення, і в першу чергу сайту. Саме сайт «створюється для кінцевого споживача і має бути орієнтованим на клієнта» [20]. Автор впевнений, що за умов правильної організації та коректного оформлення всіх розділів сайту «...він буде займати передові позиції у видачі пошукових систем. Це забезпечить доступність сайту для цільової аудиторії і благотворно позначиться на відвідуваності. А остання, як відомо, є одним з головних показників успішності веб-проекту. Серед величезної кількості сучасних готельєрів тільки одиниці регулярно і коректно працюють зі статистичними даними – використовують аналіз сайтів підприємств готельної індустрії, пропозицій і послуг конкурентів, можливостей своїх проектів з метою виявлення неефективних і найбільш ефективних засобів популяризації сайту і просування. Це дозволяє їм спочатку створити новий або реконструювати старий сайт під потреби клієнта для одержання своєї вигоди».

У своєму дослідженні С. Скорбенко приводить цікаву інформацію щодо статистики відвідуваності сайту та поведінки на ньому користувачів: «...найбільш ефективними є Головна сторінка (на неї припадає від 15 до 35% трафіку), Сторінки номерів (від 20 до 50%), Сторінки ресторанів (від 5 до 20%), Контакти (від 3 до 8%) та Ціни (від 9 до 15%). Ці розділи вимагають найретельнішого аналізу і опрацювання для того, щоб користувач, що зайшов з

пошукових систем, зупинив вибір на певному готелі і відразу зробив замовлення» [20].

У підсумку автор стверджує, якщо власник готельного бізнесу «не аналізує статистику, він упускає можливості ефективного просування. Якщо він не покращує сайт, не змінює його під відвідувача, не використовуючи Google-експерименти, Інтернет навряд чи стане для нього ефективним способом просування послуг готелю. Та навпаки, безперервний аналіз в поєднанні з експериментальною діяльністю гарантує досягнення поставлених цілей: зниження витрат і збільшення ефективності реклами, збільшення трафіку, підвищення конверсійних показників, стабільне зростання доходу компанії» [20].

Фахівці з Інтернет-технологій також звертають увагу на можливості Інтернет-технологій для проведення рекламних кампаній завдяки використанню наступних інструментів:

- Пошукове просування;
- Контексна реклама;
- SMM;
- Тематичні форуми та блоги;
- E-mail маркетинг.

Розглянемо окремо кожний з перелічених вище інструментів.

1) Пошукове просування – виведення сайту на перше місце у пошукових системах на запити користувачів. Одним з елементів вдалої стратегії просування сайту, який дозволяє виділити сайт готелю від конкурентів, є його контент – унікальні та релевантні тексти, грамотно прописані заголовки та його графічне наповнення. Пошукове просування дає значні переваги (рис. 1.4), але поряд з цим воно не дає миттєвих результатів і це завдання не одного дня. Отримання сайтом перших позицій у видачі пошукових програм потребує часу та зовнішньої й внутрішньої його оптимізації (технічного аудиту сайту, роботи зі структурою сайту, робота з контентом і багато інших спеціальних заходів).

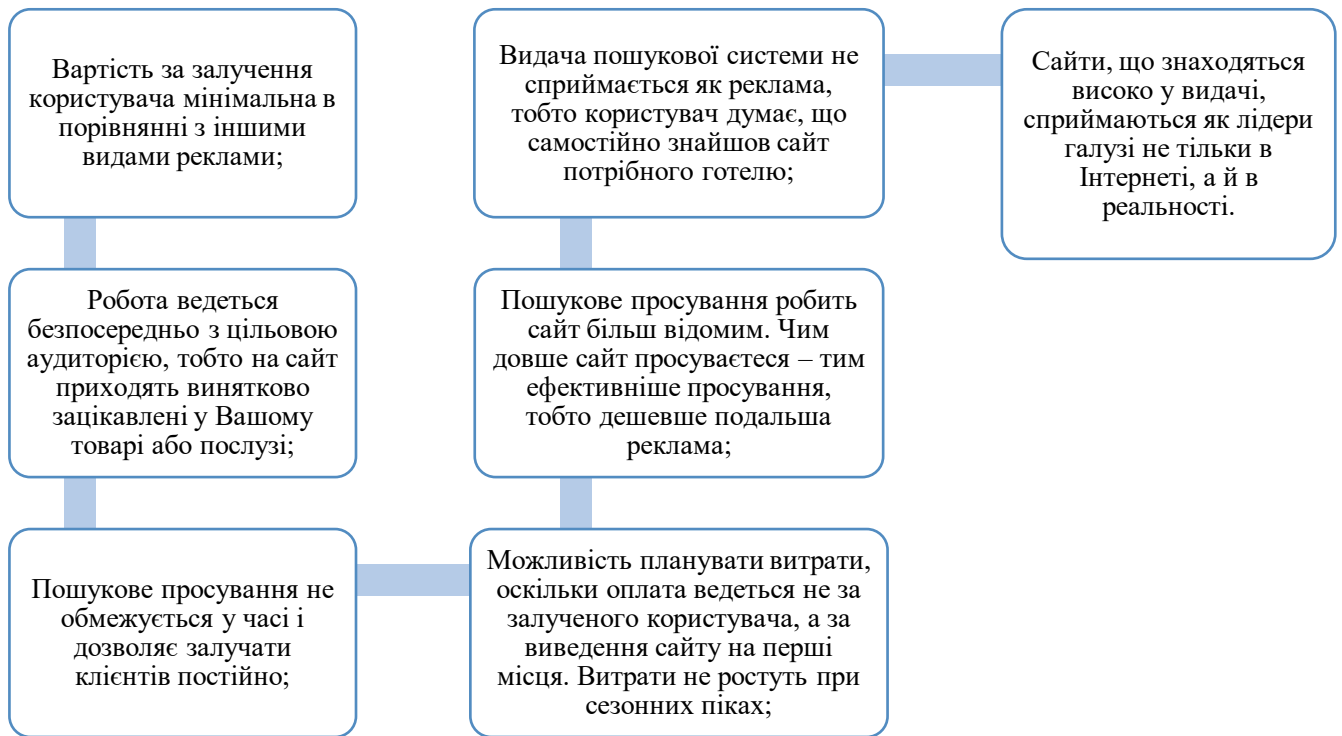


Рисунок 1.4. Переваги пошукового просування сайту підприємства сфери гостинності

2) Контексна реклама, сьогодні є одним «з найбільш популярних і ефективних видів реклами в Інтернеті. Її суть підібрана в залежності від інтересів кожного конкретного користувача: які запити він вводив, які сайти відвідував, якій тематиці більше приділяв уваги. Саме через це вона і називається контекстною» [23]. За свідченнями фахівців з е-маркетингу «...рекламні оголошення відображаються на необхідних сторінках завдяки наявності ключових слів у налаштуванні. Саме тому вони набувають актуальності в кожному конкретному випадку. Переходячи за посиланням на сайт рекламодавця, користувач може побачити рекламу, яка також в тій чи іншій мірі пов'язана з його інтересами» [21].

3) SMM (англ. social media marketing) – комплексна стратегія, яка спрямована на залучення уваги та взаємодію з аудиторією через такі популярні платформи, як Facebook, Instagram, YouTube, X, LinkedIn тощо [24]. Фахівці зазначають, що одним з ключових аспектів SMM – це взаємодія та комунікація

з цільовою аудиторією. Коментарі, повідомлення, лайки – це все інструменти, які дозволяють вам не лише висловлювати свої ідеї, але і створювати спільноту, що цінує певний бренд [22].

4) Тематичні форуми та блоги. Форуми – онлайн-площадки, які об'єднують фахівців у певній галузі професійної діяльності та покликані надати можливість певній групі співрозмовників обговорювати професійні питання у форматі відеоконференцій та/або чатів, при цьому знаходитися один від одного на певній відстані. Для обговорення професійних питань надають можливості різні інструменти Інтернету: групи новин, електронна пошта, в тому числі й служба форумів. У такому розумінні форум – це довготривалі (постійно діючі) телеконференції, в ході яких співрозмовники надсилають і читають текстові повідомлення в зручний для них час.

При цьому слід звернути увагу, що головним завданням власника бізнесу, який в якості засобу просування обрав тематичні форуми і блоги, полягає в тому, щоб налагодити контакт з учасниками форуму і пропонувати їм рекламну інформацію не з позиції реклами, а доречної поради. При цьому важливо: публікувати інформацію про готелі, відповідну потребам аудиторії форуму; використовувати для повідомлень корисну та обґрунтовану інформацію, позиціонуючи її як пораду і допомогу; не використовувати пряму рекламу.

5) E-mail маркетинг. Цей інструмент дає змогу поширювати листи з рекламною інформацією за допомогою електронної пошти. Часто цей інструмент плутають зі СПАМом, оскільки суть роботи обох інструментів дуже схожа, але адресне розсилання на відміну від СПАМУ відправляється тільки за умов згоди покупця, який може в будь-який момент відмовитися. Листи, які надсилаються потенційному замовнику, мають бути інформативними, спонукати його перейти на сайт готелю, у розділ, який детально описує послугу, що просувається, стимулювати інтерес до неї. Лише за умов дотримання вищевикладених умов email-маркетинг сприятиме збільшенню цільової аудиторії сайту.

Таким чином, сьогодні існує велика кількість інструментів Інтернет-технологій, використання яких дає змогу спрямувати рекламні зусилля на залучення користувачів та активізації попиту на послуги, що надає готель.

Сучасні Інтернет-технології, системи та мережі дають змогу ефективно реалізовувати й інші функціональні напрями діяльності підприємств готельного бізнесу (табл.1.1).

Таблиця 1.1.

Напрями використання Інтернет-технологій у діяльності готелів

Напрями	Інструменти Інтернет-технологій	Цільові групи користувачів
Моніторинг ринку готельних послуг (дослідження потреб споживачів, аналіз діяльності)	Пошукові системи; форуми; чати; тематичні сайти і портали; каталоги; власний веб-сайт; e-mail	Потенційні споживачі, партнери, конкуренти
Маркетингова діяльність: реклама, PR, стимулювання збуту, директ-маркетинг	Власний веб-сайт; банерна реклама; перехресні посилання; e-mail;	Потенційні споживачі, партнери
Бронювання, продаж готельних послуг у режимі реального часу	Власний веб-сайт; e-mail	Потенційні споживачі, реальні покупці, партнери
Отримання професійної та ділової інформації	Пошукові системи; форуми, чати; тематичні сайти і портали; каталоги; конференції; розсилки	Персонал готельного підприємства
Підтримання ділових зв'язків	Власний веб-сайт; e-mail; спеціальні програми обміну	Партнери, потенційні споживачі, реальні покупці

Використання різноманітних інструментів Інтернет-технологій у діяльності сучасних готелів є передумовою їх інноваційного розвитку. Вони також сприяють підвищенню ефективності їх функціонування, бо отримати певні економічні вигоди можливо завдяки вдосконаленню та систематичному осучасненню ділової активності підприємств готельної галузі.

Запровадження Інтернет-технології в діяльність готелів не вимагають значних витрат часу. Незалежність від місцезнаходження користувача та

миттєва доставка великого обсягу інформації у будь-яке місце є їх вагомими перевагами. З огляду на вищевикладене доцільно визначити головні переваги застосування Інтернет-технологій в операційній діяльності підприємств сфери гостинності (рис. 1.5).



Рисунок 1.5. Переваги застосування Інтернет-технологій в операційній діяльності підприємств сфери гостинності

Однією з найбільш вагомих переваг, на нашу думку, є оперативність, бо потенційний споживач має можливість у будь-який час придбати послугу готелю (перегляд послуг, бронювання номеру, оплата) незалежно від місця його перебування лише за наявності підключення до мережі Інтернет.

Наступною перевагою є легкість та доступність професійної інформації, що є суттєвим чинником підвищення ефективності діяльності готелю на ринку сфери гостинності. Будь-який сучасний готель являє собою складний комплекс функціональних ланок, від злагодженості роботи яких залежить успішність існування підприємства на ринку.

Як вже зазначалося раніше, мережа Інтернет дає змогу значно збільшити коло користувачів та розширити сферу інформування про готель, його послуги.

При цьому інформація може надаватись не тільки цільовій аудиторії, а й значно більшому колу користувачів Інтернету.

Взаємодія на великій відстані між представниками готелю та потенційними гостями може здійснюватися в режимі реального часу за допомогою розглянутих нами вище інструментів – платформ відеоконференцій, чатів, електронної пошти. Саме Інтернет-технології дозволяють реалізувати постійну присутність готелю в інформаційному просторі за допомогою сайту та спеціальних програм (чат-ботів), які працюватимуть в автономному режимі та збиратимуть замовлення, відповідатимуть на найпоширеніші питання потенційних споживачів послуг готелю. Інакше кажучи, потенційний споживач послуг готелю у будь-який зручний для нього час може отримати потрібну йому інформацію про готель, послуги та їх вартість, перелік додаткових послуг.

Інтернет-технології дозволяють індивідуалізувати послуги готелів, тобто сприяють клієнтоорієнтованості готелю та зниженню витрат на маркетингові комунікації, оскільки дають змогу заощадити і час, і кошти, зосередившись на потенційних гостях готелю, які зацікавлені саме у його послугах у розміщенні. Все вищевикладене призводить до підвищення конкурентоспроможності готелю, сприяє виробленню конкурентних переваг за рахунок підвищення якості та оперативності надання послуг, а також формуванню позитивного іміджу готелю, який орієнтований на клієнта, його комфорт та безпеку. Все перераховане врешті-решт призводить до зростання потоку відвідувачів та збільшенню обсягів прибутку готельного підприємства.

Таким чином, сучасні Інтернет-технології мають великий потенціал щодо їх використання в сучасному готелі, вони сприяють залученню якомога більшої кількості клієнтів, зростанню доходів та підвищенню фінансової стійкості готельного підприємства, зменшенню витрат грошових коштів і часу на обслуговування гостей, укріплюють його імідж та оптимізують бізнес-процеси.

Підводячи підсумки розгляду змісту понять інформаційні та Інтернет-технології, варто наголосити, що в еру інформаційної економіки та швидкої діджиталізації суспільства саме інформація та технології з її зберігання,

розповсюдження та оброблення відіграють велику роль у сфері гостинності. Інформаційні технології та Інтернет-технології мають суттєвий вплив на розвиток суспільних відносин та ринок гостинності, зокрема. Особливо це стало відчутним під час пандемії COVID-19. Саме питання виживання готельного бізнесу під час пандемії дав поштовх більш активному запровадженню Інтернет-технологій в готельних підприємствах.

Сьогодні Інтернет-технології дають змогу готелям суттєво скоротити час на обслуговування гостей, забезпечити резервування у віддаленому режимі (онлайн), знизити собівартість послуг та підвищити якість обслуговування. Вибудувати модель клієнтоорієнтованого та соціально відповідального бізнесу, який в першу чергу забезпечує безпеку та комфорт споживачам. Застосування розглянутих нами інструментів Інтернет-технологій готельними підприємствами сьогодні виступає найбільш актуальним напрямом просування готельної продукції та підтримання комунікаційного зв'язку зі споживачами.

Автором розглянуто та охарактеризовано основні види та засоби Інтернет-технологій, до яких належать сайти, а також: чати, електронна пошта, форуми та блоги. Розглянуті й проаналізовані переваги використання Інтернет-технологій, серед яких головними є оперативність, клієнтоорієнтованість та індивідуальність.

1.2. Новітні тенденції у сфері гостинності та огляд сучасних найбільш поширених інтернет-технологій у готельному бізнесі

Інформаційні та Інтернет-технології мають величезний вплив на багато аспектів індустрії гостинності. Ця трансформація почалася ще в далекі 60 роки минулого століття, коли комп'ютерні системи бронювання замінили традиційні ручні реєстри. До кінця 1970-х років телевізори стали стандартною частиною готельних номерів. У 1990-ті роки і в подальшому саме Інтернет став потужною рушійною силою, яка дала значний поштовх якісному розвитку послуг сфери гостинності. Онлайн-ресурси надавали інформацію, щоб розширити

можливості мандрівників, а готелі використовували інструменти аналізу даних, щоб краще зрозуміти тенденції щодо змін смаків своїх відвідувачів.

Сучасний світ та постпандемійне відновлення сфери гостинності довели, що Інтернет-технології стали вкрай важливими для суспільства і світова індустрія гостинності виступає драйвером цифрових адаптацій. Лише протягом останніх декількох років галузь зазнала чуттєвих технологічних змін аби пристосуватися до економічних коливань та кризових явищ, мінливих уподобань споживачів послуг гостинності та глобальних подій, таких як пандемія.

