

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ
УКРАЇНИ

КАФЕДРА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

за спеціальністю 242 Туризм,

освітньою програмою «Туристично-екскурсійне обслуговування»

на тему: **«ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ»**

здобувача вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня
Козаревської Олександри Романівни
Науковий керівник: Бабушко С. Р.
доктор педагогічних наук, професор

Рецензент: Кучерява Г.О., декан
факультету туризму, бізнесу, і психології
Київського національного лінгвістичного
університету, кандидат географічних
наук, доцент

Рекомендовано до захисту на засіданні
кафедри (протокол № 11 від 05.05.2023 р.)

Завідувач кафедри: Бабушко С. Р.
доктор педагогічних наук, професор



(підпис)

Київ – 2023

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	8
1.1. Сутність, поняття та історичні аспекти використання Інтернет-технологій.....	8
1.2. Види та можливості Інтернет-технологій.....	16
1.3. Напрями використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності...	23
РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ- ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ «НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «PREMIER HOTEL & RESORTS»	32
2.1. Характеристика організаційно-економічної діяльності готельної мережі «Premier Hotel & Resorts»....	32
2.2. Аналіз впровадження сучасних Інтернет-технологій у діяльність готельної мережі «Premier Hotel & Resorts»..	38
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ- ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «PREMIER HOTEL & RESORTS»	55
3.1. Проблеми застосування Інтернет-технологій у сфері гостинності України.....	55
3.2. Рекомендації щодо впровадження Інтернет- технологій у діяльність підприємств готельного господарства.....	62
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ	88

АНОТАЦІЯ

Козаревська О. Р. Використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності. – Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм, спеціалізації «Туристично-екскурсійне обслуговування». – Національний університет фізичного виховання і спорту України, Київ. 2023.

Кваліфікаційну роботу присвячено висвітленню Інтернет-технологій у сфері гостинності України. Розглянуто сутність Інтернет-технологій, вплив на діяльність підприємств сфери гостинності на прикладі використання інноваційних технологій в готельній мережі «Premier Hotel & Resorts». У роботі проводиться аналіз сучасних Інтернет-технологій, таких як веб-сайти, соціальні мережі, онлайн бронювання та інші. В результаті проведеного дослідження автором були зроблені висновки щодо важливості використання Інтернет-технологій, а також розроблені рекомендації для успішної інтеграції технологій.

Ключові слова : *Інтернет-технології, готельна мережа «Premier Hotel & Resorts», сфера гостинності.*

ANNOTATION

Kozarevska O. R. The use of modern Internet technologies in the activities of enterprises in the field of hospitality. - Manuscript.

Graduation qualification paper in specialty 242 Tourism, specialization "Tourism and Excursion Service". – National University of Ukraine on Physical Education and Sport, Kyiv. 2023.

The qualification work is devoted to the coverage of Internet technologies in the field of hospitality in Ukraine. The essence of Internet technologies, the impact on the activities of hospitality enterprises on the example of the use of innovative technologies in the "Premier Hotel & Resorts" hotel chain are considered. The work analyzes modern Internet technologies, such as websites, social networks, online booking, and others. As a result of the research, the author made conclusions about the importance of using Internet technologies, as well as developed recommendations for the successful integration of technologies.

Keywords: *Internet technologies, Premier Hotel & Resorts hotel chain, hospitality industry.*

ВСТУП

Актуальність теми. Використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності є актуальною темою, оскільки це дозволяє покращити якість обслуговування та збільшити прибуток підприємства. Зокрема, в період пандемії COVID-19, коли відбувається швидка цифрова трансформація всіх сфер життя, використання Інтернет-технологій стає ще більш актуальним.

Інтернет-технології дозволяють підприємствам сфери гостинності підвищувати ефективність рекламної кампанії, спрощувати процес бронювання та забезпечувати зручний сервіс для клієнтів. Окрім того, вони допомагають зменшити витрати на організацію діяльності, підвищуючи її ефективність та автоматизуючи багато процесів.

Таким чином, використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності є важливим і актуальним завданням для підвищення їх конкурентоспроможності та забезпечення якісного обслуговування клієнтів.

Апробацію кваліфікаційної роботи здійснено на Міжнародній науково-практичній конференції «Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації» 23 травня 2023 року у Національному університеті харчових технологій, на якій авторка виступила з доповіддю «Використання сучасних інтернет-технологій у сфері гостинності».

Ступінь розроблення теми. Досліджувана тема є дуже популярною, аналізувалася за різними кутами та має активні дослідження в останні роки.

На сьогодні, вчені та практики активно вивчають можливості використання Інтернет-технологій для поліпшення діяльності підприємств гостинності. Дослідження зосереджені на таких напрямках:

- розвиток онлайн-бронювання готелів та ресторанів;
- використання соціальних медіа для просування бізнесу;
- розробка мобільних додатків для зручного замовлення послуг;

- впровадження технологій розпізнавання облич для покращення процесу обслуговування;
- використання аналітики даних для розуміння потреб клієнтів та поліпшення їхнього досвіду.

Серед провідних зарубіжних дослідників цієї проблематики варто згадати таких:

–Стефен Хокінг (Stephen J. Page) – у своїй роботі «Tourism Management: Managing for Change» автор досліджує тенденції розвитку сучасних технологій та їх вплив на гостинний бізнес [63].

–Міхал Лукота (Michal Lukáč) – у своїй роботі «Application of Information and Communication Technologies in the Tourism Industry» автор розглядає використання сучасних технологій в туризмі та гостинній індустрії [61].

Аналіз робіт вищезгаданих авторів та інших дослідників свідчить про те що використання сучасних Інтернет-технологій є дуже важливим для розвитку підприємств сфери гостинності. Це дозволяє поліпшити якість обслуговування, забезпечити зручність для клієнтів та збільшити прибуток бізнесу. Дослідження показують, що використання соціальних медіа та мобільних додатків є особливо ефективними для залучення нових клієнтів та збереження старих. Тема досліджувалась також і вітчизняними науковцями: Є. Афонін [2], Л.М. Бабак [3], І.І. Гаєва [3], Ю. Бочарова [6], І.Г. Дейнеко [17], В.О. Крамаренко [28], О.В. Литовська, І.А. [28], Носенко [46], С.В. Жовнір [20], І.В. Левкович [32], Л.О. Кулинич [32], І.В. Івасенко [32] та багато іншими.

Проте, разом з тим, дослідники вказують на необхідність обережності та відповідального підходу до використання цих технологій. Зокрема, потрібно бути уважним до захисту персональних даних клієнтів та забезпечити безпеку транзакцій.

Отже, ступінь розроблення теми є досить високим, а роботи провідних дослідників дозволяють констатувати ефективність використання таких технологій для розвитку бізнесу в цій сфері.

Метою дослідження є висвітлення питань використання інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності в Україні.

Для реалізації поставленої мети в роботі ставилися і вирішувалися наступні **завдання**:

- визначити сутність, поняття та історичні аспекти використання Інтернет-технологій;
- дослідити види та можливості Інтернет-технологій;
- визначити напрями використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності;
- надати загальну характеристику діяльності готельної мережі «Premier Hotel & Resorts»;
- провести аналіз впровадження сучасних Інтернет-технологій у діяльність готельної мережі «Premier Hotel & Resorts»;
- виявити проблеми застосування Інтернет-технологій у сфері гостинності України;
- розробити рекомендації щодо впровадження Інтернет-технологій у діяльність підприємств готельного господарства.

Об'єктом дослідження є інноваційні технології у діяльності підприємств сфери гостинності.

Предметом дослідження є особливості використання інноваційних технологій в готельній мережі «Premier Hotel & Resorts».

Методи дослідження. Теоретичною основою дослідження є наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з питань використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності. У науковій роботі використано спеціальні методи дослідження: монографічний – при формуванні мети, завдань, предмету і об'єкту дослідження; структурно-логічний – при вивченні теоретичних аспектів стану використання інтернет-технологій в індустрії гостинності; аналізу та синтезу – при розробці заходів щодо подальшого напряму розвитку та майбутніх тенденцій у сфері використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери

гостинності; логічний метод – для аналізу результатів проведених розрахунків та формулювання висновків кваліфікаційного дослідження.

Теоретичне значення виконаного дослідження полягає в розширенні теоретичних основ наукових розвідок з питань використання інтернет-технологій у сфері гостинності.

Практичне значення виконаного дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані в освітньому процесі вищої школи для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 Туризм галузі знань 24 Сфера обслуговування, зокрема в контексті вивчення таких навчальних дисциплін, як: «Основи туризмознавства», «Спеціалізований туризм», «Інновінг у туризмі».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та джерел, додатків.

Робота викладена на 87 сторінках, у процесі її написання було опрацьовано 69 літературних джерел, з них 11 англійською мовою. Результати дослідження графічно систематизовано у 5 таблицях та 4 рисунках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

1.1. Сутність, поняття та історичні аспекти використання Інтернет-технологій

Готель – складна багатофункціональна організація, що надає широкий спектр різноманітних послуг. Перш за все, це послуги з розміщення, харчування, організації дозвілля, побутового обслуговування клієнтів. Для того, щоб готель працював як єдине ціле й гості були задоволені якістю послуг, що надаються, від усіх структур і служб готелю потрібна ефективна робота.

Під впливом процесу глобалізації відбувається безперервне зростання технологічних можливостей всіх сфер економічного і суспільного життя. Підприємства змушені вести боротьбу за споживача, шукати нові, більш ефективні форми комунікацій для просування і позиціонування своєї продукції на ринку [3].

Це дало поштовх тому, що інформаційні технології створили повноцінний ринок з власною інфраструктурою та обумовили появу такого специфічного роду діяльності, як інформаційна економіка. Велика кількість практичних розробок у сфері інформаційних технологій дає змогу прискорити окремі процеси підприємницької діяльності, що сприяє збільшенню показників ефективності підприємства та його конкурентних переваг. Однією з форм ефективної діяльності підприємства є мережа Інтернет, яку готельні господарства застосовують для оптимізації своєї маркетингової та іншої діяльності, пошуку нових методів і способів збуту і просування товарів.

Тому в умовах сучасного розвитку глобального, єдиного, загальносвітового інформаційного простору одним з основних чинників розвитку виступають нові Інтернет-технології.

Для визначення понять «Інтернет», «Інтернет-технології» необхідно розкрити сутність «інформаційних технологій».

Інформаційні технології засновані на обробці і зберіганні інформації. Інформаційні технології – це процес, який використовує сукупність засобів і методів збору, обробки і передачі даних (первинної інформації) для отримання інформації нової якості про стан об'єкта, процесу або явища (інформаційного продукту) [32].

Інтернет-технології – це сукупність технічних засобів та програмного забезпечення, які дозволяють користувачам обмінюватися інформацією та спілкуватися між собою через глобальну мережу Інтернет.

Сутність використання Інтернет-технологій полягає у тому, що вони дозволяють користувачам здійснювати різноманітні операції через глобальну мережу Інтернет. Інтернет-технології надають користувачам доступ до різноманітної інформації, можливість спілкуватися з іншими людьми, здійснювати онлайн-покупки, використовувати електронні банківські та фінансові послуги, відправляти та отримувати електронну пошту, вести дистанційну роботу, навчання та багато іншого.

Використання Інтернет-технологій є надзвичайно важливим для сучасного світу, оскільки вони дозволяють забезпечити швидку та ефективну комунікацію між людьми з усього світу, що своєю чергою сприяє розвитку міжнародної співпраці та сприяє розвитку глобальної економіки. Крім того, Інтернет-технології дозволяють покращити ефективність роботи в різних сферах, зменшити витрати на комунікації та забезпечити доступ до великої кількості інформації [2].

Однак, використання Інтернет-технологій також може мати й негативні наслідки, зокрема збільшення кількості шахрайств та кіберзлочинності, порушення приватності та безпеки в Інтернеті, залежність від Інтернету та соціальних мереж та інші проблеми. Тому важливо користуватися Інтернет-технологіями розумно та обережно, дотримуючись правил безпеки та етики в мережі.

Інтернет-технології мають значний вплив на сучасну культуру та соціальні відносини. Інтернет-технології дозволяють людям з різних країн та

культур спілкуватися та обмінюватися ідеями та думками. Інтернет став невіддільною частиною багатьох аспектів сучасного життя, включаючи комунікацію, навчання, розваги та бізнес [7].

Система інформаційних технологій, що використовуються в готельній індустрії, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення тощо.

Сьогодні інформаційні технології в готельній сфері застосовуються повсюдно. Завдяки вдосконаленню комп'ютерних технологій інформаційні системи стали точними, надійними і багатофункціональними. Комп'ютери й різні комп'ютерні системи дозволяють збільшити ефективність системи управління, підвищити безпеку гостей, розширити клієнтську базу готелю та вирішити низку маркетингових задач.

Щодо визначення Інтернет (Internet), то це мережа передачі даних, що має глобальну децентралізовану архітектуру, розвинені засоби адресації і передачі інформації на основі протоколів TCP/IP між іншими одно- та різнотипними мережами передачі даних, комп'ютерними системами і різноманітним термінальним (кінцевим) обладнанням, та забезпечує доступ до величезної кількості розподілених інформаційних ресурсів і різноманітних послуг [7].

У інших джерелах Інтернет визначається як сукупність комп'ютерів у всьому світі, з'єднаних один з одним через високошвидкісні мережі. Інтернет стає основним способом обміну культурами та передачі знань між людьми. Усі підключені комп'ютери та мережі обмінюються інформацією та користуються різноманітними службами.

У сучасному розумінні Інтернет – це надзвичайно складний технічний комплекс – Всесвітня павутина, що складається з різнорідних мереж, що охоплюють мільйони різних комп'ютерів, що мають сукупність колосальних інформаційних ресурсів і пов'язані між собою різноманітними лініями зв'язку:

телефонними проводами, оптоволоконними кабелями, супутниковими каналами та іншими.

Мережа Інтернет у діяльності готельних підприємств – це найпотужніша мультимедійна складова, яка дає змогу створювати загальнодоступну, надзвичайно інформаційно містку та порівняно з іншими інформаційно-технологічними системами дешеву й швидку інформаційну інфраструктуру.

Розглянувши різні трактування, сформовано наступне твердження: Інтернет – інфраструктура, мережі якої можуть надавати доступ до інформаційних ресурсів, послуг зв'язку (електронна пошта, інформаційне табло, комп'ютерні конференції, архіви даних, загальне програмне забезпечення, передача файлів тощо) [15].

Історія розвитку Інтернет-технологій починається з 1960-х рр., коли був створений перший комп'ютерний мережевий протокол ARPANET, який з'єднував декілька великих університетів та дослідницьких центрів у США. У 1990-х роках, з'явилася World Wide Web (WWW), яка стала популярною платформою для обміну інформацією та комунікації в Інтернеті. З того часу Інтернет-технології постійно розвиваються та вдосконалюються, що дозволяє користувачам здійснювати все більше та більше операцій у мережі.

Народження Інтернету та технологій на його основі тісно пов'язане з військовою діяльністю, за ініціативи уряду США на початку 60-х років ХХ ст. Парадокс створення інтернету полягає в тому, що він є породженням «холодної війни» і був задуманий та спроектований військовими з Пентагону та американськими вченими як така інформаційна мережа, що могла б витримати руйнівні наслідки очікуваного ядерного удару супротивника і не вийти з ладу [32].

З 1962 р. міністерство оборони США активно вкладало гроші в розробки технологій взаємодії між комп'ютерами. Завдяки цим дослідженням, в 1969 р., американськими військовими був створена локальна мережа – попередниця Інтернету. З 1972 р. функціонує електронна пошта. Переломним етапом у розвитку інтернет-технологій стали 90-ті рр. З винаходом у 1993 р. першого

браузера, передбачувані можливості Інтернету стали набувати глобальний характер (табл. 1.1). З'явилися численні телекомунікаційні оператори, компанії електронної торгівлі, розробники програмного забезпечення тощо.

Таблиця 1.1.

Хронологія розвитку Інтернет-технологій

Рік	Подія
1969	Створення ARPANET – першої комп'ютерної мережі
1971	Винахід електронної пошти
1983	Введення TCP/IP – стандарту передачі даних в Інтернеті
1990	Перший веб-сервер та веб-сторінка
1993	Створення пошукової системи Mosaic
1995	Заснування компанії Amazon.com та eBay
1998	Заснування Google та початок розробки пошукової системи
2001	Випуск першого смартфона
2004	Заснування Facebook
2005	Випуск YouTube
2007	Випуск першого iPhone та запуск Android
2010	Заснування Instagram
2011	Заснування Snapchat
2012	Заснування WhatsApp та Viber
2015	Випуск першого віртуального дисплею Oculus Rift
2016	Випуск Pokemon Go та запуск технології AR
2019	Запуск 5G мережі та розробка технології віртуального асистента AI

Джерело: систематизовано автором.

Це лише декілька знакових подій у розвитку Інтернет-технологій, історія яких була вирішальною для формування сучасного Інтернету та нашого цифрового світу.

Загалом, Інтернет-технології стали невід'ємною частиною сучасного світу та мають великий вплив на різні сфери життя, включаючи освіту, бізнес, медіа, культуру та соціальні відносини. Інтернет-технології дозволяють людям зберігати та обмінюватися інформацією, спілкуватися з іншими людьми та

виконувати різноманітні завдання за допомогою комп'ютерів та мобільних пристроїв.

Однією з головних переваг використання Інтернету є можливість швидкої та зручної комунікації. Люди можуть спілкуватися між собою за допомогою електронної пошти, текстових повідомлень, голосових та відео дзвінків, а також через соціальні мережі та інші онлайн платформи. Це значно полегшує спілкування на відстані та зменшує час, необхідний для обміну інформацією [20].

Інтернет також забезпечує доступ до великої кількості інформації на різні теми, що може бути корисним для навчання, дослідження та розвитку професійних навичок. Онлайн курси та тренінги дозволяють людям отримувати нові знання та навички з будь-якого місця та в будь-який час.

Інтернет також став важливим інструментом для бізнесу. Електронна комерція дозволяє компаніям продавати товари та послуги в Інтернеті та залучати нових клієнтів з усього світу. Також з'явилися нові форми бізнесу, такі як фріланс та робота на відстані, що дозволяють людям працювати з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету.

Однак, використання Інтернет-технологій також має свої недоліки та ризики. Один з головних ризиків – це проблема кібербезпеки. В Інтернеті існує ризик злому комп'ютерів, вірусів та інших шкідливих програм, що можуть спричинити втрату конфіденційної інформації, грошей та інших цінних активів.

Інтернет також може впливати на соціальні відносини та ментальне здоров'я людей. Використання соціальних мереж може привести до залежності від них та зниження якості реального життя. Також можуть виникати проблеми зі здоров'ям внаслідок сидіння перед комп'ютером або мобільним пристроєм тривалий час.

Окрім того, використання Інтернету може мати вплив на культуру та мову людей. Наприклад, через використання скорочень та інтернет-сленгу

можуть з'являтися нові форми мовлення, що можуть бути важкими для розуміння для інших людей [14].

Усі ці ризики та недоліки не означають, що Інтернет-технології потрібно уникати. Натомість, потрібно забезпечити належний рівень кібербезпеки, бути обережними при використанні Інтернету та зберігати баланс між використанням технологій та реальним життям.

У цілому, Інтернет-технології мають великий вплив на наше життя та продовжують розвиватися, що відкриває нові можливості та виклики.

У наші дні, Інтернет-технології знайшли своє застосування у всіх сферах життя сучасного суспільства, в першу чергу – у інформаційному середовищі, згодом й у сфері гостинності.

Інтернет-технології – один із видів інформаційних технологій, що являються ефективним важелем у діяльності підприємства.

Інтернет-технології – це комплекс взаємо-пов'язаної наукової, технологічної, виробничої і комунікаційної діяльності з накопичення, управління, зберігання і передачі інформації за даними алгоритмами на значні відстані за короткий проміжок часу.

Існує значна кількість підходів до трактування інтернет-технологій, що характеризують здатність Інтернету передавати інформацію та дані через різні сервери та системи (рис.1.1).

Інтернет-технології важливі в готельній галузі, оскільки завдяки технологіям, що забезпечують роботу Інтернету, швидкість стає вищою, доступною є більше інформації та виконуються різні процеси, які були неможливі в минулому. Інтернет-технології змінили і продовжуватимуть змінювати спосіб ведення бізнесу в світі та взаємодію людей у повсякденному житті.