Певні зміни відбулися як відповідь на нестачу робочої сили, зростання операційних витрат та змін вимог до безпеки клієнтів і все для ефективного функціонування підприємств сфери гостинності та надання якісних послуг споживачам. Запровадження Інтернет-технологій та тотальна цифровізація діяльності готелів, курортів ресторанів та й взагалі туристичних послуг стало невід'ємною складовою ефективного, персоналізованого та клієнто-орієнтованого досвіду сфери гостинності.

І мабуть однією з найбільш помітних змін, що викликані технологіями в сфері гостинності, стало те як споживачі, плануючи подорожі, бронюють авіа квитки, готелі та ресторани. Раніше вони скористалися б телефоном або вимушені були особисто бути присутніми під час замовлення, сьогодні загальнодоступні платформи онлайн-бронювання та мобільні додатки повністю змінили цей процес, зробивши його оперативнішим, комфортнішим та персоналізованим. Будь-хто, з будь-якої точки світу може самостійно забронювати готель з урахуванням власних смаків та уподобань. Саме ці технології дають мандрівникам зручність, вибір та гнучкість, а підприємствам сфери гостинності, в свою чергу, оперативність та ефективність управління операційною діяльністю, людськими та матеріальними ресурсами. Необхідно зазначити, що ці платформи також пропонують велику кількість інформації потенційним споживачам: від перегляду фотографій, знайомства з відгуками до отримання доступу до ряду додаткових зручностей (паркування, екскурсії, спа-

процедури тощо). Крім того, штучний інтелект та чат-боти все частіше інтегруються до платформ бронювання та власних сайтів готелів, що дозволяє гостям запитувати та отримувати відповідь, бронювати та отримувати персоналізований досвід.

Як відповідь на пандемійні обмеження власники провідних готельних мереж запровадили безконтактну реєстрацію та виписку, що завдяки інноваційним технологіям та можливостям мережі Інтернет оптимізували певні процеси в операційній діяльності готелів. Час, коли гості в довгих чергах очікували біля стійки реєстрації минули, бо за допомогою мобільних додатків та інших безконтактних послуг у сфері гостинності відвідувачам навіть не потрібно зустрічатися віч-на-віч ані з портье, ані з іншими працівниками служб готелю, які відповідають за поселення. Відвідувачі можуть пропустити стійку реєстрації та відразу відправитися до свого номеру або вчасно виїхати з готелю, не хвилюючись про черги.

Перехід до безперебійних трансакцій прискорило запровадження безконтактних методів оплати послуг у сфері гостинності. З'явилися безліч новітніх методів оплати послуг: за допомогою цифрових гаманців, кредитних карток, програм для мобільних платежів, що призвело до покращення досвіду споживачів послуг підприємств сфери гостинності. Це особливо важливим стало у період пандемії та у постпандемічному відновленні підприємств, бо обмежило фізичні контакти відвідувачів та знизило ризики для здоров'я, як гостей, так і працівників підприємств.

Сучасні можливості мережі Інтернет та технології дозволяють власникам готелів використовувати її як ефективний засіб організації операційної, фінансової діяльності та й управління готелем, зокрема. Не дивлячись на чисельну кількість комплексних систем автоматизованого управління готельними господарствами, головні принципи побудови подібних систем доволі схожі: усі системи є інтегрованими пакетами програм, що автоматизують діяльність основних служб готелю: управління номерним фондом, адміністративною, комерційною, інженерною службами та

підрозділом громадського харчування – рестораном, баром тощо. Модулі управління номерним фондом у більшості програм синхронізуються з усіма популярними системами онлайн бронювання (booking.com, expedia.com, agoda.com та ін.), які використовують можливості мережі Інтернет.

Влучним є зауваження авторів, що «...Індустрія гостинності настільки багатолика та багатогранна, що вимагає застосування найрізноманітніших інформаційних технологій, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремого готелю та ресторану, до використання глобальних комп'ютерних мереж» [25]. За даними авторів різноманіття сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що використовуються сьогодні гравцями ринку гостинності виглядає наступним чином (рис. 1.6).

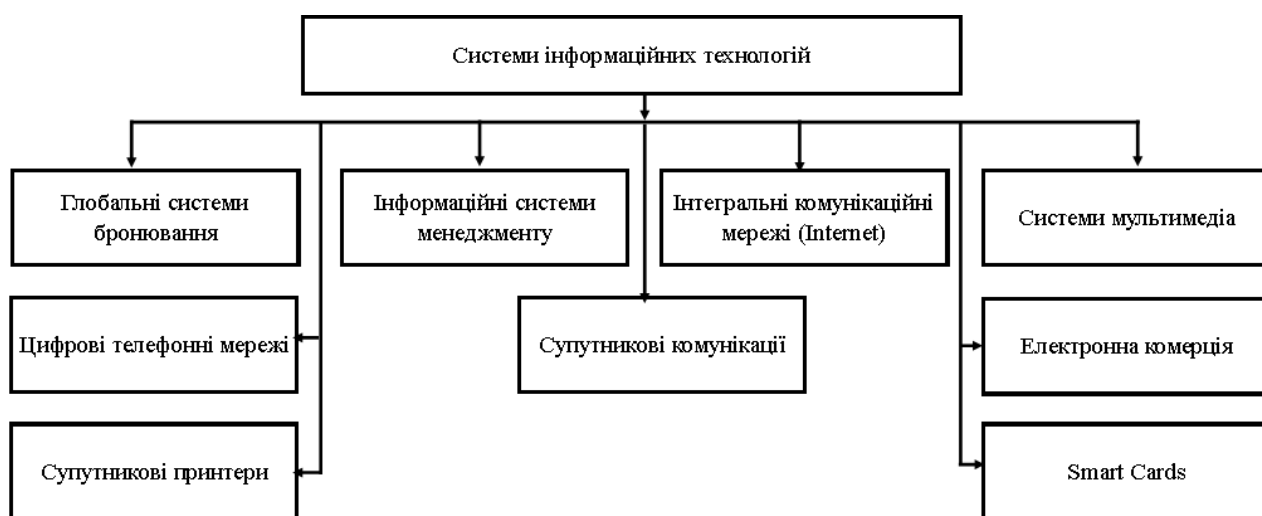


Рисунок 1.6. Системи сучасних інформаційних технологій у сфері гостинності [25]

Слід зауважити, що сьогодні існує велика кількість професійних розробок, які зарекомендували себе та які спрямовані на розбудову й модернізацію автоматизованої системи управління готельним господарством. Цілком влучно зауважив Корнієць Є., стверджуючи, що «...сучасні автоматизовані системи управління готелями, такі як Fidelio і Eritome PMS,

позиціонуються як інструменти для максимальної інтеграції готельного комплексу зі сторонніми системами. Системи управління від корпорації MICROS-Fidelio – це повнофункціональні рішення для управління, які придатні як для незалежних готелів, так і для готельних мереж, як для невеликих готелів з обмеженим набором послуг, так і для перших 5-зіркових готелів» [26, с. 129]. І дійсно, найбільш розповсюдженим універсальним продуктом сьогодні є комплекс найбільшої у світі компанії «MICROS-Fidelio», яка спеціалізується на створенні систем управління для готелів та ресторанів впродовж більше ніж 20 років. Офіційні дистриб'ютори розробників (до 2014 року Micros Systems, Inc., сьогодні належить корпорації Oracle і перейменована на Oracle Food and Beverage та Oracle Hospitality [27]) стверджують, що корпорація «...є найбільшим світовим постачальником торговельних точок і управління інформацією для готелів, ресторанів, казино, повноцінних і швидких ресторанів та інших галузей, включаючи круїзні судна та парки розваг. Micros розробляє, продає та підтримує системи, пов'язане периферійне обладнання та програмне забезпечення» [28]. Продукція корпорації встановлена на підприємствах більш ніж 100 великих готельних мереж (Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinsky, Hyatt та ін.).

Широке розповсюдження серед учасників світового ринку гостинності сьогодні отримали системи резервування готельних послуг. На сьогодні до глобальних (Global Distribution System – GDS) відносять чотири основні системи бронювання Amadeus [29], Sabre [30], Galileo [31] и Worldspan. Останні дві платформи, як зауважує Герасименко І.М., після «різноманітних корпоративних об'єднань та придбань» належать компанії Travelport, яка «... є одним з найбільших провайдерів послуг, що спеціалізуються на електронному розповсюдженні туристичних продуктів» [32, с. 275] Авторка наголошує, що вищезазначені «...провідні глобальні дистрибутивні системи забезпечують у режимі реального часу прямий доступ до баз даних практично усіх підприємств, що спеціалізуються на продажу туристичних товарів та авіаційних послуг... Ринок глобальних дистрибутивних систем є дуже непростим, тому практично

всі гравці світової індустрії транспорту та туризму переважно працюють з описаними вище трьома технологічними платформами. Економія часу, яка досягається при цьому, дає здатність всім учасникам даного ринку розраховувати на додаткові прибутки від залучення ще більшої кількості клієнтів» [32, с. 276]. Разом ці системи нараховують приблизно 800 тис. терміналів, що встановлені в готелях по всьому світу, і становлять понад 90% ринку. Не випадково оператори ринку називають їх «золотою четвіркою» [33]. Представлення готелю у будь-якій з вищеназваних системах має включати наступні позиції: загальний опис готелю, опис його номерного фонду, опис тарифів, ціни та інформація про наявність місць.

Отже, мережа Інтернет є безсумнівним лідером у галузі онлайн-бронювання. Саме з цих причин готелі створюють власні Інтернет-сервери, через які відбувається доступ до інформації та бронювання в GDS. Сучасний розвиток Інтернет-технологій, поява мобільного Інтернету доводить, що можливості їх використання в діяльності готелів не обмежуються тільки роботою з GDS. Основними перевагами використання Інтернет-технологій для готелів є широке охоплення аудиторії та порівняно невеликі витрати у порівнянні з витратами GDS. Відповідно, Інтернет виступає реальним конкурентом для глобальних систем бронювання, бо робота через Інтернет може здійснюватися з будь-якого серверу, будь-яку кількість разів, будь-якою приватною особою, яка бажає зекономити кошти на готелі, а з системами GDS працюють лише професіонали. Поряд з цим, як вже зазначалося раніше, перевагами GDS є той факт, що будь-який власник готелю, який завантажив інформацію про готель в систему гарантовано отримує впевненість, що інформацію побачить кожний турагент. Для розміщення ж інформації про готель у різних пошукових системах, каталогах та довідниках має бути проведена кропітка робота.

Не можна обійти увагою й новітні тенденції у сфері запровадження інноваційних технологій, які спрямовані на підвищення рівня задоволеності гостей та персоналізації їх перебування в готелях.

В останні роки у відомих зарубіжних готелях все частіше запроваджуються технології віртуальної реальності (VR) і доповненої реальності (AR), які називають технологіями занурення (імерсивні технології). Як зазначають науковці ці інструменти у сфері гостинності використовуються як:

«1) засоби планування та управління туристичними вподобаннями гостей, оскільки гості можуть оглянути краєвиди з висоти пташиного польоту і зрозуміти які місця варто відвідати; найкраще використовувати в туристичних готелях для гостей, які за допомогою віртуальної реальності можуть скласти маршрути своїх подорожей;

2) інструменти дозвілля сприяють накопиченню віртуального досвіду участі в польотах, тренажерах тощо; крім того вони можуть бути використані як 3D та 4D-театри;

3) освітній інструмент для відвідувачів та персоналу готелю – в інтерактивній формі забезпечується краще сприйняття та осмислення великої кількості інформації; інтерактивні сесії на основі штучного інтелекту;

4) засіб залучення гостей в ресторан: за допомогою технології доповненої реальності під час віртуальної екскурсії по ресторану є можливість обирати страви за допомогою віртуальних меню;

5) засіб бронювання номерів та знайомство з готелем: 3D формат дозволяє «відвідати» кімнату та побачити краєвид з вікна перед заселенням у номер» [34].

За результатами аналізу впровадження цих інструментів в таких відомих готельних мережах світу, як Hilton, Marriott Hotels and Resorts, Best Western Hotels & Resorts, Holiday Inn Express, Carlson Rezidor Hotel Group, Shangri-La Hotels and Resorts, Fairmont The Queen Elizabeth, Novotel, InterContinental Shenzhen автори доходять висновку, що «...впровадження технологій віртуальної реальності в готельному бізнесі дає змогу успішніше діяти в сферах маркетингу, дозвілля та навчання» [33]. Не можна не погодитися із висновками науковців, адже готелі, надаючи гостям захоплюючий віртуальний досвід або

надаючи цифрову інформацію про місця в реальному світі, забезпечують прозорість, яка викликає у клієнта впевненість у правильності прийнятого рішення про розміщення саме в цьому готелі. Саме питання прозорості надання послуг гостинності, забезпечення безпеки, комфорту та приватності виступає головним мотивом запровадження цього інструменту під час бронювання шляхом пропозиції віртуального туру готелем, прилеглих територій та номерів.

Ще одна технологія, яка заслуговує на увагу та яка отримала поширення в готельній справі, – технологія розпізнавання голосу (голосового помічника), яка вже застосовується в різних галузях, від охорони здоров'я до роздрібною торгівлі, а сьогодні вона має суттєвий вплив і на сферу гостинності. Досліджуючи цю технологію та переваги її впровадження в діяльність сучасних готелів, Сильчук Т.А. та Лахно А.І. стверджують, що «...власники готелів використовують цю інновацію, щоб покращити взаємодію з клієнтами, а саме задовільнити очікування споживачів і більш персоналізувати обслуговування та пропозиції, при тому всю інформацію залишати конфіденційною та дотримуватись безпеки даних. Завдяки даній технології гості зможуть налаштувати світло або температуру в номері, легко замовити обід у ресторані готелю, обслуговування номерів та замовити квитки на літак або в театр» [35, с. 19].

Автори впевнені, що «...з впровадженням даної інновації готель стає більш конкурентоздатним на ринку, тому що використання сучасних та передових технологій рекламує готель. Гості, які вже відвідали готель будуть ділитися позитивними враженнями з друзями та колегами, що в свою чергу буде спонукати останніх до проживання в ньому» [34, с. 20] і, аналізуючи досвід її запровадження в провідних готельних мережах світу (The Wynn Las Vegas, Marriott International Group, Aloft Boston Seaport, Aloft Santa Clara тощо) доходять висновку про їх переваги, які представляють наступним чином (рис. 1.7). Не можна не погодитися з переліченими авторами перевагами, оскільки ці інструменти дозволяють зручно керувати різними послугами номерів готелю за допомогою голосових команд, наприклад освітленням або

температурою в кімнаті, що призводить до зниження витрат на комунальні послуги (електроенергію, водопостачання тощо). Розумні динаміки, оснащені голосовими помічниками, такими як Alexa від Amazon або Google Assistant, можуть працювати як персоналізовані консьєржі для гостей і цілодобово підтримувати зв'язок з гостями, тим самим підвищуючи їх комфорт та імідж готелю.

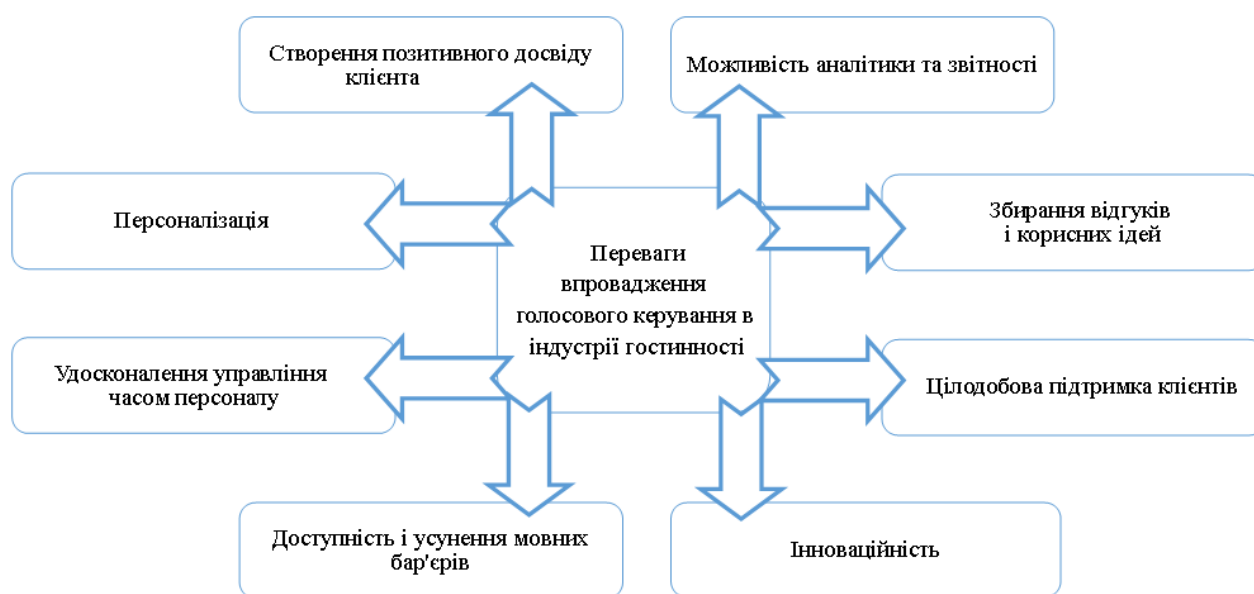


Рисунок 1.7. Переваги впровадження технологій розпізнавання голосу в сфері гостинності [34, с. 21].

Усе вищеперераховане стало можливим завдяки Інтернету речей (IoT) у готелях, що означає – гості можуть керувати налаштуваннями та атмосферою за допомогою простої голосової команди або дотику до смартфона. Інтернет речей призвів до створення розумних номерів. Ці номери оснащені пристроями, які дозволяють гостям контролювати різні аспекти навколишнього середовища, включаючи освітлення, температуру та розважальні системи.

На завершення слід додати, що за даними операторів світового ринку гостинності «...за даними опитування 2023 року 69% респондентів збільшили технологічні бюджети в майбутньому для впровадження передових технологій

для ефективної роботи. У той же час 73% власників готелів вважають новітні технології ключовими в роботі готелю. Сучасні готелі використовують рішення на основі штучного інтелекту (AI) та Інтернету речей (IoT), а також доповненої (AR) та віртуальної (VR) реальності» [36].

Сьогодні у світовій практиці готельного господарства накопичений великий досвід впровадження сучасних інноваційних Інтернет-технологій, які дають:

- готелям – конкурентні переваги, значно полегшують комунікацію з відвідувачами, знижують операційні витрати та дозволяють скоротити час на обслуговування гостей, укріплюють імідж підприємства, сприяють підвищенню попиту на готельні послуги та зростанню прибутків;

- відвідувачам – незабутні враження та позитивний досвід комфортного і безпечного перебування і, в решті-решт, сприяє обов'язковому поверненню, бо саме повернення клієнтів є одним з найголовніших показників якості наданих послуг.

Таким чином, результати аналізу новітніх тенденцій у сфері гостинності та огляду сучасних найбільш поширених світових практик використання Інтернет-технологій у готельному бізнесі дозволяє стверджувати, що в умовах ринку та високої конкуренції в сфері гостинності власникам готельного бізнесу потрібно бути гнучким і швидко адаптуватись до викликів сьогодення, розвитку сучасних технологій та цифровізації суспільного життя.

Висновки до першого розділу

Аналіз понятійно-категоріального апарату в межах теми дослідження дозволяє дійти наступних висновків:

- 1) Інтернет-технології спрямовані на роботу з інформацією та її представленням у текстовому, графічному, відео та аудіо вигляді з наданням доступу до неї широкому колу користувачів завдяки використанню певних засобів, інструментів та можливостей Інтернету. Всі наявні сьогодні пакети

прикладних програм, які пов'язані з бронюванням, платежами, чат-ботами, засобами комунікації базуються саме на можливостях Інтернету, і є нічим іншим, як Інтернет-технологіями.

2) Тренд на використання в готельному бізнесі інформаційних технологій та можливостей Інтернету продиктований не тільки сучасним розвитком технологій, а й «діджиталізацією» суспільства. Цей тренд охоплює всі без виключення аспекти роботи сучасних готелів щодо обміну інформацією. Для ефективного використання в операційній діяльності готелю всіх можливостей Інтернет-технологій необхідним є наявність спеціалізованих засобів, до яких відносять: веб-сервер, веб-сайт, електронна пошта, чати та боти, а також сервіси для відео та телефонного зв'язку (ZOOM, Google meet).

3) Використання сучасних Інтернет-технологій дає можливість проводити маркетингові дослідження та ефективні рекламні кампанії, здійснювати аналіз клієнтоорієнтованості діяльності готелю та засобів, які використовуються для її забезпечення, і в першу чергу сайту. Сьогодні існує велика кількість інструментів Інтернет-технологій, використання яких дає змогу спрямувати рекламні зусилля на залучення користувачів та активізації попиту на послуги, що надає готель.

4) В еру інформаційної економіки та швидкої діджиталізації суспільства саме інформація та технології з її зберігання, розповсюдження та оброблення відіграють велику роль у сфері гостинності. Інтернет-технології мають суттєвий вплив на розвиток суспільних відносин та ринок гостинності, зокрема. Особливо це стало відчутним під час пандемії COVID-19. Саме питання виживання готельного бізнесу під час пандемії дав поштовх більш активному запровадженню Інтернет-технологій у готельних підприємствах.

5) Сьогодні Інтернет-технології дають змогу готелям суттєво скоротити час на обслуговування гостей, забезпечити резервування у віддаленому режимі (онлайн), знизити собівартість послуг та підвищити якість обслуговування, вибудувати модель клієнтоорієнтованого та соціально відповідального бізнесу, який в першу чергу забезпечує якісне обслуговування, комфорт та безпеку

споживачам. Застосування інструментів Інтернет-технологій готельними підприємствами сьогодні виступає найбільш актуальним напрямом просування готельної продукції та підтримання комунікаційного зв'язку зі споживачами.

Результати аналізу новітніх тенденцій у сфері гостинності та огляду сучасних найбільш поширених світових практик використання Інтернет-технологій у готельному бізнесі дозволив автору сформулювати наступні висновки:

1) Цифрове перетворення індустрії гостинності – це не просто тенденція, це постійний рух, який триватиме ще багато років. Сьогодні з урахуванням сучасних досягнень у сфері Інтернету речей для галузі відкриваються перспективи щодо подальшої персоналізації послуг, полегшення комунікації з гостями, підвищення задоволеності рівнем обслуговування та якістю послуг, попиту на готельні послуг шляхом використання інструментів:

- доповнена (AR) та віртуальна (VR) реальність: додатки та пристрої AR, ймовірно, стануть більш помітними, пропонуючи гостям позитивні враження та віртуальні тури;

- голосові технології: розумні динаміки, такі як Google Home і Alexa, все частіше зустрічаються в готельних номерах, дозволяючи гостям керувати різними функціями кімнати за допомогою голосових команд;

- автоматизоване управління номерами: системи розумних номерів і технології автоматизації в готельній індустрії дозволяють гостям персоналізувати засоби керування номерами, такі як температура води, температура у кімнаті, освітлення, штори та жалюзі, щоб створити персоналізовану, комфортну та енергоефективну кімнату;

- інтеграція штучного інтелекту (IoT) для підключення пристроїв у номері, що забезпечує безперебійний зв'язок і автоматизацію. Прогнози на основі штучного інтелекту у передбаченні вподобань і потреб гостей, що сприяє підвищенню рівня персоналізації та задоволеності клієнтів;

- екологічний розвиток. Ініціативи сталого розвитку будуть активізовані, а технології відіграватимуть ключову роль у зменшенні відходів і впливу на навколишнє середовище;

- покращена безпека. Технології постійно вдосконалюватимуться, щоб покращити заходи безпеки та забезпечити безпеку гостей та їхньої особистої інформації.

2) Інтернет-технології мають істотний вплив на світову індустрію гостинності. Їх використання призвело до більш ефективних операцій, персоналізованих послуг і зусиль щодо сталого розвитку. Оскільки мандрівники та відвідувачі готелів продовжують використовувати технології у своєму повсякденному житті, індустрія гостинності повинна не відставати, щоб відповідати та перевершувати очікування.

3) Використання Інтернет-технологій в операційній діяльності сучасних готелів дає змогу:

- оптимізувати операції – технології можуть оптимізувати й автоматизувати операційні завдання, зокрема бронювання, розрахунків, реєстрації та виїзду;

- покращити досвід гостей – готелі можуть аналізувати дані, щоб покращити враження гостей за допомогою персоналізованих послуг. Технології в номерах, як-от смарт-телевізори, доповнена (AR) та віртуальна (VR) реальність, цифрові засоби керування розумними номерами та високошвидкісний Інтернет, пропонують зручність і розваги;

- здійснювати ефективну комунікацію: технологія забезпечує ефективну комунікацію між гостями та персоналом готелю. Мобільні програми, чат-боти та платформи обміну повідомленнями дозволяють гостям робити запити, замовляти послуги або надавати негайний зворотній зв'язок для швидкої відповіді;

- забезпечувати стійкість та енергоефективність: технологія може сприяти стійкості за допомогою систем управління енергією. Екологічні

технології можуть контролювати освітлення та температуру, зменшуючи споживання енергії та мінімізуючи відходи.

Інтернет-технології також можуть бути ключовим фактором для тих, хто збирається інвестувати в готелі, оскільки вони відіграють важливу роль у залученні та задоволенні гостей, максимізації прибутку та стимулюванні зростання доходів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ INTERNET-ТЕХНОЛОГІЙ В ОПЕРАЦІЙНІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика готельної мережі
«Optima Hotels & Resorts»

Для дослідження використання Інтернет-технологій в операційній діяльності підприємства сфери гостинності ми обрали товариство з обмеженою відповідальністю «Оптіма Хотел менеджмент» – всеукраїнську мережу «Optima Hotels & Resorts», яка працює на українському ринку гостинності з квітня 2008 року. Сьогодні підприємство володіє мережею готелів, об'єднаних під зонтичним брендом Optima Hotels & Resorts та представлена готелями рівня 3, 4 зірки [37]. У складі мережі налічується понад 60 точок розміщення по всій території України у великих містах країни та її найбільш розвинутих рекреаційних зонах. В межах мережі розвиваються бренди: Optima Collection Hotel, Optima Hotels & Resorts, Vita Park, Raziotel. (рис. 2.1).

Мережа активно розвиває й туроператорську діяльність. Туроператор мережі Optima Hotel Group створений для організації комфортних подорожей по Україні. Туристичні продукти від компанії включають відвідування цікавих туристичних місць України та забезпечення повного комфорту протягом усього туру. Туроператор поряд з оздоровчими турами відомими здравницями України пропонує екскурсії і походи в гори, а також різноманітні ділові та розважальні тури з участю у майстер-класах та квестах [38].

Ефективним напрямом діяльності мережі є й комплексні послуги з конференц-сервісу, які надає компанія «Optima MICE». Серед послуг компанії пошук та підбір оптимального місця проведення заходу у 25 місцях по всій Україні, оренда конференц-залу, забезпечення необхідною технікою й організацією дозвілля гостей, надання обладнання для проведення презентацій:

проектори, екрани, фліп-чарти, радіомікрофони, плазмові монітори та інша необхідна техніка [39].



Рисунок 2.1. Бренди Optima Hotels & Resorts (складено автором за [37])

Таким чином, сьогодні товариство з обмеженою відповідальністю «Оптіма Хотел Менеджмент» – сучасне підприємство сфери гостинності, що активно розвиває готельний бізнес, туристичну діяльність та надає супутні послуги з організації дозвілля, оздоровлення та ділової активності. В останні п'ять років компанія вкладає кошти та активно розвиває виноробний проєкт – «ODESOS», який вже отримав визнання у споживачів та експертів виноробної галузі.

З урахуванням мети дослідження зосередимо увагу саме на готельній мережі компанії – Optima Hotels & Resorts. В мережі у всіх структурних підрозділах (готелях, хостелах, комплексах та курортах) розроблено та впроваджено єдині стандарти корпоративної культури, які спрямовані на

уніфікацію вимог до культури та якості обслуговування споживачів, операційної діяльності.

Керуюча компанія надає комплексні консультаційні послуги з питань технічного супроводу стадії будівництва (реконструкції) – як у формі необхідних консультацій, так і комплексного управління цим етапом. Також централізовано в мережі надаються консультації щодо комплектації готелів устаткуванням, меблями та іншим обладнанням з метою отримання ексклюзивних умов від генеральних постачальників та мінімізації витрат [37].

Кадровий підрозділ керуючої компанії розробив уніфіковані процедури підбору і навчання обслуговуючого персоналу і менеджерського складу готелів мережі. В мережі розроблена та вже багато років ефективно діє єдина система адаптації, навчання та розвитку співробітників. Компанія розвиває власну школу готельного бізнесу, яка включає комплекс програм для адаптації, навчання та розвитку персоналу та управлінського складу готелів [40]. Активно проводиться ротація та стажування співробітників в інших готелях мережі. Регулярно проводяться тренінги, спрямовані на впровадження єдиних стандартів обслуговування, покращення якості обслуговування у всіх службах готелю, підвищення ефективності управління номерним фондом, розвиток хаускіпінгу тощо. В готелях мережі діє власна програма мотивації персоналу, яка включає різноманітні матеріальні та нематеріальні стимули (гнучкий графік роботи, можливості для професійного розвитку, преміювання, визнання та винагороди), а також проводяться заходи для створення комфортного та позитивного робочого середовища.

Управління операційною діяльністю мережі спрямовано, в першу чергу, на адаптаційні заходи для кожного конкретного готелю з метою врахування регіональних особливостей його розміщення. Першочерговим завданням менеджменту кожного готелю мережі є впровадження прогресивних технологій і процедур відповідно до внутрішніх стандартів якості Optima у наступних сферах: служба прийому і розміщення, хаускіпінг, управління номерним

фондом, управління ресторанами і барами, служба безпеки готелю, інженерна служба, закупівлі та постачання тощо [37].

Особливу увагу керівництво мережі приділяє контролю за дотриманням єдиних стандартів, який здійснюється у формі систематичного аудиту готелів мережі фахівцями керуючої компанії, а також заходів спрямованих на упровадження та використання системи Servio HMS та ефективного програмного забезпечення типу PMS (Property Management System) для комплексної автоматизації всіх робочих процесів усередині мережі – бронювання, розміщення та розрахунки, управління персоналом і статистикою тощо [37].

Маркетингова діяльність мережі спрямована на формування бази постійних корпоративних клієнтів мережі, які зацікавлені у появі нових готелів під брендами Optima. Планами розвитку мережі передбачені заходи, спрямовані на постійний пошук нових клієнтів, яким пропонуються послуги з організації корпоративних та групових заїздів для проведення бізнес-тренінгів, семінарів та корпоративних свят, конференцій різного рівня [37].

Показники фінансово-господарської діяльності мережі готелів наведено в таблиці 2.1. Дані таблиці свідчать, що 2022 рік видався надскладним та збитковим для готелів мережі, як і для всієї вітчизняної готельної галузі. За підсумками першого воєнного року мережа готелів недоотримала 64692 тис. грн. чистого доходу, що становить 27% від показника 2021 року. Зниження обсягів чистого доходу від реалізації продукції зумовлені об'єктивними обставинами: зниженням попиту на послуги розміщення у прифронтових регіонах, зупинкою зовнішнього та внутрішнього туризму, значним уповільненням ділової активності в перші 6 місяців військової агресії. Вже за підсумками 2023 року мережа отримала чистого доходу від реалізації продукції на 129310,0 тис.грн. більше (+40%), ніж у 2022 році. У порівнянні з довоєнним 2021 роком зростання чистого доходу склало майже 17% що склало 64618,00 тис.грн. Звертають на себе увагу суттєві коливання собівартості реалізованих послуг. За підсумками 2022 року відмічено майже п'ятикратне зростання

Таблиця 2.1.

Динаміка показників фінансово-господарської діяльності мережі готелів Optima Hotels & Resorts за період 2021-2023 р.р.

№ з/п	Показники	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення, тис.грн,			Відносне відхилення, %		
					2022 від 2021	2023 від 2022	2023 від 2021	2022 від 2021	2023 від 2022	2023 від 2021
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	381246,0	316554,0	445864,0	-64692	129310	64618	83,0	140,8	116,9
2	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	49632,0	227154,0	345571,0	177522	118417	295939	457,7	152,1	696,3
3	Валовий прибуток, тис. грн.	331614,0	89400	100293	-242214	10893	-231321	27,0	112,2	30,2
4	Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	90171,0	-8 731	7 057	-98902	15788	-83114	-9,7	-80,8	7,8
5	Фонд оплати праці, тис. грн.	84250,0	38256,0	100 500	-45994	62244	16250	45,4	262,7	119,3
6	Чисельність працівників, осіб	1071	951	916	-120	-35	-155	88,8	96,3	85,5
7	Продуктивність праці (р.1/р.6), тис.грн./особ.	356,0	332,9	486,8	-23,11	153,89	130,78	93,5	146,2	136,7
8	Витрати на 1 грн, товарної продукції (р.2/р.1), тис.грн/тис.грн.	0,1	0,72	0,78	0,59	0,06	0,64	551,2	108,0	595,4
9	Середньорічна вартість основних фондів, тис. грн.	21095,0	15651,0	12097,0	-5444,0	-3554,0	-8998,0	74,2	77,3	57,3
10	Фондомісткість (р.9/р.1), тис.грн./ тис. грн.	0,1	0,05	0,03	-0,01	-0,02	-0,03	89,4	54,9	49,0

її розміру (+357,7%) у порівнянні з 2021 роком. І в наступному 2023 році собівартість наданих послуг готелями мережі зростала, але вже повільніше, на 52,1%, у грошовому виразі збільшення її розміру за підсумками 2023 року в порівнянні з 2022 роком становить 118417 тис.грн. Такі коливання розміру собівартості викликані об'єктивними обставинами: зростанням вартості продукції та товарів, що закуповується готелями, внаслідок порушення логістичних мереж; тарифів на електроенергію та водопостачання; послуг пральних підприємств та автоперевізників тощо. Подібну динаміку демонструє й розмір валового прибутку, який за підсумками 2022 року скоротився на 242214 тис.грн. (-73%), в наступному 2023 році в порівнянні з 2022 роком готелям мережі вдалося збільшити розмір валового прибутку на суму 10893 тис.грн. (+12,2%), що зумовлено збільшенням обсягу чистого доходу та уповільненням зростання розміру собівартості.