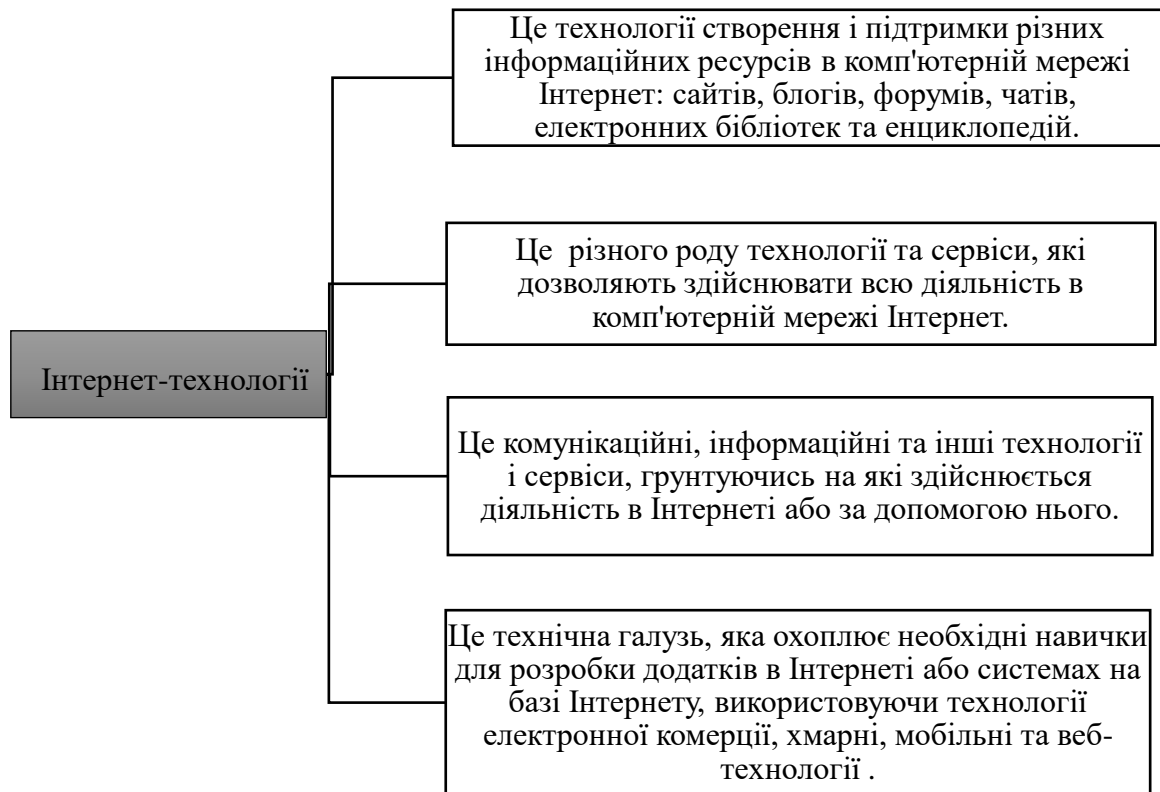


Рис. 1.1. Підходи до визначення поняття «Інтернет-технології»

Джерело: [12].

Інтернет-технології в готельному господарстві – це технології, які спрямовані на докорінне перетворення і оновлення продукту, механізму його просування та реалізації з метою досягнення економічного, соціального, екологічного або іншого ефекту, за допомогою мережі Інтернет.

В основі Інтернет та Інтернет-технологій лежать гіпер тексти і сайти, що розміщуються в глобальній мережі Інтернет або в локальних мережах електронно-обчислюваних машин (далі – ЕОМ).

Гіпер тексти – це тексти зі гіперпосиланнями на інші гіпер тексти, розміщені в Інтернет або локальній мережі ЕОМ. Для запису гіпер текстів використовується мова розмітки гіпер текстів Hypertext Markup Language (далі – HTML) – це код, який використовується для структурування та відображення веб-сторінки та її вмісту, який сприймається всіма браузерами на всіх персональних комп'ютерах [9].

Інтерактивні сайти – це сайти, в яких використовуються інтерактивні гіпертекстові підпрограми, що дозволяють вести діалог з користувачами ЕОМ, підключених до мережі ЕОМ.

Тобто, широке використання Інтернет-технологій обробки та передачі інформації дозволяє створити сучасний та зручний продукт для підприємств готельного бізнесу, що спрямований не лише на збільшення прибутку, а й утримування конкурентних позицій на ринку та завоювання прихильності гостя.

Таким чином, визначено, що Інтернет – це широко розповсюджена інформаційна інфраструктура, початковий прототип того, що часто називають національною (чи глобальною, чи галактичною) інформаційною інфраструктурою та Інтернет-технології – це комунікаційні, інформаційні та інші технології і сервіси, ґрунтуючись на які здійснюється діяльність в Інтернеті або за допомогою нього. Інтернет-технології в готельних господарствах – це нововведення, що збільшують конкурентоспроможність підприємства.

1.2. Види та можливості Інтернет-технологій

Актуальність Інтернет-технологій в наш час важко переоцінити. Інтернет став не тільки основним джерелом інформації, а й незамінним інструментом для взаємодії та комунікації з людьми по всьому світу. Технології Інтернету змінили наш спосіб життя, праці та дозвілля, зробили можливими нові види бізнесу та створили безліч нових робочих місць.

Ось кілька конкретних прикладів актуальності Інтернет-технологій:

- Освіта: Інтернет-технології дозволяють отримувати освіту на відстані, здійснювати самостійну навчання та отримувати доступ до безлічі навчальних ресурсів.

- Робота: Інтернет-технології дозволяють працювати з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету, спілкуватися з колегами та клієнтами по всьому світу та забезпечувати безпечний обмін даними та інформацією.

– Бізнес: Інтернет-технології дозволяють створювати та розвивати бізнес в Інтернеті, просувати продукти та послуги через різні канали маркетингу та забезпечувати безпечний електронний платіж.

– Медицина: Інтернет-технології дозволяють забезпечувати дистанційну медичну консультацію, використовувати телемедицинські технології для діагностики та лікування та зберігати медичну інформацію в безпечному обліковому записі [12].

– Спілкування та розваги: Інтернет-технології дозволяють спілкуватися з друзями та розважатися.

– Електронна комерція: Інтернет-технології дозволяють здійснювати покупки онлайн, знаходити найкращі ціни та акції, отримувати знижки та купони на покупки.

– Подорожі: Інтернет-технології дозволяють забронювати готелі, квитки на транспорт, знаходити найкращі маршрути та визначати місця для відпочинку та розваг.

– Наука та дослідження: Інтернет-технології дозволяють проводити наукові дослідження та збирати дані в режимі реального часу, співпрацювати з колегами по всьому світу та ділитися результатами своєї роботи.

– Політика та громадянське суспільство: Інтернет-технології дозволяють підвищувати обізнаність громадськості про події в країні та світі, обмінюватися думками та ідеями, організовувати петиції та акції на підтримку різних проблем та ініціатив.

– Культура та мистецтво: Інтернет-технології дозволяють розповсюджувати твори мистецтва, відкривати нові художників та музикантів, ділитися своїми творами та знаходити нових шанувальників своєї творчості.

Отже, Інтернет-технології мають величезний потенціал у багатьох сферах життя та можуть принести значну користь людям. Важливо при цьому пам'ятати про безпеку та захист даних, а також про використання Інтернету з метою підвищення якості життя та розвитку людства [13].

Впровадження інтернет-технологій відкриває нові можливості у діяльності готельних підприємств.

Нині найчастіше застосовуваними Інтернет-технологіями є засоби для робочого обміну та роздачі відомостей (текстові, звукові, відео, електронна пошта) та засоби для створення та підтримки інформаційних ресурсів у всесвітньому павутинні.

Інтернет-технології – це широке поняття, яке охоплює різні види технологій та інструментів для роботи та комунікації в Інтернеті. Ось деякі з найбільш поширених видів Інтернет-технологій та їх можливості:

Веб-браузери: це програми, що дозволяють користувачам переглядати та навігувати в Інтернеті. Вони дозволяють відкривати веб-сторінки, взаємодіяти з різними веб-додатками та здійснювати пошук в Інтернеті.

Пошукові системи: це інструменти, які дозволяють користувачам знаходити веб-сторінки та іншу інформацію в Інтернеті за допомогою ключових слів та фраз.

Електронна пошта: це електронна система передачі повідомлень, що дозволяє користувачам відправляти та отримувати повідомлення, додавати файли та інші додатки.

Соціальні мережі: це платформи, що дозволяють користувачам створювати профілі, ділитися вмістом та взаємодіяти з іншими користувачами в Інтернеті.

Месенджери: це програми, що дозволяють користувачам взаємодіяти один з одним в режимі реального часу за допомогою текстових повідомлень, аудіо та відеодзвінків [14].

Хмарні технології: це технології, що дозволяють користувачам зберігати та обробляти дані в Інтернеті, замість того, щоб зберігати їх на власному комп'ютері.

Віртуальна реальність: це технологія, яка дозволяє користувачам переживати віртуальні світи.

Відеозв'язок: це технологія, що дозволяє користувачам спілкуватися один з одним за допомогою відеозв'язку.

Електронні оплати: це технології, що дозволяють користувачам здійснювати електронні платежі в Інтернеті.

Інтернет-маркетинг: це набір технологій та методів, що дозволяють бізнесу використовувати Інтернет для маркетингової діяльності.

Клод-сервіси: це технології, що дозволяють користувачам отримувати доступ до різних програм та сервісів через Інтернет, не встановлюючи їх на власний комп'ютер.

Блокчейн-технології: це технології, що дозволяють зберігати та передавати дані в Інтернеті у безпечному та захищеному від підробки форматі [7].

Інтернет-додатки: це програми, що дозволяють користувачам здійснювати певні операції в Інтернеті, такі як редагування документів, створення презентацій, робота з електронною поштою та інші.

Можливості Інтернет-технологій безмежні та постійно зростають. Вони дозволяють користувачам знаходити інформацію, взаємодіяти з іншими людьми, робити покупки, займатися розвагами та багато іншого. Інтернет-технології стають все більш невід'ємною частиною нашого повсякденного життя та продовжують розвиватися, щоб задовольняти потреби користувачів.

Інформаційний вид інтернет технологій можна зарахувати до списку найнеобхідніших, тому що тут можна отримати різноманітну інформацію. Підвидами його вважають ЗМІ, портали, блоги, пошукові системи.

Наявність інформаційних готельних порталів та каталогів дає змогу отримати оперативну інформацію щодо будь-якого готельного підприємства, напрямів його діяльності та іншу інформацію.

На рис. 1.2 представлено основні види Інтернет-технологій.

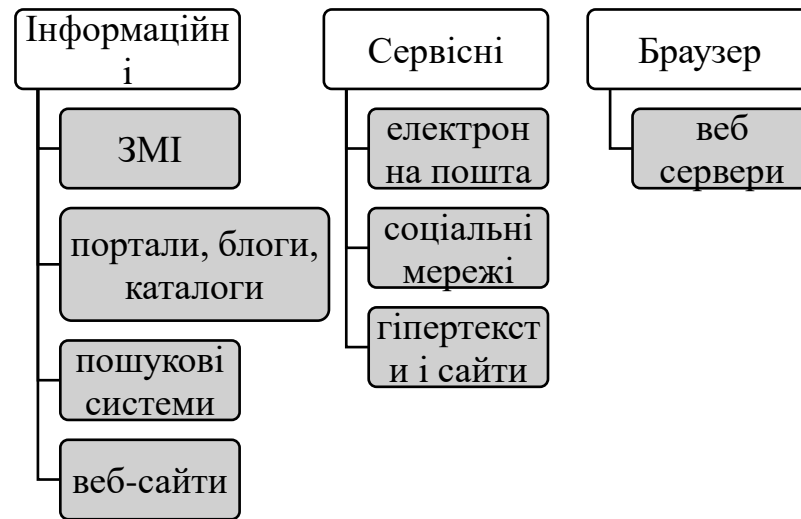


Рис. 1.2. Основні види Інтернет-технологій

Джерело: [32].

Веб-сайти готельних підприємств дають можливість отримати офіційну інформацію, ознайомлюють з останніми новинами та тенденціями розвитку послуг, за допомогою власного веб-сайту готель може значно розширити напрями своєї діяльності.

Якісно розроблений і зручний в користуванні веб-сайт дає можливість компанії збільшити кількість клієнтів, а сучасні технології дозволяють збирати дані про користувача й налаштовувати сайт відповідно до його потреб. Споживачі послуг індустрії гостинності часто користуються інформацією, розміщеною в мережі інтернет, для огляду закладів розміщення, харчування, туристичних об'єктів, самостійного бронювання авіаквитків, готелів, автомобілів та турів, які можуть сформувати самостійно відповідно до своїх уподобань. Крім того, вони мають можливість постійно отримувати нову інформацію про тури, програми лояльності, політичну та економічну ситуацію в країнах до яких планують здійснити подорож тощо.

Ведення блогів. Блог – це інтерактивна форма для публікації різного вмісту в Інтернеті, онлайн-щоденник, інтернет-щоденник, по суті це записи, які регулярно додаються в мережу, що містять зображення, текст або мультимедіа. Існує безліч сайтів і інструментів, що дозволяють користувачам легко і швидко створювати свої безкоштовні блоги [46].

Відео і підкастинг – одна з найбільш широко поширених Інтернет-технологій, яка може використовуватися як для розваги, так і для просування бізнесу у різноманітних інтерактивних презентаціях. Подкастинг (англ. podcasting, від iPod і англ. broadcasting або personal on demand broadcasting – повсюдне мовлення, широкомовлення) – процес створення і поширення звукових або відеофайлів-подкастів. За формою подкасти схожі на радіо – або телепередачі, що існують у вигляді файлів, які завантажуються за допомогою інтернету на пристрій користувача і програвються офлайн у зручний для слухача час і в будь-якому місці. По суті – це потокова передача відео і звуку. Прикладом можуть служити різні живі звукові журнали, веб-радіо, різні хостинги відеоресурсів, такі як You-Tube.

Пошукові системи, перш за все, використовуються не для просування, а для допомоги у пошуку необхідної інформації. Вони розроблені для користувача і для його комфорту, що постійно збагачуються новими сервісами. Завдання фахівців з пошукової оптимізації – використовувати можливості пошукових систем з вигодою для просування Інтернет-проєкту.

Найкращим прикладом сервісних послуг є Google, яка надає користувачам Інтернету безліч послуг. До них належать пошта та соціальні мережі [23].

Слід зазначити, що одним із ефективних інструментів просування послуг індустрії гостинності, який забезпечує підприємствам оперативний зв'язок з потенційними клієнтами, сприяє зниженню витрат та зростанню прибутку є соціальні мережі. Популярність соціальних мереж помітно зростає серед інтернет-користувачів, їх використання дає змогу залучати значну аудиторію споживачів.

Соціальні мережі – це онлайн сервіс, платформа або сайт, які сфокусовані на побудові зв'язків між людьми, які об'єднуються спільними інтересами, діяльністю, захопленнями і т. п. Кожен користувач мережі зазвичай має профайл з інформацією про себе, свої інтереси, соціальні зв'язки, а також різні сервіси. Профайл (від англ. Profile), або профіль – особиста

сторінка кожного зареєстрованого учасника, де він має право публікувати будь-яку інформацію, крім той, яка порушує правила її розміщення.

Для успішного просування послуг у соціальних мережах суб'єктам господарювання готельної індустрії доцільно правильно вибирати цільову аудиторію, створювати унікальний контент сторінки, адаптувати свої послуги відповідно до потреб споживачів [13].

Провідні соціальні мережі зазвичай доступні кількома мовами і дозволяють користувачам спілкуватися в середовищі не обмеженому географічними кордонами, політичними й економічними умовами. Основною мотивацією споживачів соціальних мереж є пошук відповідної інформації. Лідуючу позицію серед соціальних мереж займає Facebook, (основна платформа), WhatsApp, Facebook Messenger та Instagram.

Електронна пошта відноситься до засобів віддаленого доступу. Це один з режимів, що надаються комп'ютерними мережами. Електронна пошта дозволяє обмінюватися текстовими та графічними повідомленнями. Відстань між користувачами ролі не грає і може варіюватися від декількох метрів до декількох тисяч кілометрів, в залежності від використовуваних ліній зв'язку: супутникової, кабельної і т. д. В електронному листі можна застосовувати цифровий підпис та шифрування. Характерна риса e-mail – вона діє в режимі off-line.

Найновішою з web-розробок є браузері або оглядачі, які дають можливість відвідувати будь-який інтернет-ресурс у зручній формі, таких як веб-сервіси.

Прикладом веб-серверу являється система Nimeta порівняно новий продукт, призначений для малих і середніх готелів. Робота системи Nimeta надає можливість оренди і використання системи управління за допомогою Internet-технологій. Ця технологія полягає в тому, що дані про готель і, власне сама програма системи управління готелем, знаходяться поза готелем на спеціально відведеному сервері. Такий сервер знаходиться в обладнаному

сервіс-центрі Internet-провайдера. Таким чином, для підключення і використання системи Nimeta досить просто мати комп'ютер і вихід в Internet.

Одже, Інтернет-технології мають величезний вплив на сучасне суспільство та діяльність людей у різних сферах життя. Завдяки їм можливо швидко та легко отримувати доступ до інформації, спілкуватися з людьми з усього світу, здійснювати покупки та оплату послуг онлайн, використовувати хмарні сервіси та інше.

Таким чином, можна зробити висновок, що Інтернет-технології мають значний потенціал для розвитку різних сфер життя та покращення якості життя людей, але при цьому потрібно забезпечувати безпеку та захист користувачів від негативних наслідків використання цих технологій.

1.3. Напрями використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності

Сучасні Інтернет-технології, системи та мережі дають змогу ефективно реалізовувати такі функціональні напрями діяльності в галузі готельного господарства (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Напрями використання можливостей мережі Інтернет у діяльності підприємств готельного господарства

Напрями	Засоби Інтернету	Цільові групи
Моніторинг ринку готельних послуг (дослідження потреб споживачів, аналіз діяльності конкурентів)	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 ділового зв'язку	Власний веб-сайт; e-mail; спеціальні програми обміну	Партнери, потенційні споживачі, реальні покупці

Джерело: [23].

Серед основних аспектів, які спонукають підприємства до впровадження Інтернет-технологій можливо виділити наступні:

- географічна віддаленість споживачів від місця реалізації готельних продуктів (послуг) та доступність Інтернету для них;
- динамічне розповсюдження інтернет-технологій, що супроводжується покращенням технічної якості та здешевленням технічних засобів;
- стрімкий розвиток мобільного маркетингу, розроблення адаптивності до різних видів мобільних засобів, сприяння мобільних операторів цьому процесу;
- поява кваліфікованих кадрів, здатних забезпечити якісну розробку Інтернет-ресурсів з подальшим їх моніторингом та модернізацією.

Застосування різноманітних Інтернет-технологій у діяльності сучасних підприємств є передумовою прогресивного розвитку та каталізатором ефективності функціонування, адже безперервне вдосконалення та постійне осучаснення ділової активності підприємств сфери гостинності забезпечують отримання відповідних економічних вигід [17].

Згідно з рис. 1.3, Інтернет-технології є ефективними та не вимагають значних витрат часу. До того ж вагомими перевагами є незалежність від робочого місця та миттєва доставка великого обсягу даних у будь-яке місце.

Доцільно визначити основні переваги застосування Інтернет-технологій діяльності підприємств.

Вагомою перевагою Інтернет-технологій є висока оперативність, адже потенційний споживач має можливість придбати готельну послугу безпосередньо в будь-якому місці за наявності підключення до мережі Інтернет.

Наступною з переваг застосування Інтернет-технологій готельними підприємствами є легкість та доступність професійної інформації, що є значним важелем ефективної діяльності комплексу на ринку сфери готельних послуг. Будь-який сучасний готель, навіть без урахування неспецифічних послуг, являє собою складний комплекс функціональних ланок, від злагодженості роботи яких залежить успішність існування підприємства на ринку.

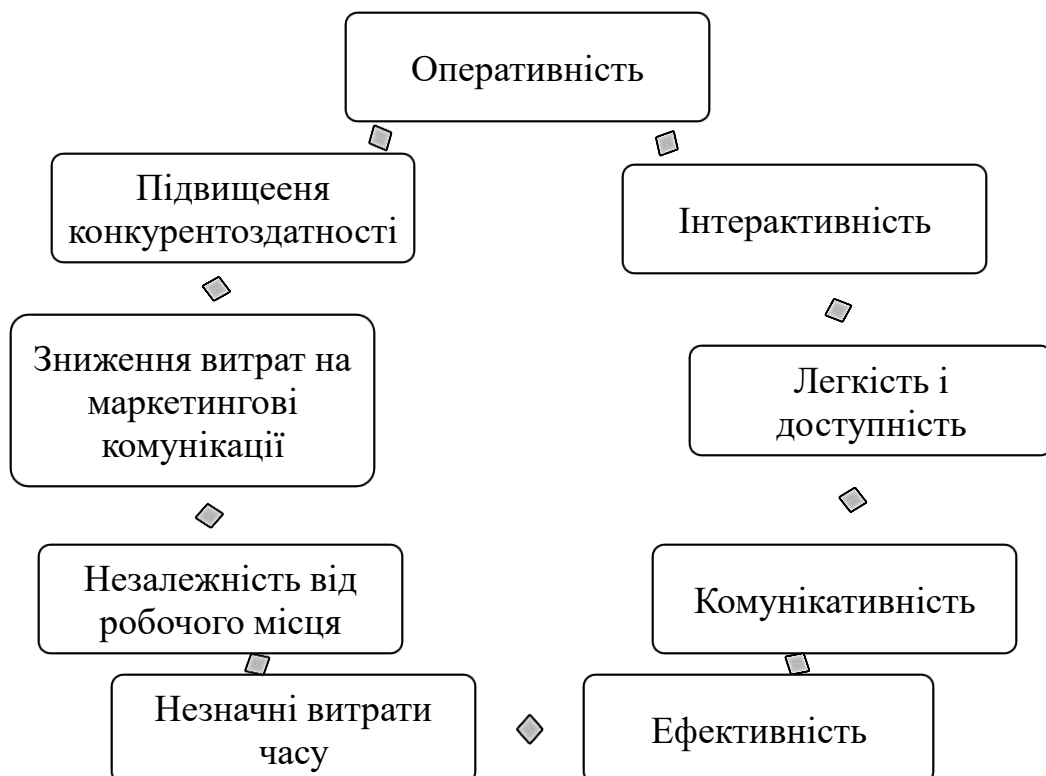


Рис. 1.3. Переваги застосування Інтернет-технологій у готельній індустрії

Джерело: [14].