Фінансовим результатом діяльності мережі за підсумками 2022 року стали збитки у розмірі 87321 тис. грн., але вже наступного року мережа готелів отримала чистий прибуток у розмірі 7057 тис.грн., що свідчить про вдалу антикризову стратегію та ефективне використання наявних внутрішніх ресурсів для подолання кризових явищ та стимулювання попиту на послуги готелів мережі.

Слід звернути увагу, що за досліджуваний період чисельність працівників мережі неухильно знижувалася: у 2022 році – на 11,8%, у 2023 ще на 3,7%. Поряд з цим витрати на оплату праці були суттєво скорочені лише у 2022 році (-55,6%). Це зумовлено вимушеними простоями у певній кількості готелів у II-III кварталі 2022 року, але вже у 2023 році спостерігається суттєве зростання витрат на оплату праці на суму 16250 тис.грн., що становить 162,7% в порівнянні з найскладнішим 2022 роком. Слід звернути увагу на незначні коливання продуктивності праці, яка за результатами 2022 року знизилася лише на 23,1 тис.грн. на одного працюючого, а вже за підсумками 2023 року відмічено істотне зростання цього показника, що є позитивною характеристикою кадрової політики.

Негативну динаміку демонструє й середньорічна вартість основних фондів готелів мережі, що свідчить про зниження їх первісної вартості внаслідок заморожування проєктів модернізації та реконструкції та скорочення витрат, пов'язаних з поліпшенням об'єктів (модернізація, модифікація, дообладнання, реконструкція тощо).

Більш наочно динаміка основних показників фінансово-господарської діяльності Optima Hotels & Resorts представлено на рис. 2.2.



Рисунок 2.2. Динаміка фінансових результатів діяльності Optima Hotels & Resorts у період 2021-2023 роках

Таким чином, фінансові результати діяльності мережі готелів Optima Hotels & Resorts свідчать про вразливість діяльності готелів від впливу факторів зовнішнього середовища, оскільки саме зовнішнє середовище (політична ситуація в країні, військовий стан, поведінка споживачів внаслідок військової агресії, економічна ситуація в країні, скорочення потоку іноземних туристів, зниження ділової активності бізнесу) мало найбільший негативний вплив.

Враховуючи вищевикладене, вважаємо за доцільне провести аналіз сильних та слабких сторін Optima Hotels & Resorts методом SWOT-аналізу з метою визначення «вузьких місць» в діяльності готелів та наявних можливостей щодо їх врегулювання (табл. 2.2).

Матриця SWOT-аналізу мережі готелів Optima Hotels & Resorts

Можливості (О)	Загрози (Т)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Визначна історично-культурна спадщина. 2. Нові післявоєнні напрямки розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. 3. Державна та міжнародна підтримка гостинного та туристичного бізнесу. 4. Використання регіональних програм розвитку. 5. Зростання потенційних клієнтів за рахунок внутрішньо переміщених осіб, що відповідно, впливає й на збільшення клієнтів в певних регіонах. 7. Збільшення інвестицій у готельно-ресторанний бізнес Центральних та Західних регіонів України. 8. Впровадження потужного медійного та SMM маркетингу для популяризації діяльності мережі готелів та відгуків відвідувачів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність туристичного потоку в Україні. 2. Нестабільна цінова політика в Україні, зокрема, в області споживання електроенергії та енергоносіїв; 3. Руйнування, пошкодження, окупація історичної та культурної інфраструктури внаслідок військової агресії. 4. Нестабільний політичний та економічний стан в Україні, який стримує приплив клієнтів, особливо ділових людей із країн далекого зарубіжжя. 5. Зміна туристичних маршрутів та турів. 6. Відсутність можливості використання повітряного простору. 7. Економічна криза та зростання інфляції впливає на зниження попитної спроможності та рівень попиту. 8. Безпековий ризик, є критерієм занепокоєння як для місцевих, так і для іноземних клієнтів.
Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Привабливе розміщення готелів мережі. 2. Номерний фонд готельної мережі відповідає міжнародним вимогам, що висуваються до готелів представлених в мережі класів. 3. Наявність програм навчання та мотивації персоналу готелів мережі. 4. Наявність великого досвіду у вищого менеджменту готельної мережі. 5. Наявність системи стандартизованих процедур забезпечення якості надання послуг. 6. Диверсифікація бізнес-процесів (готелі, курорти, туроператор, конференц-сервіс, винодільня). 7. Впровадження цифрових інновацій для інформаційного забезпечення комунікаційних процесів. 8. Запровадження єдиних безпекових стандартів під час надання послуг з розміщення та харчування 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока зношеність основних фондів готельної мережі внаслідок призупинення проектів модернізації та реконструкції. 2. Руйнування логістичних ланцюгів та ускладнення логістики, затримки доставки продукції. 3. Зниження попиту через невпевненість у безпекових гарантіях, особливо у східних та північних регіонах. 4. Недоступність послуг для широкого кола осіб, а саме, не лише людей з інвалідністю, але й членів їх сімей, опікунів, а також представників літньої категорії. 5. Відсутність спеціально підготовленого персоналу для інклюзивного туризму. 6. Обмежена реклама в засобах масової інформації, а також в Інтернеті. 7. Недостатній рівень пізнання "ім'я" бренду мережі готелів. 8. Відсутність достатніх фінансових ресурсів для розширення спектра додаткових послуг.

Результати проведеного аналізу свідчать, що поряд із зовнішнім оточенням чинники внутрішнього середовища також мають вагомий вплив на діяльність готелів мережі. Доведеним є факт, що внутрішнє середовище будь-якого підприємства є сукупністю чинників, які воно само створює та може контролювати. Саме фактори (стратегія, цілі, завдання, структура, технологія, персонал, кадрова та інноваційна політика, організаційна культура) внутрішнього середовища мережі готелів безпосередньо впливають на ефективність діяльності та фінансові результати.

Також аналіз довів, що поряд з питаннями відновлення проєктів модернізації об'єктів нерухомості, в яких розміщені готелі мережі (осучаснення дизайну та інтер'єру, пристосування будівель і споруд окремих готелів до прийому відвідувачів з інвалідністю, забезпечення безпеки) постає питання щодо удосконалення інформаційного обслуговування клієнтів в Інтернет.

Варто відзначити, що інтерфейс сайту мережі наразі оновлюється і має сучасний вигляд, зручний та інтуїтивний, більш детальний аналіз його можливостей буде проведений під час аналізу та розгляду інформаційних та Інтернет-технологій, які запроваджені та використовуються в мережі готелів Optima Hotels & Resorts.

1.2. Аналіз цифровізації та інформатизації операційної діяльності готельної мережі Optima Hotels & Resorts

Керуюча компанія Optima Hotels & Resorts інтегрує інформаційні та Інтернет-технології з послугами готелів мережі, щоб покращити враження від перебування у відвідувачів. Для забезпечення безперебійного надання цих послуг в мережі створена ІТ-служба, яка відповідає за кожен технологічний аспект діяльності готелів та комплексів. Ця служба займається питаннями, що пов'язані з технологічними системами та обладнанням готелів, наприклад комп'ютерними мережами, програмним забезпеченням та апаратними пристроями. Вони працюють разом з іншими відділами, щоб забезпечити

позитивні враження у гостей, впроваджуючи технології в повсякденну роботу мережі та розробляючи рішення для розв’язання технологічних проблем. Як і в інших підрозділах мережі в ІТ-команді використовується організаційна структура для визначення та координації завдань між її співробітниками. При створенні структури керівництво враховувало кілька аспектів, які включають ресурси, навички, цілі та бізнес-цілі. Розробляючи організаційну структуру ІТ-служби (рис. 2.3.), керівництво мережі переслідувало кілька цілей:

- упорядкувати функціональні зв’язки та визначити підпорядкованість співробітників служби;
- допомогти новим співробітникам служби зрозуміти, перед ким вони повинні звітувати про свою роботу;
- надати можливості для особистісного та професійного розвитку, визначаючи роль кожного співробітника.



Рисунок 2.3. Структура ІТ-служби Optima Hotels & Resorts

Оскільки ІТ-служба є провідною ланкою в організації, підтримці та удосконаленні готельних інформаційних систем та технологій, вони несуть велику відповідальність за їх впровадження та інтеграцію в мережі. Їхні обов’язки включають встановлення, конфігурацію та обслуговування кожної ІТ-системи для співробітників і гостей мережі готелів. Крім того, ІТ-служба також відповідає за розроблення рекомендацій щодо нового програмного забезпечення та нагляд за оновленнями чи інсталяцією ІТ-систем. У готелях

мережі із бізнес-центрами для гостей IT-працівники також зобов'язані надавати пряму підтримку для вирішення технічних проблем гостей.

Як вже зазначалося раніше в кожному готелі мережі для ефективного управління операційною діяльністю встановлено програмне забезпечення типу PMS (Property Management System) для комплексної автоматизації всіх робочих процесів усередині мережі – бронювання, розміщення та розрахунки, управління персоналом і статистикою тощо. Схематично структуру автоматизованої системи управління та функціональних зв'язків мережі готелів Optima Hotels & Resorts можна подати наступним чином (рис.2.4).

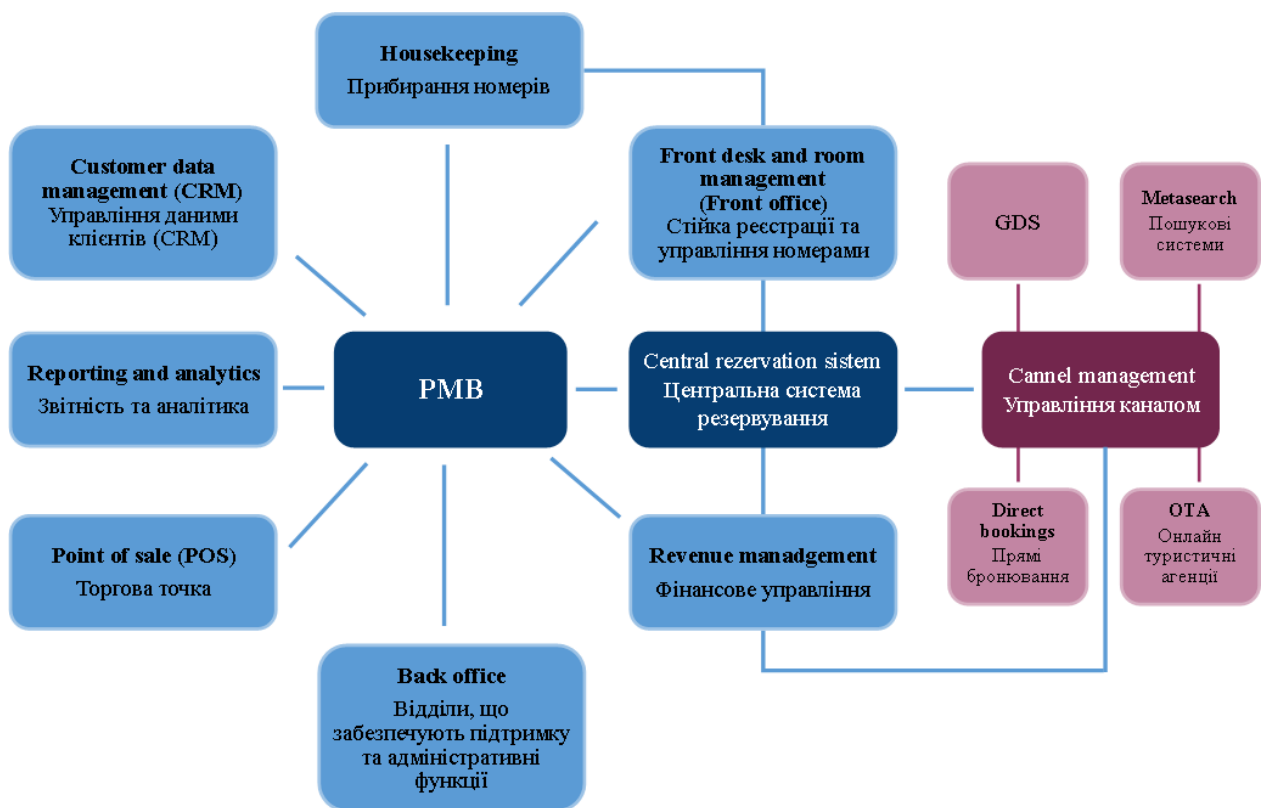


Рис. 2.4. Структура автоматизованої системи управління з інтегрованими інструментами Інтернет-технологій в Optima Hotels & Resorts

Отже, в мережі готелів Optima Hotels & Resorts використовують інформаційні технології (IT) для планування та управління операційною діяльністю. Корпоративна IT-система готелів мережі включає усі інформаційні системи, які використовуються для збору даних для внутрішніх і зовнішніх цілей та керуються IT-відділом. Розглянемо їх більш детально.

1. Система обробки транзакцій – ця система збирає, витягує та змінює дані транзакцій, щоб забезпечити їх точність і своєчасність. Ці системи обробки транзакцій включають створення рахунків або рахунків-фактур, запис бронювання та нарахування заробітної плати співробітникам.

2. Система торгових точок (POS) – функція POS-системи полягає у відстеженні продажів товарів у готелях, таких як транзакції продажу, що відбуваються в готельному ресторані, барі чи кав'ярні, та створенні записів для цілей бухгалтерського обліку.

3. Система управління власністю (PMS) – автоматизація важливих операцій, від онлайн-бронювання до продажів і маркетингу, вона охоплює також функціонал персоналу, наприклад фронт-офісу та відділу маркетингу.

4. Система підтримки прийняття рішень – IT-служба використовує систему підтримки прийняття рішень, щоб забезпечити функціональність усіх операцій готелів та своєчасне прийняття рішень.

5. Глобальна система розподілу (GDS) – автоматичне внесення даних у глобальні дистрибуторські системи GDS (Global Distribution System). На сьогодні мережа має виділений канал зв'язку з GDS (системи Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan), що дає можливість об'єднати систему розподілу номерного фонду із системами управління готелів. Також це дає змогу донести інформацію про готелі, хостели та комплекси мережі до турагентств, туроператорів та туристів у всьому світі. Вбудовані спеціальні модулі ART (Automated Request Tools або автоматизовані інструменти бронювання) онлайн бронювання номерів у готелях мережі на офіційних сайтах брендів мережі. Спеціальний модуль ART дозволяє відвідувачу сайту готелю самостійно в реальному режимі часу здійснити бронювання номеру, конференц-приміщень.

Перевагами наявності виокремленого каналу та вбудованих спеціальних модулів ART є те, що такий підхід дозволяє готелям мережі не тільки в реальному режимі часу приймати заявки і передавати підтвердження бронювання, але і дає можливість проводити гнучку маркетингову і цінову політику шляхом розвитку програм лояльності для постійних гостей і

корпоративних клієнтів компанії Optima. На сьогодні в мережі існує 3 програми лояльності, які задовольняють потреби навіть найвимогливіших гостей: Optima Club, Optima Priority Guest і Optima Corporate Guest [37].

Для автоматизації управління в мережі готелів використовується програмне забезпечення SERVIO HMS від українського виробника Expert Solution. Як зазначають розробники, програма – це «... високоефективний інструмент, що дозволяє оптимізувати управління різними аспектами готельного бізнесу. Система вирішує питання керування номерним фондом, автоматизування процесу бронювання та обліку гостей, пришвидшує та покращує якість обслуговування» [41].

Основні можливості програмного забезпечення зумовлені наявністю більше ніж 50 програмних модулів, великою кількістю інтеграцій з обладнанням та сторонніми системами та програмним забезпеченням, запроваджена в операційну діяльність мережі готелів значна кількість функціональних інструментів та аналітичних звітів, що вирішують будь-які оперативні завдання (рис. 2.5.).