Мережа Інтернет дає змогу розширити простір інформування про наявність готелю та його послуги, водночас направляючи інформацію як цільовим групам, так і широкій аудиторії [20].

За допомогою дистанційного режиму взаємодія між продавцем і покупцем може проводитися на великій відстані та в режимі реального часу. Інтернет-технології дозволяють створювати відеоконференції, чати, електронні пошти, тощо. Якщо ж у продавця немає можливості постійно знаходитися в мережі інтернет, можлива реалізація сайту компанії, за допомогою засобів програмування, який буде працювати в автономному режимі: збирати замовлення, оформляти операції, відповідати на питання, тобто відвідувач завжди зможе отримати потрібну йому інформацію або продукт.

За рахунок індивідуального підходу до кожного споживача, який реалізується за допомогою інтернет-технологій, підприємство може знизити витрати на маркетингові комунікації, тим самим не витрачаючи кошти даремно на віртуальних споживачів, зосередившись на реальних споживачах, які зацікавлені в даному продукті даної компанії.

Водночас, застосування інноваційних технологій в роботі готелю, підвищує його конкурентоздатність, якість надаваних послуг, що позитивно впливає на імідж підприємства, збільшуючи потік постійних клієнтів, що відповідно гарантує отримання прибутку підприємством [4].

Реалізація готельної продукції за допомогою використання сучасних Інтернет-технологій значно полегшує процес комунікації з потенційними споживачами, що активно користуються Інтернетом. На даний час використання інтернет-технологій у готельному бізнесі є запорукою не лише успішного розвитку комерційної діяльності, але й основою підтримки рівня власної конкурентоспроможності на ринку.

Сучасні Інтернет-технології стали невід'ємною частиною діяльності підприємств сфери гостинності. Вони дозволяють покращити якість обслуговування клієнтів, збільшити кількість бронювань та покупок,

підвищити ефективність рекламних кампаній та забезпечити більш ефективний контроль над бізнес-процесами. Основні напрями використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності включають:

Резервування та продаж онлайн. Клієнти можуть легко здійснити бронювання готелю, ресторану, відпочинку або іншого виду послуги через Інтернет. Підприємства можуть також збільшити кількість бронювань та продажів, використовуючи різні онлайн-сервіси та соціальні мережі.

Мобільний доступ. Спеціальні мобільні додатки дозволяють клієнтам бронювати та оплачувати послуги, переглядати меню ресторанів та кафе, замовляти доставку їжі та багато іншого.

Віртуальна реальність та доповнена реальність. Застосування технологій віртуальної та доповненої реальності дозволяє підприємствам створювати унікальні інтерактивні враження для клієнтів, наприклад, пропонуючи віртуальні екскурсії по готелях та музеях, показуючи віртуальні тури по кухнях ресторанів тощо.

Соціальні медіа. Підприємства можуть використовувати соціальні медіа для підвищення своєї онлайн-присутності та залучення нових клієнтів, наприклад, створювати рекламні кампанії, конкурси та інші заходи, щоб залучити увагу своєї цільової аудиторії.

Автоматизація бізнес-процесів. Інтернет-технології дозволяють автоматизувати бізнес-процеси, такі як управління складом, бронювання, продаж та облік фінансів. Це дозволяє підприємствам знизити витрати на персонал та підвищити ефективність використання ресурсів.

Аналітика та біг-дата. Підприємства можуть використовувати інструменти аналітики та біг-дата для отримання цінної інформації про своїх клієнтів, їхні потреби та побажання. Це дозволяє підприємствам підлаштувати свої послуги та пропозиції під потреби своєї аудиторії та підвищити рівень задоволення клієнтів.

Відео- та веб-конференції. У зв'язку з пандемією COVID-19 відео- та веб-конференції стали дуже популярними серед підприємств сфери гостинності. Вони дозволяють проводити зустрічі з клієнтами, колегами та партнерами дистанційно, що зберігає час та ресурси [6].

Розвиток мобільних додатків. Мобільні додатки є дуже популярним інструментом у сфері гостинності, оскільки вони дозволяють клієнтам швидко та легко замовити послуги та продукти, знайти необхідну інформацію про підприємство, отримати промокоди та знижки тощо. Мобільні додатки також дозволяють підприємствам збирати важливі дані про своїх клієнтів, їхні побажання та потреби [3].

Розвиток соціальних медіа. Соціальні медіа є ефективним інструментом для залучення нових клієнтів та підтримки зв'язку з поточними. Сучасні соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Twitter, дозволяють підприємствам створювати бренд-імідж, рекламувати свої послуги та продукти, взаємодіяти зі своїми клієнтами та відстежувати їхні відгуки. Facebook – це найбільша соціальна мережа, яка заснована у 2004 році Марком Цукербергом. Користувачі можуть створювати свій профіль, додавати друзів, ділитися фотографіями та відео, обговорювати теми у групах та публікувати статуси. Facebook також надає можливість рекламувати товари та послуги, співпрацювати з бізнес-сторінками та проводити онлайн-конференції. Instagram – це популярна фото- та відео-соціальна мережа, заснована у 2010 році Кевіном Сістромом та Майком Крігером. Користувачі можуть створювати свій профіль, додавати фотографії та відео, використовувати хештеги, обговорювати та взаємодіяти з публікаціями інших користувачів. Instagram також надає можливість створювати інтерактивні сторіз та проводити рекламні кампанії. Twitter – це соціальна мережа, яка заснована у 2006 році Джеком Дорсі. Twitter дозволяє користувачам створювати повідомлення, які називаються твітами, обмінюватися ними з підписниками та читати твіти інших користувачів. Twitter також надає можливість використовувати хештеги, відстежувати тенденції, проводити рекламні

кампанії та публікувати короткі відео. Twitter широко використовується для публікації новин та актуальних подій.

Використання інтерактивних технологій. Використання інтерактивних технологій, таких як віртуальна реальність та доповнена реальність, дозволяє підприємствам створювати унікальні та незабутні враження для своїх клієнтів. Наприклад, готелі можуть пропонувати віртуальні тури по своїх номерах та об'єктах, а ресторани – інтерактивні меню з фото та описом страв [2].

Використання системи лояльності. Система лояльності дозволяє підприємствам залучати нових та зберігати поточних клієнтів, підтримуючи з ними постійний зв'язок та надаючи різноманітні привілеї та знижки. Технології, такі як програми лояльності, електронні карти та бонусні системи, дозволяють підприємствам збирати важливі дані про своїх клієнтів та забезпечувати їхнє задоволення від відвідування [20].

Використання хмарних технологій. Хмарні технології дозволяють підприємствам зберігати та обробляти великі обсяги даних про своїх клієнтів та роботи підприємства, забезпечуючи доступ до них з будь-якого пристрою та з будь-якої точки світу. Це дозволяє підприємствам швидко та ефективно керувати своєю діяльністю, робити аналіз та прогнозування продажів та сприяє зменшенню витрат на обслуговування та зберігання даних.

Використання віртуальної реальності. Віртуальна реальність дозволяє підприємствам готельної та ресторанної галузі створювати унікальні та запам'ятовуючі враження для своїх клієнтів. Наприклад, готелі можуть створювати віртуальні тури по своїх об'єктах та номерах, а ресторани – віртуальні дегустації та кулінарні майстер-класи.

Використання сучасних Інтернет-технологій дозволяє підприємствам сфери гостинності покращити якість обслуговування та ефективність бізнес-процесів, а також залучити більше клієнтів та збільшити прибуток. Тому це невід'ємна складова успішної діяльності підприємств у цій галузі. Найбільш вдалою стратегією є комплексне використання різноманітних інструментів та

технологій, що дозволяє досягнути максимального ефекту та задоволення потреб клієнтів.

Таким чином, сучасні Інтернет-технології мають великий потенціал для застосування в сфері гостинності та можуть допомогти підприємствам підвищити ефективність своєї діяльності, залучати нових клієнтів та покращувати якість обслуговування. Крім того, вони можуть допомогти зменшити витрати на обслуговування та зберігання даних, оптимізувати бізнес-процеси та збільшити прибуток.

Однак, для успішного використання сучасних Інтернет-технологій в сфері гостинності, підприємства повинні мати чіткий та детальний план використання технологій, враховуючи особливості свого бізнесу та потреби своїх клієнтів. Також важливо забезпечити надійність та безпеку інформації, яка передається та зберігається за допомогою Інтернет-технологій [4].

Отже, використання сучасних Інтернет-технологій є невід'ємною складовою успішної діяльності підприємств сфери гостинності. Ці технології дозволяють підвищити ефективність бізнесу, залучати нових клієнтів та покращувати якість обслуговування, що є ключовими факторами для розвитку успішного бізнесу в сучасному світі.

Таким чином, у розділі 1 автором розкрито сутність, поняття інтернету та інтернет-технологій. З'ясовано, що також проаналізовано напрями використання підприємств сфери гостинності на основі досліджень теоретичних аспектів використання сучасних інтернет-технологій у сфері гостинності та можливо зробити наступні висновки:

Визначено, що інтернет – це широко розповсюджена інформаційна інфраструктура, початковий прототип того, що часто називають національною (чи глобальною, чи галактичною) інформаційною інфраструктурою. Натомість інтернет-технології – це комунікаційні, інформаційні та інші технології і сервіси, ґрунтуючись на які здійснюється діяльність в Інтернеті або за допомогою нього. Його історія складна і включає багато аспектів – технологічні, організаційні та громадські. І його вплив поширюється не лише

на технічні галузі комп'ютерних комунікацій, але й на все суспільство, оскільки ми рухаємося до збільшення використання онлайн-інструментів для здійснення електронної торгівлі, отримання інформації та діяльності спільноти.

Інтернет-технології в готельних господарствах – це нововведення, що збільшують конкурентоспроможність підприємства.

Впровадження Інтернет-технологій дає змогу підприємствам суттєво скоротити час на обслуговування гостей, забезпечити резервування в режимі он-лайн, знизити собівартість послуг та ін. Застосування різноманітних інструментів Інтернет-технологій готельними підприємствами є одним із найбільш актуальних напрямів просування готельної продукції та підтримання комунікаційного зв'язку зі споживачами.

Таким чином, охарактеризовано основні види Інтернет – технологій, до яких належить сайти у всьому їх розмаїтті, а також: чати, пошта, Інтернет-магазини, форуми, що організовано за певними методам в згоді з певними правилами на базі певних технічних засобів (мереж) і програм.

РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ «НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «PREMIER HOTEL & RESORTS»

2.1. Характеристика організаційно-економічної діяльності готельної мережі «Premier Hotel & Resorts»

Оскільки інтернет технології у сьогоденні активно використовуються у всіх сферах діяльності для їх розгляду звернемося до готельної мережі, яка активно впроваджує інтернет-технології. Premier Hotel & Resorts» – перший український готельний оператор, заснований у 2003 році. Першими об'єктами мережі стали 2 готелі: Premier Palace Hotel (Київ) та «Ореанда» (Ялта). Генеральний директор – Олег Болотов. Найбільші об'єкти мережі – Premier Palace Hotel, Premier Hotel Rus, Premier Hotel Lybid – у Києві, Premier Hotel Dnister – у Львові [56].

Станом на 2022 рік до мережі входять 17 об'єктів готельної нерухомості категорій 3, 4 та 5 зірок, сумарний номерний фонд – близько 2100 номерів. Всі готелі об'єднані єдиним стандартом сервісу. Незважаючи на те, що готелі об'єднані загальним стандартом компанії, кожен з них намагається зберегти свою індивідуальність і стиль обслуговування, а також намагається дотримуватися відносної самостійності в прийнятті рішень за деякими позиціями підприємства. Подібна форма діяльності дозволяє охарактеризувати готель як частину готельної мережі та як окреме підприємство одночасно [56].

У додатку А представлено логотип готельної мережі «Premier Hotel & Resorts».

Компанія має власну вищу школу готельного бізнесу – комплекс програм для навчання та розвитку персоналу та менеджменту готелів. До складу компанії також входить підрозділ «Premier Hospitality Consulting», який надає комплексні консультаційні послуги з питань побудови та управління готельним бізнесом, а також підготовку та навчання готельного персоналу.

Мережа розвиває три бренди: Premier Compas Hotels, в який входять двозіркові готелі економ-класу. Мережа розвивається за франшизою Premier Hotels, до якого входять готелі бізнес-класу, розташовані в центрах міст.

Premier Palace Hotels, до якого входять готелі, «спрямовані на вибагливих відвідувачів» [56].

Раніше мережа розвивала бренд Accord Hotels, до якого входили тризіркові готелі середнього класу. Основними характеристиками готелів даного бренду були орієнтація на бізнес-послуги та потреби бізнесменів, організація та проведення заходів різного формату та ін. Мережа розвивалася рахунок приєднання готелів за умов франчайзингу чи контрактного управління.

Основна діяльність мережі – управління готелями (як входять у мережі, і незалежними), і навіть консультаційна і технічна підтримка готельних об'єктів. Крім того, компанія також розвиває курортний напрямок, вкладає ресурси в реконструкцію об'єктів. Наприкінці 2003 року у Мукачеві відкрився готель «Стар». У лютому 2004 року в Одесі відкрився готель «Лондонський». У 2005 році до мережі приєднався готель Premier Hotel Dnister у Львові. Пізніше було проведено часткову реконструкцію готелю. 2006 року компанія запустила готель Premier Hotel Cosmopolit у Харкові. 18 жовтня 2007 року мережа підписала договір із харківською компанією «ХоДоС» про управління чотиризірковим готелем Premier Hotel Aurora. Готель був введений в експлуатацію 20 серпня цього року [56].

Компанія «Козирна карта» наприкінці жовтня 2009 р. відкрила арт-готель «Баккара» у Києві, що потрапив під управління Premier Hotels and Resorts. У цьому ж році було створено бренд Accord Hotels. Пізніше VS Energy інвестував близько 300 млн доларів у цю мережу. На момент 2009 року до цієї мережі входили п'ять готелів.

У 2010 році мережа розробила програму «Щасливий світ», суть якої полягає у включенні готелів мережі до процесів екологізації. У цьому ж році

на сторінках мереж Premier Hotels та Accord Hotels у Facebook було впроваджено модуль онлайн-бронювання [56].

У вересні 2011 р. компанія домовилася з групою Development Construction Holding про управління готелем Kharkiv Palace. Також компанія взяла в управління готель «Сапфір» в Олександрії, який увійшов до складу мережі Accord Hotels. У липні компанія почала претендувати на роль стратегічного інвестора для готельних активів українського холдингу «Інтурист». Але угода не відбулася [56].

У 2012 р. на ринок вийшов тризірковий готель «Амарант». Цього ж року компанія взяла в управління чотиризірковий готель Premier Hotel Palazzo у Полтаві та готель Praga Premier Hotel у Донецьку (також компанією був куплений Praga Accord Hotel в Ужгороді), які увійшли до мережі готелів Premier Hotels. Також з'явилася мережа двозіркових готелів Premier Compas Hotels, що розвивається за франчайзинговою схемою [56].

28 березня 2013 р. в рамках Міжнародної виставки «Готельний та ресторанний бізнес Україна» мережа разом із журналом «Академія гостинності» провела одноденний майстер-клас для власників, керуючих та ТОП-менеджерів готелів. У квітні мережа Premier Hotels підписала договір про співпрацю із Національним олімпійським комітетом України. Наприкінці листопада компанія підписала договір про управління готелем «Загублений Світ» у місті Херсоні.

Пізніше готель перейменували на Compass Hotel Kherson [43]. У травні 2014 р. в Одесі відкрився Premier Geneva Hotel на 38 номерів з рестораном та конференц-залом. На початку 2015 року у Сумах з'явився Premier Hotel Shafran. У 2016 році новим учасником мережі став Premier Hotel Lybid у Києві. Згодом мережа стала генеральним партнером фестивалю «Французька весна в Україні» [56].

У квітні 2017 р. мережу разом із компанією-девелопером LevDevelopment розпочали будівництво п'ятизіркового апарт-готелю у Буковелі. Компанія планувала закінчити будівництво на початку 2019 року. У

грудні компанія увійшла до координаційної ради з соціально відповідальної легалізації казино. У листопаді 2018 року мережу було представлено на національному стенді України на найбільшій туристичній виставці світу WTM у Лондоні. 1 травня 2019 року готель Premier Kharkiv Palace припинив співпрацю з мережею. Восени мережа запустила перший чат-бот для готелів, який виконує послуги віртуального консьєржа. У грудні 2019 року в Угорщині в місті Мішкольц мережа відкрила чотиризірковий готель Premier Hotel Miskolc (Додаток Б), який став першим міжнародним проектом компанії [56].

На сьогодні готельні мережі, що функціонують в Україні, можна поділити на відомі світові бренди та національні ланцюги. Серед особливостей розвитку міжнародних готельних мереж в Україні варто відзначити, що першочергово відкривались 4- та 5-ти зіркові готелі, натомість сьогодні на український ринок виходять бюджетні (3- зіркові) бренди Ibis та Ramada (табл. 2.1.).

Таблиця 2.1

Міжнародні готельні ланцюги в Україні

Назва мережі та готелю	Місце розташування
Rezidor Hotel Group (Бельгія)	
Radisson Blu Hotel 5*	м. Київ
Radisson Blu Hotel Podil 4*	м. Київ
Radisson Blu Resort 4*	ТРК Буковель
Park Inn by Radisson 4*	м. Київ
Global Hyatt Corporation (США)	
Hyatt Regency 5*	м. Київ
Rixos Group (Туреччина)	
Rixos Prykarpattya 5*	м. Трускавець
Intercontinental Hotel Group (Великобританія)	
Intercontinental Kyiv 5*	м. Київ
Wyndham Hotel Group (США)	
Ramada Encore 4*	м. Київ
Ramada Lviv 3*	м. Львів
Marriot International (США)	
Renaissance Kyiv Hotel 5*	м. Київ
Hilton (США)	

Hilton Kyiv 5*	м. Київ
Accor (Франція)	
Ibis 3*	м. Київ
Ibis Styles 3*	м. Львів
Fairmont Grand Hotel Kyiv 5*	м. Київ
Mercure Kyiv Congress 4*	м. Київ
Hotel De Paris Odessa-MGallery 5*	м. Одеса
Starwood Hotels and Resorts (США)	
11 Mirrors 4*	м. Київ
Aloft Kiev 4*	м. Київ
Four Point by Sheraton 4*	м. Запоріжжя

Джерело: [57].

Проаналізуємо сильні та слабкі сторони мережі «Premier Hotel & Resorts», виявимо всі наявні ресурси та «вузькі місця», потужність готельної мережі, можливості та загрози. Для цього проведемо метод SWOT-аналізу готельної мережі «Premier Hotel & Resorts» (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2

Матриця SWOT-аналізу мережі «Premier Hotel & Resorts»

Можливості (О)	Загрози (Т)
<ul style="list-style-type: none"> – Розширення ланцюга за рахунок оренди інших готелів. – Можливість впровадження додаткових послуг – таких як прокат авто, рум-сервіс, тренажерний зал. – Розумне управління готелем. – Можливість створення власної навчальної програми з менеджменту для персоналу готельної мережі та його мотивації. – Створення власної мережі ресторанів, кафе й розважальних центрів. – Можливість проведення внутрішніх реформ управління готелем на основі якості. 	<ul style="list-style-type: none"> – Ведення переговорів з представниками глобальних мереж про різні форми співпраці (оренда). – Ризик надання нових додаткових послуг у зв'язку з світовою кризою. – Постійна залежність від оренди, низька конкурентоспроможність. – Втрата постійних бізнес-клієнтів, повільне виконання управлінських завдань. – Погіршення якості послуг, що надаються. – Посилення конкуренції з боку споживчих переваг.

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<ul style="list-style-type: none"> – Привабливе розміщення готельної мережі. – Номерний фонд готельної мережі відповідає міжнародним вимогам, пропонованим готелям цього класу. – Наявність достатніх фінансових ресурсів для розширення спектра додаткових послуг. – Наявність великого досвіду у вищого менеджменту готельної мережі. 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність власної мережі розважальних закладів і мережі харчування. – Неповоротка організація управління, не оперативність управління, невміння працювати з постійними клієнтами. – Плинність кадрів, недолік дипломованих фахівців. – Незадовільне співвідношення площі номерного фонду до загальної площі готельної мережі, внаслідок чого виникає високий рівень постійних витрат на 1 м² площі номерного фонду.

Джерело: [8].

Аналіз показав, що чинники внутрішнього оточення здійснюють вагомий вплив на діяльність підприємства. Внутрішнє середовище фірми є сукупністю чинників, що створюються і контролюються фірмою. Складники внутрішнього середовища фірми безпосередньо впливають на її ефективність: стратегії, цілі, завдання, структура, технологія, персонал, організаційна культура.

Отже, із SWOT-аналізу видно, що найбільш зручним засобом для удосконалення інформаційного обслуговування бізнес-клієнтів в мережі «Premier Hotel & Resorts» являється Інтернет. Варто відзначити, що інтерфейс рекламної кампанії в Інтернет-мережі «Premier Hotel & Resorts» – сучасний, зручний та інтуїтивний. Характеризується інтерфейс реклами в Інтернеті такими ознаками: горизонтальна навігація; ніякі спливаючі вікна; вбудована довідкова система; візуалізація даних звітів.

2.2. Аналіз впровадження сучасних Інтернет-технологій у діяльність готельної мережі «Premier Hotel & Resorts»

За останні кілька років готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ постійно вдосконалювала свої Інтернет-технології, щоб задовольнити потреби своїх гостей та забезпечити їм комфортний та зручний відпочинок. Деякі з технологій, які були впроваджені в діяльність готелю, включають:

Безкоштовний Wi-Fi. Усі номери та загальні зони готелю мають доступ до безкоштовної Wi-Fi мережі, що дозволяє гостям залишатися на зв'язку та використовувати Інтернет для роботи або розваг.