Рисунок 2.5. Програмні модулі автоматизованої системи управління Optima Hotels & Resorts

PMS-система SERVIO HMS адаптована під вимоги мережі готелів та виконує багато функцій, серед яких варто назвати: бронювання номерів (індивідуальне та групове); поселення гостей та груп гостей; інтегрована CRM; нарахування додаткових послуг, розрахунок та виселення гостей та груп гостей; робота з номерним фондом; ведення анкет клієнтів, груп та зберігання історії відвідувань; ведення прейскурантів, календаря спец. тарифів з умовами (динамічний, сезони, дні тижня); ведення контрагентів та їх договорів, комісіонери; служба покоївок; диспетчер завдань, трансфери, робота с гостями, бюро знахідок; прокат; робота з документами 1С/BAS, синхронізація даних; пошук за будь-якими параметрами; внутрішня служба сповіщень; статистика та отримання найрізноманітніших звітів [40].

Для цілей аналітичного обліку та звітності АСУ дозволила керуючій компанії мережі готелів Optima Hotels & Resorts отримати наступні переваги:

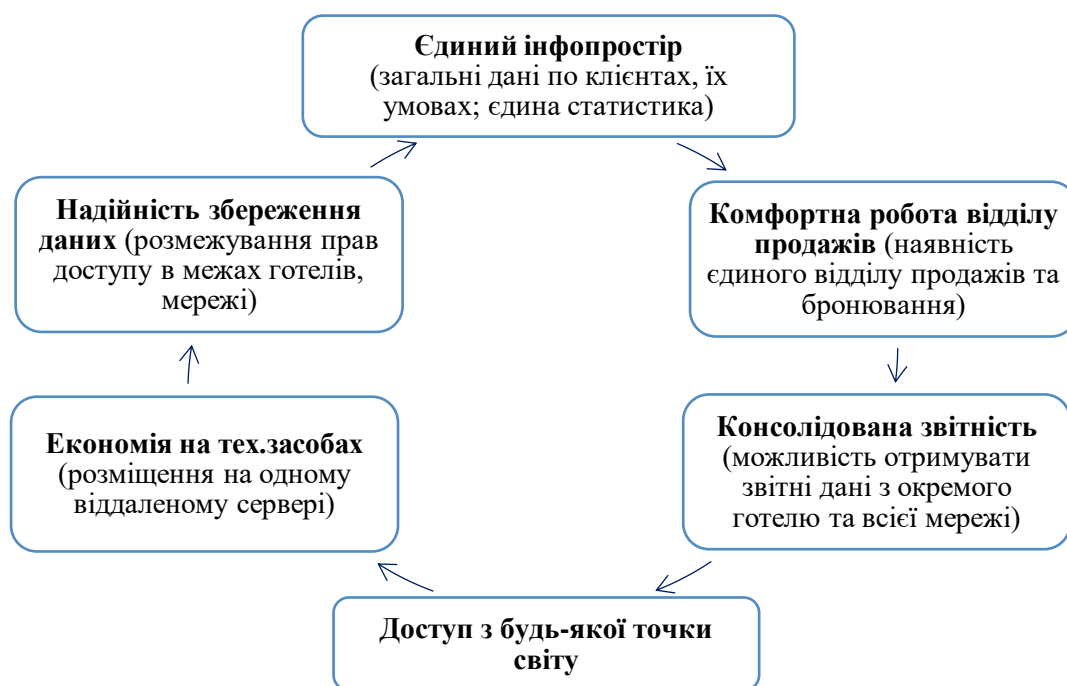


Рисунок 2.6. Переваги використання PMS-системи SERVIO HMS

Модуль онлайн-бронювання ART, встановлений на сайті мережі та на офіційній сторінці певного готелю чи комплексу, дав змогу користувачам підбирати номер по заданих параметрах та використовувати промокоди. Цей модуль дає змогу відвідувачу та потенційному клієнту обрати пакет та замовити

додаткові послуги, а готелям – приймати оплату за допомогою банківського процесінгу, підключитися до Google Hotel ADS та отримати можливість легкого просування послуг по SEO.

Серед недоліків даної АСУ варто назвати:

- відсутність системи підказок – це ускладнює використання АСУ та може призвести до зростання кількості можливих помилок;
- відсутність обліку відпрацьованого робочого часу персоналу та запису всіх подій у системі, що може призвести до зниження контролю за діяльністю співробітників готелів.

Таким чином, необхідним є розгляд питання щодо придбання додаткового модулю «Кадри». В цілому дана АСУ відповідає сучасним вимогам та повністю забезпечує ефективність провадження операційної діяльності та виконання інформаційних та аналітичних функцій управління готельною мережею.

1.3. Аналіз запровадження сучасних Інтернет-технологій у діяльність готельної мережі Optima Hotels & Resorts

Варто зауважити, що, незважаючи на надскладний період для всієї готельної галузі України і досліджуваної мережі, зокрема, керуюча компанія продовжує розвивати напрям інформатизації та цифровізації послуг в організації операційної діяльності готелів мережі.

Як вже зазначалося раніше, офіційний сайт мережі перебуває в процесі оновлення та удосконалення, але залишається функціональним та зручним у користуванні. Розглянемо більш детально сучасні Інтернет-технології, що запроваджені в готелях мережі.

Безкоштовний Wi-Fi. Кожний готель мережі пропонують гостям доступ до безкоштовної Wi-Fi мережі у номерах та загальній зоні. Це дає можливість гостям бути завжди на зв'язку та використовуватися Інтернет для роботи або розваг.

Електронні ключі. В кожному готелі мережі використовуються електронні ключі для доступу до номерів. Залежно від типу електронного замка в певному готелі мережі використовуються фізичні пристрої для відкривання (карта MiFare або браслет).

У комплексах, розміщених у Карпатському рекреаційному регіоні (бренд «VitaPark»), з минулого року використовується цифровий ключ для відкриття дверей готельного номера. Сьогодні використання цього типу цифрового ключа лише запроваджується. Його використання відбувається або за допомогою технології Bluetooth з мобільним телефоном, або введення коду, наданого відвідувачу при бронюванні. Зручність та ефективність цієї новації наразі досліджується.

Онлайн-сервіси. Як вже зазначалося раніше, готелі мережі Optima Hotels & Resorts надають можливість бронювання номерів, ресторанів (якщо вони працюють не тільки для обслуговування клієнтів готелів) та послуг конференц-сервісу через офіційний сайт.

Автоматизовані системи управління. Системи управління операційною діяльністю готельної мережі досить докладно розглядалися нами раніше. Треба лише зауважити, що АСУ досліджуваної мережі готелів має можливість працювати не лише в локальній мережі, а й інтегрована для роботи в Інтернет, що дає змогу керуючій компанії оперативніше обробляти великі масиви інформації, що надходить з кожного готелю мережі, забезпечити оперативне обслуговування клієнтів на місцях (готелях, хостелах та комплексах) та мінімізувати вплив людського фактору й уникнути помилок.

Соціальні мережі. Мережа готелів у своїй діяльності активно використовує соціальні мережі, щоб забезпечити оперативне інформування потенційних клієнтів про події та досягнення, а також взаємодію з гостями з метою вироблення позитивних вражень спогадів гостей від перебування. Готелі мають власні сторінки в Instagram, Facebook та LinkedIn. У готелях, що розташовані у безпечних регіонах Карпатського рекреаційного регіону («VitaPark Карпати», «VitaPark Поляна», «VitaPark Старий Дуб» тощо) і в яких

діють анімаційні програми, для оперативного інформування гостей комплексів про події та активності використовують месенджер Telegram, створюючи офіційні чати. Кожний з гостей може приєднатися до чату за запрошувальним посиланням або відсканувати QR-код, що розміщений у портъе, в ігрових кімнатах або в розміщеному в кожному номері каталозі послуг, що надаються готелем.

Відео-конференції. Від початку пандемії Covid-19, починаючи з 2020 року і до сьогоднішнього дня, для проведення розширених нарад керуючих готелями мережі, конференцій трудового колективу та інших зборів активно використовуються платформи для відеоконференцій ZOOM та Skype. Також у всіх готелях, в яких передбачені надання послуг конференц-сервісу, поряд з обладнанням конференц залів необхідним устаткуванням, встановлено програмне забезпечення та придбані відповідні тарифні плани для проведення відео-конференцій незалежно від тривалості та кількості учасників.

Офіційний сайт – <https://new.optimahotels.com.ua/uk/>. Контент сайту. Сайт готельної мережі Optima Hotels & Resorts, як вже зазначалося раніше, наразі оновлюється. Нова версія сайту досить ретельно продумана, містить багато інформації для потенційних клієнтів та гостей. На головній сторінці сайту розміщений спеціальний модуль ART для онлайн бронювання. На слайдері розміщена інформація про акції мережі готелів, а також анонси відкриття модернізованого та реставрованого готелю у м.Луцьк «Optima Collection River Park», якій гостинно відкрив двері для гостей 13.01.2025. Також на головній сторінці є розділи «Готелі», «Ресторани», «Акції», «Новини», «Про нас» та «Контакти». У додатковому мені сайту «ЩЕ» розміщені підрозділи, в яких наведено інформацію щодо:

- правил мережі готелів (поселення, умови розміщення, виселення, умови додаткового розміщення, умови оплати тощо);
- умов бронювання за безготівковим розрахунком;
- відгуки гостей готелів мережі;
- інформація про конференц-сервіс від «Optima MICE»;

- інформація про подарункові сертифікати від Optima Hotels & Resorts, які дають змогу відпочити його власнику у будь-якому готелі мережі;
- інформація про програми лояльності для постійних та корпоративних клієнтів;
- інформація від партнерів мережі фахівців Асоціації сомельє України «Винний гід України».

У кожному розділі сайту міститься достатньо інформації про послуги мережі, а також є можливість переходу на офіційні сторінки кожного з готелів, комплексів та хостелів мережі. Окрім цього, на головній сторінці сайту є блоки з постійно оновлюваними новинами, анонсами та спеціальними пропозиціями готелів мережі щодо акцій та заходів, які заплановані і пропонуються відвідувачам сайту та гостям готелів [37].

Варто зауважити, що всі сторінки всіх точок розміщення (понад 60) виконані з дотриманням єдиного корпоративного стилю дизайну у жовто-білій гамі кольорів.

Доступ до необхідних розділів. Як вже зазначалося сайт мережі має зручне меню, яке дозволяє швидко знайти потрібний розділ. На головній сторінці є вбудований спеціальний модуль щодо бронювання номеру у будь-якому готелі мережі. Під час обрання готелю сторінка автоматично переходить на офіційну сторінку обраного готелю, на якій наводиться вичерпна інформація про готель, фото номерів та їх вартість, перелік додаткових послуг (паркування, ресторани, кафе та бари, що є на території готелю або комплексу), а також інформація про місцезнаходження готелю та маршрут (онлайн карта).

Також на головному сайті та кожній сторінці готелів мережі присутні кнопки онлайн-чату для спілкування та отримання відповідей, модулі «Зворотній дзвінок Opencart», модуль «Єдиний чат з Viber», що дає змогу 24/7 підтримувати зв'язок із потенційними відвідувачами.

На головній сторінці сайту Optima Hotels & Resorts присутній розділ «Готелі», де можна ознайомитись з повним переліком готелів, комплексів та хостелів мережі та місцями їх розташування. Відвідувач сайту може

відсортувати готелі за обраним містом або видом готелю, натиснувши відповідну кнопку.

На головній сторінці сайту та на сторінці кожного готелю, комплексу чи хостелу є інформація про контакти мережі для внутрішнього та зовнішнього туриста, а також поштова та електронна адреса керуючої компанії та кожної точки розміщення (на його офіційній сторінці).

Отже, сайт та офіційні сторінки кожної точки розміщення мають зручну та інтуїтивно зрозумілу навігацію, яка дає змогу користувачам легко знайти необхідні розділи чи елементи сайту і як ними користуватися.

Мобільна адаптація. Офіційний сайт мережі та кожні сторінки готелів добре адаптовані для перегляду на мобільних пристроях. Верстка сайту респонсивна, тобто адаптується під різні розміри екранів, що є зручним і дозволяє відвідувачам сайту переглядати інформацію, обирати міста та готелі мережі та здійснювати бронювання з будь-яких пристроїв.

SEO оптимізація. Сайт готельної мережі Optima Hotels & Resorts добре оптимізований для пошукових систем. Ключові слова використовуються у назвах сторінок, описах та метатеггах, що дає змогу підвищувати рейтинг сайту в пошукових системах.

Соціальні мережі. Лінки на сторінки готелів мережі в соціальних мережах (Facebook, Instagram та LinkedIn) можна знайти на головній сторінці сайту мережі, так і на кожній офіційній сторінці певного готелю, комплексу чи хостелу. На сторінка в соціальних мережах публікуються новини, анонси та інформація про заходи, що відбуваються на локаціях готелів, а також публікуються фото, презентаційні відео ролики. Все це допомагає інформувати постійних клієнтів та залучати нових, підтримуючи таким чином лояльність гостей готелів мережі. Варто також зауважити, що на сайті розміщені кнопки швидкого доступу до цих сторінок, що дає можливість відвідувачам сайту поділитися його контентом, зробивши репост.

Аналітика та відстеження. IT-служба компанії та її фахівці, які адмініструють сайт мережі, за спеціальними кодами аналітики відстежують

показники відвідуваності сайту та аналізують поведінку користувачів. Також сайти мережі використовують файли cookie, щоб отримати необхідну інформацію про відвідування та поведінку користувача на сайті, щоб полегшити користувачеві його відвідування в наступні рази. Всі ці заходи допомагають фахівцям IT-служби покращити роботу сайту, зробити його більш зручним. Ґрунтуючись на аналітичних довідках IT-служби, маркетинговий підрозділ мережі готелів проводить власні дослідження, активізує та урізноманітнює рекламні кампанії готелів в Інтернеті в залежності від регіонів, де відвідуваність падає або навпаки активно зростає.

Контент. Як вже зазначалося раніше, офіційний сайт мережі містить якісний контент, який дозволяє відвідувачам отримати повну інформацію про готелі та міста, в яких вони розміщені, послуги та їх вартість, переглянути фото, програму лояльності, умови перебування та інш. Оформлення сайту та офіційних сторінок виконано в єдиному корпоративному стилі з дотриманням прийнятої в мережі кольорової гами.

Таким чином, можна стверджувати, що у своїй діяльності мережа готелів Optima Hotels & Resorts успішно використовує значну кількість відомих на сьогодні Інтернет-технологій, які спрямовані на підвищення якості послуг розміщення та харчування. Керуюча компанія та IT-служба постійно удосконалюють та оновлюють наявний перелік Інтернет-інструментів, які запроваджені в операційну діяльність готелів мережі, а також здійснюють моніторинг досягнень IT-технологій, оцінюють організаційні та фінансові можливості щодо їх придбання та запровадження.

Поряд з цим, поза увагою керуючої компанії залишилося питання розроблення власного мобільного додатку мережі, оскільки на сьогодні вже є досвід українських готелів у розробленні власних мобільних додатків.

Як зазначають фахівці в сфері IT-технологій: «На перший погляд, переваги створення окремого додатку для готелю можуть видатися неочевидними. Адже клієнти все ж можуть цілком комфортно користуватися мобільною версією сайту. Та й популярний універсальний додаток Booking

працює чудово. Однак все ж наявність власного застосунку надає чимало дійсно важливих переваг... Додатки, якщо вони дійсно якісні, працюють набагато швидше та плавніше за мобільну версію вебсайту» [42].

Висновки до другого розділу.

Проведений автором аналіз використання Інтернет технологій в операційній діяльності готельного підприємства дав змогу дійти висновків:

1) товариство з обмеженою відповідальністю «Оптіма Хотел Менеджмент» – сучасне підприємство сфери гостинності, що активно розвиває готельний бізнес, туристичну діяльність та надає супутні послуги з організації дозвілля, оздоровлення та ділової активності. В останні п'ять років компанія вкладає кошти та активно розвиває виноробний проєкт – «ODESOS», який вже отримав визнання у споживачів та експертів виноробної галузі;

2) аналіз основних фінансових показників діяльності мережі готелів за період 2021-2023 р.р. показав, що діяльності мережі готелів Optima Hotels & Resorts дуже вразлива від впливу факторів зовнішнього середовища, оскільки саме зовнішнє середовище (політична ситуація в країні, військовий стан, поведінка споживачів внаслідок військової агресії, економічна ситуація в країні, скорочення потоку іноземних туристів, зниження ділової активності бізнесу) мало найбільший негативний вплив на фінансові показники мережі. Проаналізовані показники показують суттєві коливання впродовж періоду дослідження, але за підсумками 2023 року намітилися позитивні тенденції та отримання мережею прибутків на відміну від збитків у попередній надскладний 2022 рік. Поряд з цим коливання обсягів чистого доходу та розміру собівартості наданих послуг розміщення та харчування не мали суттєвого негативного впливу на продуктивність праці співробітників готелів, що свідчить про добре продуману політику управління персоналом;

3) аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища методом SWOT-аналізу дозволив з'ясувати, що поряд з питаннями відновлення проєктів

модернізації об'єктів нерухомості, в яких розміщені готелі мережі (осучаснення дизайну та інтер'єру, пристосування будівель і споруд окремих готелів до прийому відвідувачів з інвалідністю, забезпечення безпеки) постає питання щодо удосконалення інформаційного обслуговування клієнтів в Інтернет, оскільки результати аналізу довели суттєвий знос основних фондів готелів мережі;

4) аналіз цифровізації та інформатизації операційної діяльності довів, що провідною ланкою в організації, підтримці та удосконаленні готельних інформаційних систем та технологій в мережі є ІТ-служба, яка відповідає за встановлення, конфігурацію та обслуговування кожної ІТ-системи для співробітників і гостей мережі готелів. Також фахівці служби розробляють рекомендації щодо нового програмного забезпечення та нагляд за оновленнями чи інсталяцією ІТ-систем;

5) в мережі встановлено програмне забезпечення типу PMS (Property Management System) для комплексної автоматизації всіх робочих процесів усередині мережі – бронювання, розміщення та розрахунки, управління персоналом і статистикою тощо. Для автоматизації управління в мережі готелів використовується програмне забезпечення SERVIO HMS від українського виробника Expert Solution. PMS-система SERVIO HMS адаптована під вимоги мережі готелів та виконує багато функцій. Аналіз дозволив виявити певні недоліки, серед яких: відсутність системи підказок – це ускладнює використання АСУ та може призвести до зростання кількості можливих помилок; відсутність обліку відпрацьованого робочого часу персоналу та запису всіх подій у системі, що може призвести до зниження контролю за діяльністю співробітників готелів. Автором запропоновано розглянути питання щодо придбання додаткового модулю «Кадри». В цілому дана АСУ відповідає сучасним вимогам та повністю забезпечує ефективність провадження операційної діяльності та виконання інформаційних та аналітичних функцій управління готельною мережею;

б) аналіз запровадження сучасних Інтернет-технологій довів, що у своїй діяльності Optima Hotels & Resorts успішно використовує значну кількість відомих на сьогодні Інтернет-технологій (безкоштовний Wi-Fi, електронні ключі, онлайн-сервіси, АСУ, соціальні мережі, відео-конференції, офіційний сайт мережі та офіційні сторінки кожної точки розміщення), які спрямовані на підвищення якості послуг розміщення та харчування. Офіційний сайт мережі та кожні сторінки готелів добре адаптовані для перегляду на мобільних пристроях. Також сайт мережі добре оптимізований для пошукових систем та має лінки на сторінки у соціальних мережах (Facebook, Instagram та LinkedIn). Офіційний сайт містить якісний контент, який дозволяє відвідувачам отримати повну інформацію про готелі та міста, в яких вони розміщені, послуги та їх вартість, переглянути фото, програму лояльності, умови перебування та інш. Оформлення сайту та офіційних сторінок виконано в єдиному корпоративному стилі з дотриманням прийнятої в мережі кольорової гами;

7) керуюча компанія та ІТ-служба постійно удосконалюють та оновлюють наявний перелік Інтернет-інструментів, які запроваджені в операційну діяльність готелів мережі, а також здійснюють моніторинг досягнень ІТ-технологій, оцінюють організаційні та фінансові можливості щодо їх придбання та запровадження;

8) поза увагою керуючої компанії залишилося питання розроблення власного мобільного додатку мережі, оскільки на сьогодні в українських готелів вже є досвід розроблення власних мобільних додатків, які мають суттєві переваги мобільною версією сайту: пришвидшити реєстрацію в готелі; надавати гостям більше інформації; рішення для мобільних ключів, що дозволяє прибрати фізичні ключ-картки.

За результатами дослідження використання Інтернет-технологій в мережі автором рекомендовано розглянути питання про розроблення та введення в експлуатацію власного мобільного додатку, що дасть змогу заощадити час і допомогти мережі більш ефективно розподіляти ресурси. Питанням оцінювання ефективності такого заходу буде присвячений наступний розділ.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ OPTIMA HOTELS & RESORTS

3.1. Обґрунтування програми заходів із реалізації інвестиційних проєктів з використання Інтернет-технологій у готельній мережі Optima Hotels & Resorts

У сучасну цифрову епоху кожен власник готельного бізнесу має усвідомлювати важливість надання своїм гостям легкого та зручного досвіду безпосередньо з мобільних пристроїв. Мобільні додатки, які пропонують безконтактні послуги, push-повідомлення та навіть функції мобільних клавіш, у провідних готельних мережах світу сьогодні стали невід'ємною частиною взаємодії з клієнтами.

За допомогою цих додатків гості можуть легко здійснювати пряме бронювання, заселятися в готельні номери та керувати своїм перебуванням, навіть не звертаючись до стійки реєстрації.

Програми для гостей готелю – це інноваційні програмні рішення, які розробляються, щоб покращити враження від готелю для сучасних мандрівників. Ці додатки, які використовуються як власниками готелів, так і гостями, спрощують процес управління готелем і обслуговування гостей, а також забезпечують платформу для миттєвого спілкування та надання послуг. Програми для гостей охоплюють вражаючий спектр функцій – від бронювання та реєстрації до персоналізованого обслуговування номерів, цифрових послуг консьєржа та інтелектуального керування кімнатами номерів. Вони також надають додаткові переваги, такі як надсилання SMS-нагадувань, інтеграція з платформами соціальних мереж і спрощення робочого процесу готелю.

Вони пропонують готельному бізнесу засоби для підвищення ефективності роботи, водночас надаючи гостям безпрецедентний контроль над

своїм перебуванням, таким чином значно покращуючи традиційний набір послуг сфери гостинності.

Мобільні додатки для гостей готелю завдяки визначеному переліку функцій дають змогу отримати велику кількість послуг та покращити загальне враження від перебування в готелі (рис. 3.1).

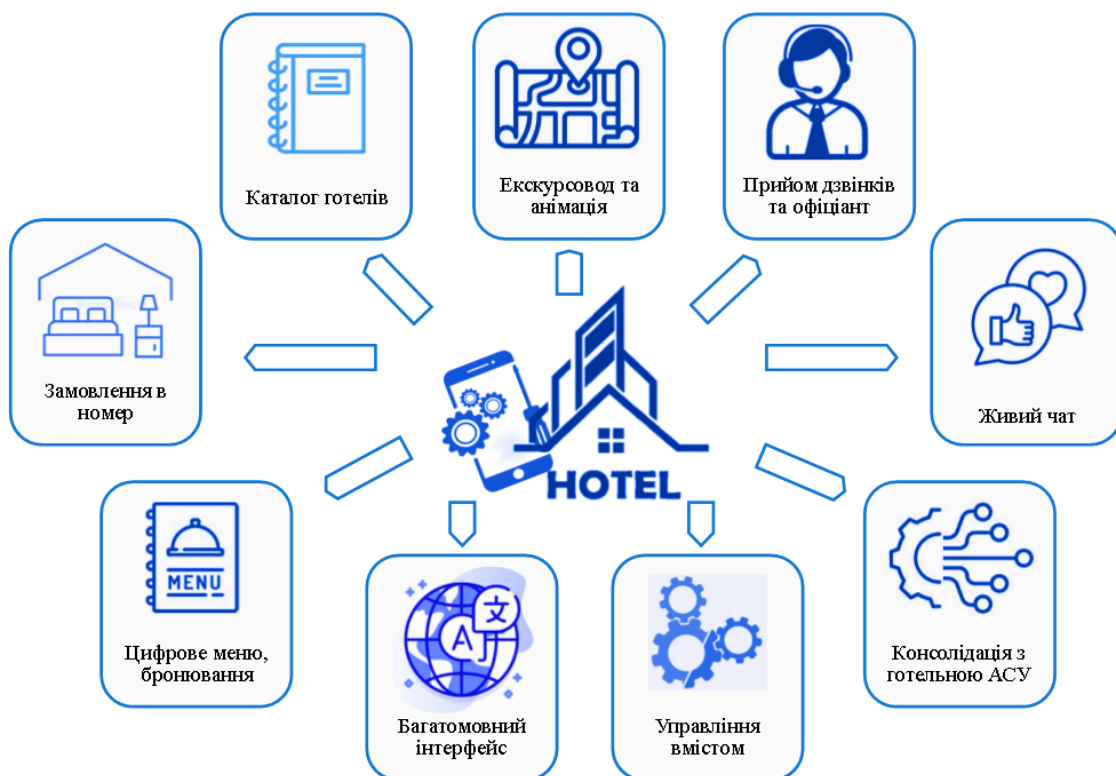


Рисунок 3.1. Функції мобільного додатку готелю, які сьогодні пропонуються розробниками

Отже, розробники сучасних мобільних додатків для готелів пропонують замовникам наступний функціонал додатку:

Каталог готелів: дає змогу власнику готельного бізнесу скоротити витрати на друк рекламних матеріалів, а також знизити вплив на навколишнє середовище, надаючи всю інформацію про готелі мережі та послуги, що пропонуються відвідувачам, в цифровому вигляді.

Замовлення в номер: дає змогу гостям готелю робити замовлення в номер де б вони не були – біля басейну, біля готелю чи в таксі.

Цифрове меню, бронювання столиків в ресторані готелю: дає змогу збільшити потенціал ресторану готелю та залучити якомога більше відвідувачів.

Екскурсивод та анімація: дає змогу гостям готелю досліджувати територію, де розташований готель, за допомогою інтерактивного та детального путівника у формі інтерактивної карти місцевості, де розташований готель, із позначенням видатних та історичних місць. Готель також має можливість анонсувати заходи та події, щоб гості готелю завжди могли зорієнтуватися та долучитися до них.

Прийом дзвінків та офіціант: дає змогу уникнути черг гостей у стійки реєстрації, а також можливість отримувати замовлення через додаток.

Живий чат: платформа обміну повідомленнями – потужний інструмент, який дає змогу контролювати запити та оперативно вирішувати будь-які проблемні питання гостей готелю, відкриває шлях до нескінченних можливостей реклами, а також дозволяє отримати миттєвий відгук гостей про враження від перебування в готелі.

Багатомовний інтерфейс: вбудований перекладач усуває мовні бар'єри та зводить до мінімуму потребу готелів у багатомовному персоналі, а також сприяє залученню відвідувачів зі всього світу.

Управління вмістом: проста конфігурація додатку дозволяє ІТ-фахівцю миттєво провести оновлення додатку без залучення розробників.

Консолідація з готельною АСУ: мобільний додаток інтегрується з існуючою готельною програмою АСУ PMS і POS-системою, що дозволяє прискорити процес оброблення великого обсягу інформації, уникнути помилок.

Це не вичерпний перелік функцій мобільного додатку, оскільки за умов співпраці з перевізниками в додатку може бути добавлена функція замовлення трансферу до аеропорту чи вокзалу, а також такси для переміщення по місту чи передмістю. Фахівці зазначають, що через додаток також можна «...реалізувати безконтактний чек-ін та чек-аут, використовуючи QR-коди, NFC-технології тощо» [41]. За наявності добре працюючої програми лояльності її також можна

інтегрувати до мобільного додатку. Отже, функціонал додатку завжди індивідуальний в залежності від розміру підприємства сфери гостинності, його спрямованості та розташування, але його наявність в готелі – це завжди конкурентна перевага та ознака інноваційності готелю, який бажає створити спілкування зі своїми гостями зручним та комфортним.

Сьогодні з розвитком ІТ-сфери в Україні є достатня кількість розробників мобільних додатків. З 2015 року в Україні кожного року відбувається їх рейтингування і станом на кінець 2024 року він виглядає наступним чином (табл. 3.1)

Таблиця 3.1.

ТОП-10 ІТ-компаній, які займаються розробленням мобільних додатків в Україні [43]

Назва компанії	Рік заснування	Рейтингова оцінка	Офіційний сайт
Promodex	2016	1613	https://promodex.ua/
Svitsoft	2010	1402	https://svitsoft.com/
JetBit	2013	1262	https://jetbit.pro
ITLab Web Studio	2006	1126	https://www.itlab.win
Brander	2011	1052	https://brander.ua
UAITLAB	2013	1001	https://uaitlab.com/
MetaProject	2015	910	https://metaproject.pro/
Devlight	2016	907	https://devlight.io/
Raxkor	2014	904	https://raxkor.com
Solar Digital	2016	852	https://www.solardigital.com.ua/

Кожна з цих компаній пропонує повний перелік послуг щодо розроблення мобільних додатків, але в переважній більшості випадків клієнтами цих компаній є інтернет-магазини, телекомунікаційні компанії, підприємства

поштового зв'язку та інших галузей народного господарства, про що свідчать дані розміщених на їх сайтах портфоліо проєктів. Серед розробників мобільних додатків саме для підприємств сфери гостинності варто назвати компанії WEZOM [44] (м. Київ) на ринку вже понад 20 років та AVADA MEDIA™ [45] (м. Одеса), яка на ринку вже понад 15 років.

Поряд з цим, під час аналізу АСУ мережі ми виявили певні недоліки використовуваної в мережі інформаційної системи, які стосуються обліку роботи персоналу. За підсумками аналізу запропонували керуючій компанії розглянути питання щодо розширення переліку модулів АСУ, що використовується в мережі готелів, шляхом придбання спеціального модулю «Кадри», який би автоматизував наступні операції:

- планування потреби в кадрах, створення кадрового резерву;
- облік молодих фахівців та неповнолітніх працівників;
- облік відпрацьованого часу;
- облік та аналіз складу, руху та плинності кадрів;
- планування програм підвищення кваліфікації.

Придбання та інтеграція даного модулю в АСУ мережі дасть змогу забезпечити ефективність контролю роботи персоналу, що в свою чергу, призведе до підвищення якості обслуговування споживачів послуг гостинності. Поряд з цим, варто звернути увагу, що компанія WEZOM вже має у своєму портфоліо технічні рішення щодо розроблення мобільного додатку для трекінгу праці співробітників. Цей мобільний додаток пропонує наступний функціонал:

- можливість створювати облікові записи співробітників через адмінпанель, із виведенням електронної пошти, тимчасового пароля, посади та необхідної кількості робочих годин;
- відображення історії робочих годин співробітника у форматах сьогоденшнього та попередніх днів;
- перегляд кількості робочих годин, які залишились у кожного співробітника в розрізі певного періоду;
- пошук та перегляд облікових записів співробітників;

– перегляд бази усіх співробітників із можливістю сортувати їх за кількістю відпрацьованих годин;

– щогодинне оновлення системи [43].

Мобільний додаток для мережі готелів пропонуємо наповнити розглянутим вище (рис. 3.1.) функціоналом з додаванням функцій:

– трансферу – замовлення такси до аеропорту, залізничному вокзалу та поїздки по місту, де розташований готель чи комплекс мережі;

– відгуків – можливість залишити відгук про якість обслуговування, комфорт та безпеку під час перебування в готелі.

Отже, ми пропонуємо проекти, що спрямовані на інноваційний розвиток мережі готелів, підвищення якості обслуговування гостей та управління персоналом мережі готелів. Ці проекти потребують значних фінансових вкладень і для їх реалізації варто скористатися інструментами інвестиційного менеджменту для забезпечення контролю за ефективністю їх реалізації, оскільки запропоновані заходи за своєю сутністю є інвестиціями в інноваційний розвиток мережі. Їх реалізація потребує проходження наступної послідовності кроків (рис. 3.2), пов'язаних з організаційним забезпеченням та управлінням часовою складовою інноваційного розвитку мережі готелів.