Мобільний додаток. Готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» м. Київ розробила власний мобільний додаток для своїх гостей, який надає можливість здійснювати бронювання номерів, переглядати інформацію про готель та місто, отримувати спеціальні пропозиції та бонуси.

Електронні ключі. Готель «Premier Hotel & Resorts» використовує електронні ключі для доступу до номерів, що дозволяє гостям не носити з собою фізичний ключ та додатково забезпечує безпеку відвідувачів готелю.

Онлайн-сервіси. Готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» надає можливість замовлення номерів, ресторанів та інших послуг через свій офіційний сайт, що спрощує процес бронювання та забезпечує більш зручний сервіс для гостей.

Автоматизовані системи управління. Готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» використовує автоматизовані системи управління, що дозволяють забезпечити ефективну та швидку роботу готелю та зменшити час на обробку даних та мінімізувати помилки. Ці системи включають у себе системи управління бронюванням номерів, обліку витрат, контролю якості обслуговування та інші.

Соціальні мережі. Готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» активно працює з соціальними мережами, щоб забезпечити більшу взаємодію з гостями та підвищити їхню задоволеність від перебування в готелі. Готель має

власні сторінки в Facebook, Instagram та інших соціальних мережах, де він публікує фото та відео зі своїх заходів та подій.

Відео-конференції. У зв'язку з поширенням COVID-19 та введенням карантину готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» використовує відео-конференції для забезпечення віддаленої роботи та зборів.

Загалом, готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ використовує широкий спектр Інтернет-технологій для підвищення якості обслуговування гостей та оптимізації своєї діяльності. Вони постійно вдосконалюють свої технології та пристосовуються до змін на ринку, щоб забезпечити максимальний комфорт та задоволеність своїх гостей [57].

Аналіз сайту готельної мережи «Premier Hotel & Resorts».

Наповненість та інформативність сайту. Сайт готельної мережі Premier Hotel & Resorts м. Київ досить ретельно продуманий і містить багато інформації для потенційних клієнтів та вже зареєстрованих гостей готелю. На головній сторінці сайту можна побачити основну інформацію про готель, таку як назву, місцезнаходження, рейтинг та фотографії готелю та номерів.

Також на головній сторінці є розділи «Номери», «Послуги», «Ресторани та бари», «Конференц-послуги», «Події», «Акції та спецпропозиції» та «Лояльність». Кожен з цих розділів містить достатньо інформації про відповідні послуги та можливості готелю. Окрім того, на головній сторінці також є блок з оголошеннями про акції та спеціальні пропозиції готелю [56].

Доступ до необхідних розділів. Сайт має зручне меню, яке дозволяє швидко знайти потрібний розділ. На головній сторінці є кнопки «Бронювання», «Контакти» та «Місцезнаходження», які дозволяють здійснити бронювання номеру, зв'язатися з готелем та дізнатися про місцезнаходження. Окрім цього, меню містить розділи, які дозволяють ознайомитися з інформацією про готель, номери, послуги, ресторани та бари, конференц-послуги, події та лояльність.

На сайті Premier Hotel & Resorts присутній розділ «Наші готелі», де можна ознайомитись з повним списком готелів мережі. Кожен готель має свою

окрему сторінку з детальною інформацією про послуги, номери, розташування та фото. Для кожного готелю також надана можливість забронювати номер через онлайн-форму.

На сайті є окремий розділ «Акції та спеціальні пропозиції», де описано всі поточні акції, знижки та спеціальні пропозиції мережі готелів. Для кожної акції надана детальна інформація, умови та строк дії. Також є можливість забронювати номер зі знижкою або скористатися спеціальною пропозицією через онлайн-форму.

Сайт Premier Hotel & Resorts також пропонує можливість замовлення конференц-залів та організацію бізнес-зустрічей. На окремій сторінці представлений перелік всіх конференц-залів мережі з детальною інформацією про кількість місць, умови та обладнання. Є можливість забронювати зал онлайн [56].

У розділі «Про нас» можна дізнатись більше про історію мережі Premier Hotel & Resorts, її місію та цінності. Також на сайті є окремий розділ «Кар'єра», де можна знайти інформацію про вакансії та стажування в готельній мережі.

Сайт має достатньо зручний та інтуїтивно зрозумілий дизайн, що дозволяє користувачам легко знайти необхідну інформацію та скористатися онлайн-бронюванням. На сайті також присутній розділ «Контакти», де можна знайти контактну інформацію кожного готелю.

На головній сторінці сайту присутні кнопки «Забронювати» та «Оплатити». При натисканні на кнопку «Забронювати» користувач переходить на сторінку з формою бронювання, де можна обрати готель, дату заїзду та виїзду.

Мобільна адаптація. Сайт готельної мережі «Premier Hotel & Resorts» добре адаптований для перегляду на мобільних пристроях. Верстка сайту респонсивна, тобто адаптується під різні розміри екранів. Це дозволяє користувачам зручно переглядати інформацію про готелі та здійснювати бронювання на будь-яких пристроях.

SEO оптимізація. Сайт мережі «Premier Hotel & Resorts» добре оптимізований для пошукових систем. У назвах сторінок, описах та метатеггах використовуються ключові слова, що допомагає покращувати рейтинг сайту в пошукових системах. Крім того, сайт містить блог, де публікуються статті про туризм, готелі та подорожі, що сприяє підвищенню рейтингу сайту та приваблює більше відвідувачів [56].

Соціальні мережі. Сайт мережі «Premier Hotel & Resorts» має на сторінках лінки на сторінки готелів у соціальних мережах (Facebook, Instagram), де можна переглянути фото готелів, звіти про події та спеціальні пропозиції. Це допомагає залучати нових клієнтів та підвищувати лояльність старих. На сайті Premier Hotel & Resorts є посилання на сторінки готельної мережі у соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter та LinkedIn. Проте, на сайті відсутні кнопки для швидкого доступу до цих сторінок або можливість поділитися контентом сайту у соціальних мережах.

Аналітика та відстеження. Сайт мережі «Premier Hotel & Resorts» має встановлені коди аналітики, які дозволяють відстежувати відвідування сайту та поведінку користувачів. Ця інформація дозволяє покращувати функціональність сайту, а також проводити маркетингові дослідження та просувати послуги мережі в Інтернеті.

Контент. Сайт Premier Hotel & Resorts містить достатню кількість контенту, який дозволяє користувачам отримати інформацію про готелі мережі, їх послуги та акції. Однак, деякі сторінки можуть містити застарілу або недостовірну інформацію, що може знизити довіру користувачів до готельної мережі.

Позитивні та негативні риси сайту готельної мережі «Premier Hotel & Resorts» (табл. 2.3).

Загалом, аналіз впровадження сучасних Інтернет-технологій у діяльність готельної мережі «Premier Hotel & Resorts» на кінець 2021 року показує, що компанія успішно використовує ці технології для поліпшення якості своїх послуг та залучення нових клієнтів.

Сайт компанії є інформативним та добре структурованим, але потребує певного оновлення та оптимізації для підвищення швидкості завантаження та зручності використання на мобільних пристроях. Крім того, компанія успішно використовує соціальні медіа та інші канали Інтернет-маркетингу для залучення клієнтів та збільшення своєї популярності.

Таблиця 2.3

Позитивні та негативні риси

Позитивні	Негативні
<ul style="list-style-type: none"> – Наявність онлайн-бронювання готелів на сайті з можливістю вибору типу номеру, дати заїзду та виїзду, кількості осіб тощо. – Інформативність сайту: на сайті присутня достатня кількість інформації про кожен з готелів мережі, включаючи фотографії, опис номерів, послуг та інші важливі деталі. – Привабливий дизайн сайту, який викликає довіру та зацікавленість у відвідувачів. 	<ul style="list-style-type: none"> – Деякі сторінки сайту мають довгі часи завантаження, що може вплинути на користувацький досвід. – Не забезпечується можливість підписки на новини та акції готелів мережі через електронну пошту. – Не використовується можливість чат-ботів або онлайн-консультантів, що може ускладнити комунікацію з потенційними клієнтами. – Не всі сторінки сайту мають достатню адаптивність до різних типів пристроїв, що може ускладнити користування сайтом на мобільних пристроях.

Джерело: систематизовано автором.

У готельній мережі «Premier Hotel & Resorts» для обслуговування бізнес-клієнтів використовують наступні засоби: стимулювання клієнтів – це поширення рекламної інформації про заклад; використання «психологічних цін»; стимулювання власного персоналу – премії.

Бронювання номеру відбувається як безпосередньо через офіційний сайт готельної мережі «Premier Hotel & Resorts», так і шляхом надсилання листа на електронну адресу готельної мережі «Premier Hotel & Resorts» чи по факсу, або ж забронювати номер в телефонному режимі. Процес бронювання в готельній мережі «Premier Hotel & Resorts» проводитиметься за наступною схемою (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Послідовність бронювання в готельній мережі «Premier Hotel & Resorts».

Джерело: [35]

Інформація про бажання клієнта має велике значення для наступних адміністративних функцій. Наприклад, інформації по клієнтам може бути видана на основній інформації, отриманої в ході процесу бронювання. Найважливішим результатом бронювання є наявність номера до часу прибуття гостя.

Взагалі у готельній мережі «Premier Hotel & Resorts» використовується два види бронювання: гарантоване бронювання та негарантоване бронювання. У готельній мережі «Premier Hotel & Resorts» використовуватимуться обидва види бронювання. Гарантоване використовується для юридичних осіб, негарантоване – для фізичних осіб. Під час бронювання клієнт обов'язково має повідомити: прізвище та ім'я; день та час прибуття та термін проживання; тип номеру. Також готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» співпрацює з підприємствами-посередниками, що входять до збутових каналів закладу.

Отже, основними бізнес-клієнтами готельної мережі «Premier Hotel & Resorts» є іноземці або мешканці України, які приїхали з інших міст, та перебувають довгий час далеко від власної домівки у відрядженні, або ж люди, які, перебуваючи у місті, просто цінують домашній затишок, при цьому бажають отримувати весь перелік готельних послуг. У готельній мережі «Premier Hotel & Resorts» сформована база даних, в якій фіксуються гості, що

перебували в готельній мережі. З ними підтримується контакт (при їхній згоді на їхні електронні адреси чи телефони відправляють пропозиції готельної мережі «Premier Hotel & Resorts», привітання зі святами і т. п.). Постійним клієнтам надають знижки на проживання та додаткові послуги. Готельна мережа «Premier Hotel & Resorts» має власний інтернет-сайт, де клієнт має змогу ознайомитися з готельною мережею, переглянути які номери та послуги вона пропонує та має можливість забронювати номер.

Незважаючи на успіх у використанні Інтернет-технологій, компанія може поліпшити свої послуги за допомогою нових технологій, таких як мобільні додатки для бронювання та інтеграція штучного інтелекту для покращення персоналізації та зручності використання послуг.