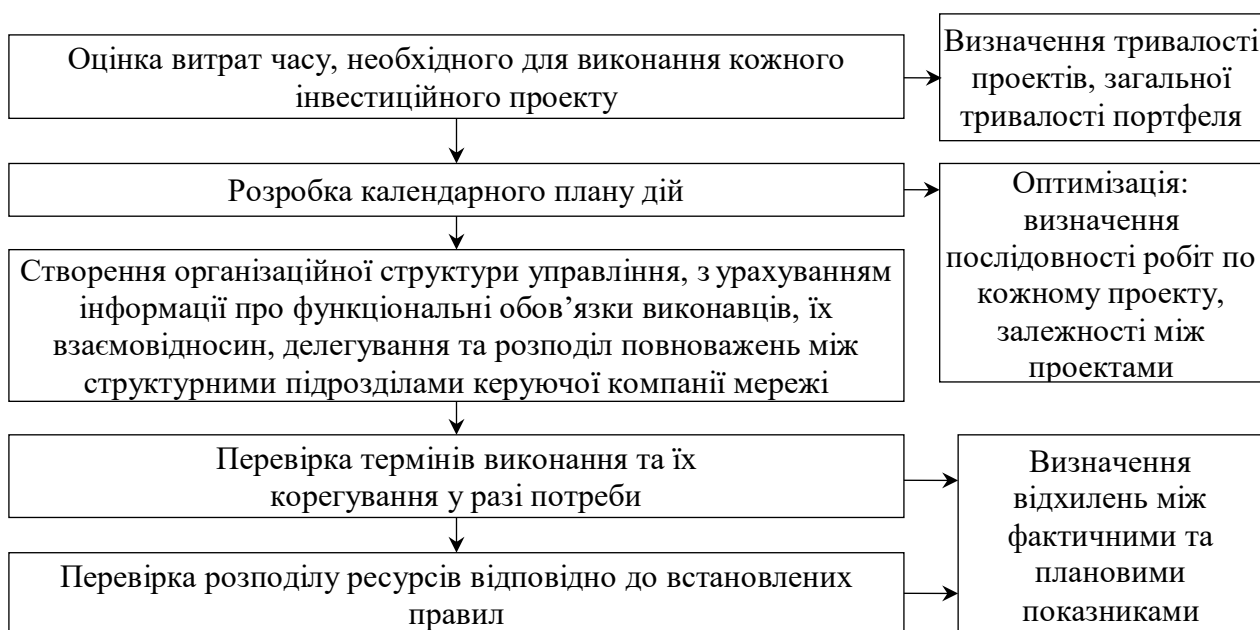


Рисунок 3.2. Етапи управління реалізацією інвестиційних проектів Optima

Визначення складу організаційної структури управління впровадженням зазначених інновацій у мережі готелів з метою об'єднання і координації зусиль всіх виконавців, задіяних у проектах, та визначення порядку їх функціонування доцільно здійснювати за визначеним правилом розподілу в межах сітьового графіка проектів, що за потреби може бути оптимізований введенням паралельних чи послідовних робіт. Важливим при розподілі функціональних повноважень залишається відповідність принципам управління інвестиційною діяльністю:

- інноваційно-інвестиційна спрямованість дій вищого керівництва, яке є ініціатором процесу;
- пріоритет інновацій як головної організаційної цінності;
- звільнення частини кращих співробітників керуючої компанії та певних готелів від рутинної роботи для творчої діяльності;
- організація консультаційної допомоги в галузі нововведень.

Структура ОСУ являє собою систему оптимального розподілу функціональних обов'язків, прав і відповідальності, порядку і форм взаємодії між окремими структурними одиницями мережі готелів і працівниками, які в них працюють. Тобто, основне завдання її створення ґрунтується на оптимальному розподілі функцій між її елементами та формуванні такої системи зв'язків між ними, яка дає змогу оперативно обмінюватися інформацією, приймати управлінські рішення і реалізувати їх в оптимальному режимі.

Послідовність етапів реалізації інвестиційних проектів в мережі готелів Optima Hotels & Resorts дозволяє отримати інформацію для побудови організаційної структури управління інноваційними проектами, в залежності від їх змісту, виду і спрямованості, яка стає більш гнучкою та відповідає особливостям інвестиційної діяльності, що особливо актуально при розподілі ресурсів між різними напрямками, забезпеченні необхідної самостійності груп, координації робіт та централізації керівництва інноваційними процесами, де 0 рівень – відповідає рівню керуючої компанії мережі, роль якого полягає у

проведенні організаційно-штатної політики, відборі кваліфікованих кадрів для реалізації інвестиційних проєктів, розробці програм навчання з метою психологічної адаптації до нововведень, формування системи мотивації творчої праці щодо їх впровадження; I рівень – рівень розподілу повноважень між підрозділами та відбір відповідальних за виконання проєкту; II рівень – рівень виконання, забезпечений внутрішньою підпорядкованістю та відповідними взаємозв'язками.

Все вищевикладене дозволяє представити організаційну структуру управління реалізацією впровадження проєктів у вигляді роботи підсистем по забезпеченню процесу відповідно до функціонального призначення нововведень (рис. 3.5).



Рисунок 3.4. Формування групи виконавців в залежності від етапів впровадження інноваційних проєктів в мережі готелів Optima Hotels & Resorts

При такому розподілі кожний з підрозділів та служб мережі несе відповідальність за певну функціональну сферу.

Отже, формування механізму удосконалення інноваційної складової діяльності мережі та впровадження новітніх Інтернет-технологій в операційну

діяльність мережі готелів Optima Hotels & Resorts, спираючись на типові складові управління (аналіз, планування, реалізація, контроль), потребує врахування специфіки системи, особливо при розгляді множини інвестиційних цілей, що дозволяє утворити стратегію інноваційного розвитку та реалізації розглянутих вище інвестиційних проєктів, адекватну умовам зовнішнього та внутрішнього середовища мережі, результатам її операційної діяльності та подальшого розвитку. Реалізація запропонованих заходів доцільно розглядати як стратегію відповідно до обраної структури та реалізовувати у вигляді портфеля інвестиційних проєктів, що для керуючої компанії мережі готелів Optima Hotels & Resorts дозволить розподілити роботи по відповідних структурних підрозділах та виконавцях, полегшить процес звітності за виконанням кожного з проєктів.

3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів із запровадження Інтернет-технологій в операційну діяльність готельної мережі Optima Hotels & Resorts

Доцільність впровадження в операційну діяльність мережі запропонованої Інтернет-технології (мобільний додаток для гостей готелів мережі) та її ефективність можна оцінити за допомогою наступних показників.

1. Чистий приведений дохід. За допомогою цього показника можна отримати найбільш узагальнену характеристику результатів інвестицій, тобто їх кінцевий ефект в абсолютній сумі. Під чистим приведеним доходом розуміється різниця між приведеними до дійсної вартості сумою чистого грошового потоку за період запровадження проєкту та сумою інвестиційних витрат на його реалізацію.

Суму чистого приведенного доходу за умов запровадження мобільного додатку для готелів мережі Optima Hotels & Resorts при одноразовому здійсненні інвестиційних витрат на його розроблення і впровадження розраховуємо за формулою (3.1):

$$\text{ЧПД} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{ЧГП}_t}{(1+i)^t} - \text{ІВ}, \quad \text{ЧПД} = \sum_{t=1}^n \text{ЧГП}_t \cdot a_t - \text{ІВ} \quad (3.1)$$

де $\frac{1}{(1+i)^t} = a_t$ – коефіцієнт дисконтування,

i – ставка дисконту,

ЧГП_1 – сума чистого грошового потоку за окремі інтервали загального періоду застосування даного заходу;

ІВ_0 – сума одноразових інвестиційних витрат на реалізацію проєкту;

n – число інтервалів у загальному розрахунковому періоді i .

2. Індекс (коефіцієнт) доходності. Цей показник також дає можливість співвіднести об'єм витрат на розроблення та запровадження мобільного додатку для гостей готелів мережі з майбутнім чистим грошовим потоком від впровадження цього заходу. Розрахунок індексу (коефіцієнта) доходності розраховуємо за формулою (3.2):

$$\text{ІД}_0 = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{\text{ЧГП}_t}{(1+i)^t}}{\text{ІВ}} \quad (3.2)$$

Його також можна використовувати не тільки для порівняльного оцінювання, а й як критеріальний показник у прийнятті інвестиційного рішення щодо можливості впровадження запропонованого нами заходу розроблення мобільного додатку. Якщо значення індексу доходності менше одиниці або дорівнює їй, варто відхилити впровадження запропонованого заходу у зв'язку з тим, що він не принесе додаткового прибутку на інвестовані засоби.

3. Період окупності – один із найпоширеніших і найбільш зрозумілих показників оцінювання ефективності запропонованих заходів. Його можна розрахувати за двома методами: статичним (бухгалтерським) і дисконтним.

Недисконтований показник періоду окупності інвестиційних витрат по

проекту визначається статичним методом і розраховується за формулою:

$$ПО_0 = \frac{IB}{ЧГП}, \quad (3.3)$$

де ЧГП - середньорічна сума чистого грошового потоку за період введення заходів з реалізації проекту з розроблення і впровадження мобільного додатку для гостей мережі готелів.

Відповідно дисконтований показник періоду окупності одноразових витрат по запровадженню мобільного додатку для гостей визначається за формулою (3.4):

$$ПО_0 = \frac{IB}{\sum_{t=1}^n \frac{ЧГП_t}{(1+i)^t}} \quad (3.4)$$

Розрахунок зведених показників доходів та витрат мережі готелів з реалізації проекту розроблення і впровадження мобільного додатку для гостей проведений у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Зведена таблиця прогнозованих доходів і витрат на розроблення і впровадження мобільного додатку для гостей, тис. грн.

Прогноз показників	2025
Виручка (валовий прибуток)	149061,5
Витрати у урахуванням витрат на розроблення і впровадження мобільного додатку	127000,2
Фінансовий результат від операційної діяльності	14963,2

Для розрахунку прогнозних показників використовувалися дані фінансової звітності ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент» за підсумками 2023 року з урахуванням коефіцієнтів інфляції (2023 рік – 1,05; 2024 рік – 1,12).

Вартість розроблення мобільного додатку ІТ-компаніями України у 2024 році стартувала від 25 тис.дол. Витрати на розроблення і впровадження мобільного додатку розраховані за курсом НБУ 41,8 грн. за 1 дол. США і становлять 836,0 тис.грн.

Ефективність реалізації проекту розроблення мобільного додатку для гостей мережі оцінимо за трьома сценаріями розвитку подій:

- оптимістичний сценарій – економіка розвивається сприятливо і мережа готелів отримує виручку згідно запланованого рівня;
- нормальні ринкові умови – ринок сталий, не зростає, отримуємо доходи на 10% нижче запланованих;
- несприятливі ринкові умови – зниження рівня доходів населення, спад попиту на послуги розміщення та харчування, отримуємо доходи на 30% нижче запланованого рівня.

Розрахований розмір чистого доходу та витрат за трьома сценаріями приведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Розрахунок прогнозованого фінансового результату від операційної діяльності від запровадження запропонованого проекту з урахуванням трьох сценаріїв

рік	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.			Витрати, тис. грн.	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис.грн.		
	Несприятливі ринкові умови (-30%)	Нормальні ринкові умови (-10%)	Сприятливі ринкові умови		Несприятливі ринкові умови (-30%)	Нормальні ринкові умови (-10%)	Сприятливі ринкові умови
2025	104343,1	134155,4	149061,5	127000,2	-22657,1	7155,2	22061,4

Результати розрахунку показників ефективності запровадження мобільного додатку для гостей мережі готелів Optima Hotels & Resorts – чистий дисконтований дохід, індекс доходності, термін окупності проекту наведені в табл. 3.4.

Розрахунок ефективності запропонованих заходів

Рік	Фінансовий результат від операційної діяльності			Коефіцієнт дисконтування	Дисконтований дохід			Інвестиції
	Несприятливі ринкові умови (-30%)	Нормальні ринкові умови (-10%)	Сприятливі ринкові умови		Несприятливі ринкові умови (-30%)	Нормальні ринкові умови (-10%)	Сприятливі ринкові умови	
2025	-22657,1	7155,2	22061,4	0,859	-19462,4	6146,3	18950,7	836
Індекс прибутковості						7,4	20,3	
Термін окупності						1,3	0,42	

Коефіцієнт дисконтування розраховувався виходячи зі ставки по депозитам банку «Приватбанк», який на даний момент надає найбільш вигідні умови депозиту серед надійних банків – 13,75%.

Проведені розрахунки дозволили отримати показник чистого дисконтованого доходу:

За умов першого сценарію за несприятливих ринкових умов:

Чистий дисконтований дохід має від’ємне значення, тобто за несприятливих умов мережа готелів отримає збитки у розмірі 22657,1 тис.грн. і інвестиційні витрати є недоречними.

За умов другого сценарію за нормальних ринкових умов:

Чистий дисконтований дохід дорівнюватиме 6146,3 тис. грн.

За третього сценарію за сприятливих ринкових умов:

Чистий дисконтований дохід дорівнюватиме 18950,7 тис. грн.

Розрахунки свідчать, що значення індексу доходності вказує на те, що за сприятливих умовах доходність від вкладених коштів у розроблення мобільного додатку становитиме на рівні 20,3 або 203,0%. Інакше кажучи, кожна інвестована в проєкт гривня принесе керуючій компанії прибутків у розмірі 20 грн. 30 коп. За нормальних ринкових умов прибуток на 1 грн. інвестиції становитиме 7 грн. 40 коп. (74%).

Розрахунки терміну окупності показують, що за умови нормального стану

ринку потрібно 1,3 року, щоб витрати на розроблення мобільного додатку та його впровадження в операційну діяльність мережі готелів окупилися. За умов реалізації третього сценарію – сприятливих ринкових умов – термін окупності взагалі становить десь приблизно 153-154 днів або 0,42 року.

Таким чином, використання мобільного додатку для гостей мережі дозволяє керуючій компанії мережі отримати додатковий прибуток від запропонованих нами заходів на рівні не менше, ніж 18950,7 тис. грн. Відповідно обраний напрямок інноваційного розвитку та розширення переліку Інтернет-технологій в операційній діяльності Optima Hotels & Resorts є доцільним та забезпечить готелям мережі додаткові прибутки.

У подальшому функціонал мобільного додатку може бути розширений додатковими функціями керування обладнанням в номерах, наприклад за деяких час до повернення в номер включити кондиціонер. За умов суттєвої модернізації готелів та впровадження розумних кімнат в готелях є можливість також розширити функціонал додатку шляхом додавання певних модулів керування: освітленням, температурою тощо.

Підсумовуючи, варто також наголосити, що з переходом до цифрових платформ відбувається відповідне збільшення ризиків безпеки. Кібератаки є постійною загрозою для будь-якого бізнесу, який використовує онлайн-технології, але вони особливо тривожні, коли під загрозою знаходяться особисті дані клієнтів, зокрема дані кредитної картки.

Отже, очевидним є факт того, що індустрія гостинності різко еволюціонувала завдяки технологіям. Інновації дозволяють досягти значних успіхів у підвищенні ефективності та покращенні досвіду гостей. Однак деякі проблеми залишаються доволі гострими, наприклад, високі витрати на впровадження, занепокоєння щодо безпеки та конфіденційності, брак кваліфікованого персоналу, який позитивно налаштований на впровадження новацій та має цифрову компетентність й необхідний технологічний досвід.

На нашу думку, не варто у найближчій перспективі очікувати стрімкого зростання запровадження новітніх досягнень та Інтернет-технологій в

операційну діяльність підприємств вітчизняного готельного сектору національної економіки. Це зумовлено низькою суто об'єктивних факторів, на яких наголошують науковці:

«...1. Військовий конфлікт є головним фактором, який дестабілізує ринок готельних послуг в Україні;

2. Економічна нестабільність. Війна призвела до девальвації валюти, інфляції та зниження доходів населення;

3. Інфраструктурні пошкодження;

4. Зниження зовнішнього попиту;

5. Зміна структури попиту;

6. Нестача кваліфікованих кадрів.

7. Висока конкуренція з орендними платформами.

8. Перебої електропостачання готелів та зростання цін на енергетичні ресурси» [46].

Поряд з цим, саме безпекова ситуація в країні, зниження попиту на послуги готелів, а також уповільнення в'їзного туризму змусила готельний бізнес «...швидко реагувати на зміни, інтегрувати інноваційні технології та створювати для гостей унікальні враження» [45].

Висновки до третього розділу.

Обґрунтовуючи програму заходів із реалізації інвестиційних проєктів з використання Інтернет-технологій у готельній мережі Optima Hotels & Resorts автором:

1) проаналізований досвід використання мобільних додатків для гостей готелів. Результати проведеного аналізу дозволяють стверджувати, що мобільний додаток для готелів – це сучасне цифрове рішення та ключова точка взаємодії для власників готелів, щоб покращити перебування гостей. Мобільні додатки сьогодні мають безліч функцій, що дозволяє готелям зв'язуватися зі

своїми гостями та показувати свої послуги і пропозиції через інший, більш прямий канал;

2) доведено, що наявність мобільного додатку відкриває нову лінію зв'язку між готелями та гостями. Окрім доступу до інформації про готель, його послуг, локацій та зручностей, гості можуть дистанційно зареєструватися, розміщувати запити на обслуговування, замовляти обслуговування в номері та працювати з усіма пропозиціями готелю, перебуваючи у будь-якій точці на території готелю або за її межами. Сьогодні мандрівники вимагають більше контролю та персоналізації, ніж будь-коли, а мобільні додатки, використовують технологію, до якої вони вже звикли. І сучасні готелі мають виправдати ці очікування. Пропозиція мобільного додатка є ключовою відмінністю для гостей готелю та формує потужну конкурентну перевагу готелю перед його конкурентами;

3) досліджений сучасний вітчизняний ринок ІТ-технологій, розглянутий рейтинг його гравців – розробників мобільних додатків. Визначені переваги розробників мобільних додатків саме для готельної галузі, які вже мають значний досвід розроблення додатків не тільки для гостей, а й для власників готелів з питань контролю роботи персоналу, оскільки аналіз АСУ мережі довів наявність певних недоліків в її організації, які стосуються саме питань контролю роботи співробітників готелів та їх робочого часу;

4) запропоновано розглянути питання щодо інвестування коштів у два мобільних додатка – для гостей, в якому передбачити розширення традиційного функціоналу мобільних додатків, що відомі сьогодні на ринку ІТ-технологій, модулями трансферу та відгуків; для власників мережі готелів – для трекінгу праці співробітників, запропонований функціонал цього додатку, який також буде інтегрований до наявної в мережі АСУ;

5) визначена послідовність кроків керуючої компанії, які спрямовані на розроблення програми реалізації запропонованих заходів та пов'язані з організаційним забезпеченням та управлінням часовою складовою інноваційного розвитку мережі готелів. Запропонована організаційна структура

управління впровадженням зазначених інновацій у мережі готелів з метою об'єднання і координації зусиль всіх виконавців, задіяних у проектах, та визначення порядку їх функціонування. Запропоновані заходи сприятимуть розробленню подальших заходів, спрямованих на коригування стратегії інноваційного розвитку та реалізації розглянутих вище інвестиційних проєктів, адекватну умовам зовнішнього та внутрішнього середовища мережі, результатам її операційної діяльності та подальшого розвитку.

б) проведено оцінювання ефективності реалізації розроблених пропозицій. За результатами розрахунків доведено, що за умов реалізації лише однієї з пропозицій (розроблення мобільного додатка для гостей) та інвестування в розробку коштів у розмірі 836 тис.грн. керуюча компанія мережі має змогу за умов нормально стану ринку на кожную вкладену в проєкт гривню отримати 7 грн. 40 коп. прибутку, про що свідчить коефіцієнт прибутковості інвестицій. Реалізація проєкту дозволить отримати додатковий прибуток на рівні не менше, ніж 18950,7 тис. грн. Також, за умов реалізації одного з розглянутих сценаріїв розвитку подій (нормальний стан економіки) період окупності проєкту становитиме трохи більше року (1,3 року).

Підсумовуючи варто наголосити, що прийняття відповідного рішення щодо власного мобільного додатка для досліджуваної мережі готелів залежить від кількох змінних, починаючи від досвіду користувачів (гостей, співробітників) та ціни до функціональності та підтримки (професіоналізм співробітників ІТ-служби мережі готелів).

Взаємодія з користувачем, вичерпний перелік функціоналу, що забезпечує всі потреби гостей, персоналізація та брендинг, надійна інтеграція та підтримка клієнтів – це лише деякі ключові моменти, які впливають на прийняття багатьма власниками готелів рішення про розроблення власного мобільного додатку.

ВИСНОВКИ

Аналіз понятійно-категоріального апарату в межах теми дослідження дозволяє дійти наступних висновків:

6) Інтернет-технології спрямовані на роботу з інформацією та її представленням у текстовому, графічному, відео та аудіо вигляді з наданням доступу до неї широкому колу користувачів завдяки використанню певних засобів, інструментів та можливостей Інтернету. Всі наявні сьогодні пакети прикладних програм, які пов'язані з бронюванням, платежами, чат-ботами, засобами комунікації базуються саме на можливостях Інтернету, і є нічим іншим, як Інтернет-технологіями.

7) Тренд на використання в готельному бізнесі інформаційних технологій та можливостей Інтернету продиктований не тільки сучасним розвитком технологій, а й «діджиталізацією» суспільства. Цей тренд охоплює всі без виключення аспекти роботи сучасних готелів щодо обміну інформацією. Для ефективного використання в операційній діяльності готелю всіх можливостей Інтернет-технологій необхідним є наявність спеціалізованих засобів, до яких відносять: веб-сервер, веб-сайт, електронна пошта, чати та боти, а також сервіси для відео та телефонного зв'язку (ZOOM, Google meet).

8) Використання сучасних Інтернет-технологій дає можливість проводити маркетингові дослідження та ефективні рекламні кампанії, здійснювати аналіз клієнтоорієнтованості діяльності готелю та засобів, які використовуються для її забезпечення, і в першу чергу сайту. Сьогодні існує велика кількість інструментів Інтернет-технологій, використання яких дає змогу спрямувати рекламні зусилля на залучення користувачів та активізації попиту на послуги, що надає готель.

9) В еру інформаційної економіки та швидкої діджиталізації суспільства саме інформація та технології з її зберігання, розповсюдження та оброблення відіграють велику роль у сфері гостинності. Інтернет-технології мають суттєвий вплив на розвиток суспільних відносин та ринок гостинності, зокрема. Особливо це стало відчутним під час пандемії COVID-19. Саме питання

виживання готельного бізнесу під час пандемії дав поштовх більш активному запровадженню Інтернет-технологій у готельних підприємствах.

10) Сьогодні Інтернет-технології дають змогу готелям суттєво скоротити час на обслуговування гостей, забезпечити резервування у віддаленому режимі (онлайн), знизити собівартість послуг та підвищити якість обслуговування, вибудувати модель клієнтоорієнтованого та соціально відповідального бізнесу, який в першу чергу забезпечує якісне обслуговування, комфорт та безпеку споживачам. Застосування інструментів Інтернет-технологій готельними підприємствами сьогодні виступає найбільш актуальним напрямом просування готельної продукції та підтримання комунікаційного зв'язку зі споживачами.

Результати аналізу новітніх тенденцій у сфері гостинності та огляду сучасних найбільш поширених світових практик використання Інтернет-технологій у готельному бізнесі дозволив автору сформулювати наступні висновки:

4) Цифрове перетворення індустрії гостинності – це не просто тенденція, це постійний рух, який триватиме ще багато років. Сьогодні з урахуванням сучасних досягнень у сфері Інтернету речей для галузі відкриваються перспективи щодо подальшої персоналізації послуг, полегшення комунікації з гостями, підвищення задоволеності рівнем обслуговування та якістю послуг, попиту на готельні послуг шляхом використання інструментів:

– доповнена (AR) та віртуальна (VR) реальність: додатки та пристрої AR, ймовірно, стануть більш помітними, пропонуючи гостям позитивні враження та віртуальні тури;

– голосові технології: розумні динаміки, такі як Google Home і Alexa, все частіше зустрічаються в готельних номерах, дозволяючи гостям керувати різними функціями кімнати за допомогою голосових команд;

– автоматизоване управління номерами: системи розумних номерів і технології автоматизації в готельній індустрії дозволяють гостям персоналізувати засоби керування номерами, такі як температура води,

температура у кімнаті, освітлення, штори та жалюзі, щоб створити персоналізовану, комфортну та енергоефективну кімнату;

– інтеграція штучного інтелекту (IoT) для підключення пристроїв у номері, що забезпечує безперебійний зв'язок і автоматизацію. Прогнози на основі штучного інтелекту у передбаченні вподобань і потреб гостей, що сприяє підвищенню рівня персоналізації та задоволеності клієнтів;

– екологічний розвиток. Ініціативи сталого розвитку будуть активізовані, а технології відіграватимуть ключову роль у зменшенні відходів і впливу на навколишнє середовище;

– покращена безпека. Технології постійно вдосконалюватимуться, щоб покращити заходи безпеки та забезпечити безпеку гостей та їхньої особистої інформації.

5) Інтернет-технології мають істотний вплив на світову індустрію гостинності. Їх використання призвело до більш ефективних операцій, персоналізованих послуг і зусиль щодо сталого розвитку. Оскільки мандрівники та відвідувачі готелів продовжують використовувати технології у своєму повсякденному житті, індустрія гостинності повинна не відставати, щоб відповідати та перевершувати очікування.

б) Використання Інтернет-технологій в операційній діяльності сучасних готелів дає змогу:

– оптимізувати операції – технології можуть оптимізувати й автоматизувати операційні завдання, зокрема бронювання, розрахунків, реєстрації та виїзду;

– покращити досвід гостей – готелі можуть аналізувати дані, щоб покращити враження гостей за допомогою персоналізованих послуг. Технології в номерах, як-от смарт-телевізори, доповнена (AR) та віртуальна (VR) реальність, цифрові засоби керування розумними номерами та високошвидкісний Інтернет, пропонують зручність і розваги;

– здійснювати ефективну комунікацію: технологія забезпечує ефективну комунікацію між гостями та персоналом готелю. Мобільні програми,

чат-боти та платформи обміну повідомленнями дозволяють гостям робити запити, замовляти послуги або надавати негайний зворотній зв'язок для швидкої відповіді;

– забезпечувати стійкість та енергоефективність: технологія може сприяти стійкості за допомогою систем управління енергією. Екологічні технології можуть контролювати освітлення та температуру, зменшуючи споживання енергії та мінімізуючи відходи.

Інтернет-технології також можуть бути ключовим фактором для тих, хто збирається інвестувати в готелі, оскільки вони відіграють важливу роль у залученні та задоволенні гостей, максимізації прибутку та стимулюванні зростання доходів.

ПЕРЕЛІК ДжЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Лук'янюк В. Словник іншомовних слів. URL : <http://surl.li/nseqfv> (дата звернення 10.12.2024).
2. В. Лук'янюк В. Словник іншомовних слів. URL : <http://surl.li/zldupn> (дата звернення 10.12.2024).
3. Основи інформаційних технологій : навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти / А. М. Гуржій, Л. І. Возненко, Н. І. Поворознюк, В. В. Самсонов. Київ : Літера ЛТД, 2023. 288 с.
4. Інформаційні системи та технології : навчальний посібник. Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2020. 207 с.
5. Про інформацію. Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ. Дата оновлення: 15.11.2024. URL: <http://surl.li/edgilg> (дата звернення 10.12.2024).
6. Інформаційні системи та технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник / за ред. д.т.н., проф. М. К. Сукача та к.е.н., доц. М. М. Скопеня. Київ : видавництво Ліра-К, 2018. 764 с.
7. Доценко В. Ф., Шидловська О. Б., Медвідь І. М., Бедусенко Л. С., Інформаційні технології в готельній індустрії України: реалії та перспективи. *Економічні науки: інвестиції: практика та досвід № 1/2020* URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2020/10.pdf (дата звернення 15.12.2024).
8. Інтернет. Українська бібліотечна енциклопедія Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого. URL: <http://surl.li/vwykfv> (дата звернення 07.01.2025).
9. Вікіпедія: вільна енциклопедія. Інтернет-технології. URL: <http://surl.li/igswck> (дата звернення 07.01.2025).
10. Гончаренко Що таке вебсервер та як його вибрати. URL: <https://sendpulse.ua/blog/what-is-a-web-server> (дата звернення 07.01.2025).
11. Веб-сервери Інтернет. URL: <http://surl.li/yeepgq> (дата звернення 07.01.2025).

-
12. Веб-сервер і база даних. URL: <http://surl.li/emfkto> (дата звернення 07.01.2025).
 13. Що таке гіпертекст і навіщо він потрібен. URL: <http://surl.li/tjwfol> (дата звернення 07.01.2025).
 14. Види сайтів: які бувають та як обрати сайт. URL: <http://surl.li/sjqgsa> (дата звернення 07.01.2025).
 15. Що таке сайт? URL: <https://freehost.com.ua/ukr/faq/wiki/chto-takoe-sajt/> (дата звернення 07.01.2025).
 16. Розробка сайту для готелю: 12 готових рішень для створення та просування бізнесу. URL: <https://ifish.com.ua/ua/baza-znan/sajtu-gotelyu/> (дата звернення 07.01.2025).
 17. Електронна пошта: історія виникнення та практичне майбутнє. URL: <http://surl.li/ihzljz> (дата звернення 07.01.2025).
 18. Вікіпедія: Вільна енциклопедія. URL: <http://surl.li/shjqjx> (дата звернення 09.01.2025).
 19. Навіщо потрібний онлайн-чат. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/online-chat> (дата звернення 09.01.2025).
 20. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. Zoom (програма). URL: <http://surl.li/hxebiu> (дата звернення 09.01.2025).
 21. Відеоконференції для бізнесу. URL: <http://surl.li/cggxae> (дата звернення 09.01.2025).
 22. Скорбенко С. Інтернет як інструмент просування послуг для індустрії гостинності. URL: <https://infotour.in.ua/skorbenko.htm> (дата звернення 09.01.2025).
 23. Контекстна реклама: все, що потрібно про це знати власнику бізнесу. URL: <https://ag.marketing/blog/kontextna-reklama/> (дата звернення 09.01.2025).
 24. Що таке SMM: 10 складових. URL: <http://surl.li/bprxic> (дата звернення 09.01.2025).

25. Устаткування закладів готельно-ресторанного бізнесу: Системи автоматизації готелів . Навчально-інформаційний портал НУБіП України URL: <http://surl.li/gdlnwt> (дата звернення 10.01.2025).

26. Корнієць Є.С. Автоматизовані інформаційні технології в управлінні готельними підприємствами. *Проблеми і перспективи економічного розвитку в умовах модернізаційних процесів в Україні та світі* : матеріали всеукр. наук.практ. конф. 12 груд. 2023 р., м. Кропивницький / Центральноукраїн. нац. техн. ун-т, каф. економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи ; [редкол. : А.А. Тихий, В.В. Зайченко та ін.]. В 2х частинах. Ч.1. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2023. 203 с.

27. Micros Systems. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Micros_Systems (дата звернення 10.01.2025).

28. Best Solutions. Рішення Micros і переваги. URL: <https://www.micros.rs/en/aboutus.html> (дата звернення 10.01.2025).

29. Матеріали офіційного сайту Amadeus. URL: <https://www.amadeus-hospitality.com/> (дата звернення 10.01.2025).

30. Матеріали офіційного сайту Sabre. URL: <https://www.sabre.com/> (дата звернення 10.01.2025).

31. GalileoTerminal. Додаток, що дозволяє отримати доступ до глобальних систем Galileo™ и Apollo™ URL: <http://surl.li/zcuigx> (дата звернення 10.01.2025).

32. Герасименко І.М. Історія та сучасність систем продажу авіаційних послуг. URL: <http://surl.li/nsjsvi> (дата звернення 10.01.2025).

33. Програмні продукти готельної індустрії. URL: <http://surl.li/pxospm> (дата звернення 10.01.2025).

34. Бондар М.П., Боцян Т.В., Шаран Л.О. Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. *Економіка і суспільство. Готельно-ресторанна справа*. 2022. № 45. URL: <http://surl.li/qkarr> (дата звернення 12.01.2025).

35. Сильчук Т.А., Лахно А.І. Система інтерактивного голосового управління готельним номером. *Економіка та управління національним господарством. Інфраструктура ринку*. 2022. № 66, С. 19-22. URL: <http://surl.li/lohafd> (дата звернення 12.01.2025).

36. Найкращі тенденції гостинних технологій, які варто прийняти у 2025 році URL: <https://acropolium.com/blog/top-hospitality-technology-trends/> (дата звернення 12.01.2025).

37. Матеріали офіційного сайту мережі «Optima Hotels & Resorts». URL: <https://optimahotels.com.ua/uk/management-company/> (дата звернення 12.01.2025).

38. Матеріали офіційного сайту туроператора «Optima travel Ukraine» URL: <https://otravel.com.ua/uk/> (дата звернення 12.01.2025).

39. Матеріали офіційного сайту «Optima MICE» URL: <https://mice.optimahotels.com.ua/uk/> (дата звернення 12.01.2025).

40. Матеріали офіційного сайту Навчального уентру готельної та ресторанної справи мережі «Optima Hotels & Resorts». URL: <https://www.hotel-school.com.ua/> (дата звернення 12.01.2025).

41. Матеріали офіційного сайту компанії Expert Solution. URL: <https://expertsolution.com.ua/> (дата звернення 12.01.2025).

42. Мобільні додатки для готелів: етапи розробки, функціонал та переваги. URL: <http://surl.li/bgqcol> (дата звернення 15.01.2025).

43. Матеріали сайту ІТ-рейтинг України. URL: <https://it-rating.ua/mobile> (дата звернення 15.01.2025).

44. Матеріали сайту виробника мобільних додатків WEZOM. URL: <https://wezom.com.ua/ua/razrabotka-mobilnyh-prilozhenij> (дата звернення 15.01.2025).

45. Матеріали сайту AVADA MEDIA™ URL: <https://avada-media.ua/services/hotel-apps/> (дата звернення 15.01.2025).

46. Непочатенко В.О., Нагернюк Д.В. Готельний ринок України в умовах війни та перспективи його розвитку. *Економіка та суспільство. Готельно-*

ресторанна справа. 2024, № 67. URL: <http://surl.li/ipvcqk> (дата звернення 15.01.2025).

47. Федосова, К. С. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі [Текст] : монографія / Федосова Катерина Сергіївна, Тележенко Любов Миколаївна ; Одес. нац. акад. харч. технологій. - Одеса : ТЕС, 2010. - 264 с. : табл., рис. - Бібліогр.: с. 213-220.