Отже, можна зробити висновок, що Premier Hotel & Resorts успішно використовує сучасні Інтернет-технології для покращення якості своїх послуг та залучення нових клієнтів, але може продовжувати розвиватися та вдосконалювати свої технології для досягнення ще більшого успіху.

На сучасному етапі розвитку засоби комунікації та зв'язку грають значної ролі задля забезпечення ефективного управління готельним бізнесом. Будь-яка затримка інформації може спричинити дуже серйозні негативні наслідки як у фінансовому плані, і у втраті іміджу фірми, що зрештою може призвести до краху будь-якої організації. Це безпосередньо відноситься і до підприємств індустрії туризму та гостинності.

Передача інформації може здійснюватися вручну чи механічно з допомогою автоматизованих систем з різних каналів зв'язку. Перший спосіб передачі і до нашого часу має стала вельми поширеною. При цьому інформація передається або за допомогою кур'єра або поштою. До переваг цього способу можна віднести повну достовірність і конфіденційність інформації, що передається, контроль за її отриманням (при поштовій розсилці в пунктах реєстрації проходження), мінімальні витрати, що не вимагають жодних капітальних витрат. Головними недоліками такого підходу є невисока швидкість передачі інформації та неоперативність у отриманні відповідей [15].

Другий спосіб значно збільшує швидкість передачі, підвищує оперативність прийняття рішень, але збільшуються капітальні і поточні витрати. При грамотної організації виробничого процесу для підприємства цей метод передачі у кінцевому підсумку значно підвищує економічну ефективність функціонування підприємства промисловості туризму та гостинності.

У готелі «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ встановлено 12 персональних комп'ютерів, об'єднаних у мережу. Також для інформаційного забезпечення діяльності міні-готелю використовується таке обладнання:

- 6 принтерів HP Laserjet 2300;
- 2 факси Panasonic KX-FP 148;
- 24 телефонних апаратів Panasonic KX-TS2365RUW;
- для безпеки гостей функціонує система відеоспостереження на території та всередині готелю;
- у готелі встановлено протипожежну сигналізацію «Сигнал-20»;
- готель має 4 телефонні лінії;
- міні АТС;
- готель підключений до каналу супутникового мовлення.
- Програмні продукти, що використовуються:
 - бухгалтерія працює на 1С Підприємство 8.2, дані до перевіряючих та наглядових органів передаються через Інтернет за допомогою програми Контур-Екстерн;
 - правова довідкова програма, що використовується у готелі – Ліга-Закон;
 - Windows, його програми;
 - Microsoft Office 2010 (Word, Excel, Access, Outlook);
 - Internet Explorer;
 - поштові програми : The Bat, Outlook Express;
 - електронні словники та перекладачі;
 - графічні редактори (Photoshop);

– антивірусна програма NOD 32

Обслуговуванням техніки та програмного забезпечення займається системний адміністратор, який є у штаті організації. Телефонний зв'язок та доступ до Інтернету надає компанія «Авангард».

Для готелю малого класу рівень використання інформаційних технологій є цілком прийнятним, але для готелю «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ це є недостатнім.

У єдине інформаційне поле готелю інтегровано автоматизовану систему управління (АСУ) готельним бізнесом, комплекси систем безпеки, життєзабезпечення, інформатизації.

Розглядаючи потоки інформації в готелі «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ (а саме її отримання, зберігання, обробка, аналіз та відображення лежить в основі АСУ), виділимо такі ланки в ланцюжку:

- подання запиту з інформацією про бронювання (ім'я та координати гостя, терміни та параметри броні, її ідентифікатор);
- пошук номера, що задовольняє запит, його резервування;
- приїзд клієнта, ідентифікація, реєстрація як гостя (запитується ряд даних від імені клієнта до його місця проживання та роботи – останнє просто необхідне для пошуку боржників та підтримки контактів із постійними клієнтами);
- контроль регулярного обслуговування (прибирання, доставка преси, сніданків та інше);
- інформація про оплату проживання, послуги, внесені депозити тощо – баланс рахунку гостя;
- попередження про закінчення терміну проживання та процедуру виселення та розрахунку, або продовження терміну надання послуг розміщення;

Цей список далеко не повний, проте представляє основні функції системи, більш ніж достатні для успішного функціонування малого (до 50 номерів) готелю.

Для автоматизації керування у готелі використовується система ORAK Готель R5. Основні можливості ORAK Готель R5:

Облік номерного фонду. Архітектурний план номерного фонду, побудова своєї структури номерів. Необмежену кількість типів, категорій та статусів номерів. Наочне відображення всієї інформації про поточний стан номерного фонду в основному робочому вікні програми: статус кожної кімнати, кількість зайнятих, заброньованих, звільнених та вільних кімнат, кількість гостей, що проживають, виручка за зміну [25].

Бронювання. Універсальний інструмент створення броні за індивідуальними та колективними заявками дозволяє бронювати різні кімнати з різними умовами проживання (дата, тариф, план харчування) у межах однієї броні.

Бронювання для приватних осіб, для корпоративних клієнтів та для туроператорів здійснюється через єдину форму, але з урахуванням усіх особливостей конкретного клієнта.

Автоматичне розміщення по броні. Вся інформація про перебування гостя зберігається у базі даних. У будь-який момент часу можна отримати інформацію про всі попередні відвідування гостя. Інформація про дату приїзду та виїзду, номер і категорію кімнати, додаткові послуги, план харчування, тариф, оплачені та неоплачені рахунки може бути доступна візуально на дисплеї або виведена на друк. Картка раніше гостя при новому заїзді заповнюється автоматично [52].

Гнучка цінова політика. Крім загального прейскуранту, можна встановити спеціальні ціни для корпоративних клієнтів, туристичних агенцій, постійних клієнтів. Спеціальні ціни можуть бути засновані на відсотковій знижці або спеціально розроблених прейскурантах. Знижки можуть індивідуально налаштовуватись для кожного клієнта та для кожного виду послуги.

Гості, які проживають за спеціальними умовами, можуть бути виділені у звітах у спеціальні категорії, що дозволить оцінити ефективність цінової політики.

Можливість створити внутрішню систему безготівкових розрахунків на основі магнітних карт (які одночасно можуть бути ключами до електронних замків та талонів на харчування), тим самим виключивши весь персонал з обороту готівки всередині готелю.

Housekeeping. Закріплення відповідальних покоївок за кімнатами. Перегляд та друк графіка зміни білизни та рушників. Графік прибирання кімнат після виїзду гостей та планового прибирання вільних кімнат. Облік заповнення мінібару. Модуль планування послуг за часом дозволяє вести облік послуг, що тарифікуються по годинах: сауна, масажний кабінет, переговорна та інші.

Служба безпеки. Спеціальний контрастний інтерфейс для нічної охорони. Контролює заборгованість гостей. Контролює доступ гостей та персоналу в номери та службові приміщення (при використанні електронних систем обмеження доступу) [52].

Недоліками АСУ ORAK Готель R5 є:

- відсутність наочного відображення розпланованих послуг на кожен вибраний день – це призводить до неоптимального розподілу завантаження готелю;
- відсутність віддаленого доступу – це негативно впливає загальну ефективність системи управління готельним підприємством;
- відсутність системи підказок – це ускладнює використання АСУ та збільшує кількість можливих помилок;
- відсутність обліку робочого часу персоналу та запису всіх подій у системі – це погіршує контроль за діяльністю співробітників;
- відсутність інтеграції коїться з іншими інформаційними системами – це забезпечує комплексність автоматизації і єдиної системи розрахунків і звітів.

Таким чином, необхідно провести заходи щодо розвитку автоматизованої системи управління готелю «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ.

В результаті проведеного аналізу було виявлено, що існуюча автоматизована система управління ORAK Готель R5 не відповідає всім сучасним вимогам, тому необхідно проведення заходів щодо розвитку автоматизованої системи управління готелем «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ [40].

Для підвищення ефективності діяльності готелю необхідно впровадити нову автоматизовану систему управління готелем, що має сприяти чіткій координації роботи підприємства та підвищення рівня якості обслуговування.

Точність та швидкість роботи професійно розробленої та налагодженої системи дозволяє значно знизити час обслуговування та кількість помилок, покращити якість обслуговування, що спричиняє мінімізацію витрат, полегшує аудит та сприяє зростанню позитивного іміджу готелю «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ серед потенційної клієнтури та партнерів, що, безсумнівно, найкраще позначиться конкурентоспроможності підприємства.

Сформулюємо основні вимоги до нової автоматизованої системи управління готелю «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ:

- оптимізація розподілу завантаження, що унеможливить нерівномірне використання номерного фонду;
- наявність віддаленого доступу до АСУ, що підвищить загальну ефективність системи управління готельним підприємством;
- наявність системи управління взаємовідносинами з клієнтами: детальна карта гостя та розширений пошук для зручності управління клієнтською базою;
- наявність системи підказок, що полегшить використання системи та зменшить кількість можливих помилок;
- забезпечення захисту від критично небезпечних дій для мінімізації людського фактору;

- безперервність роботи програми управління готелем під час проведення нічного аудиту;
- запис всіх подій у системі кращого контролю над діяльністю персоналу;
- можливість швидкої зміни тарифів завдяки гнучкій установці сезонів;
- інтеграція з іншими системами для забезпечення комплексності автоматизації, єдиної системи розрахунків та звітів [43].

Далі було проведено первинне дослідження ринку подібних систем та виявлено, що цим вимогам повною мірою відповідають два програмні продукти: Opera Enterprise Solution та KEI-Hotel. Розглянемо дані системи докладніше.

Автоматизована система управління Opera Enterprise Solution (розробник Micros-Fidelio) може координувати роботу багатьох служб в готелі: служби прийому та розміщення, банкетної служби, господарської служби, бухгалтерії, служби бронювання, відділу продажів.

Opera заснована на базі СУБД Oracle, універсальній платформі управління даними та пропонує нову концепцію роботи та покращення рівня обслуговування гостей, поєднуючи в собі такі переваги як швидкість, надійність, функціональність та водночас простоту використання [25].

Opera Enterprise Solution сумісна з усіма операційними системами, і сервер може працювати з Microsoft Windows NT/2000, AIX і Sun Solaris.

Opera – це система, яка складається із набору модулів. Ці модулі легко можуть бути налаштовані та додані в залежності від побажань конкретного готелю. Вона містить в собі:

- систему автоматизації служби прийому та розміщення гостей (Property Management System);
- систему автоматизації відділу продажу та маркетингу (Sales and Catering);
- модуль бронювання через Інтернет (Web-Self Service);
- систему управління якістю обслуговування (Quality Management System);

- систему оптимізації прибутку (Revenue Management);
- систему централізованого бронювання (Opera Reservation System);
- централізовану інформаційну систему клієнтів (Customer Information System – CIS).

Найновіші технології Opera Enterprise Solution надають готелям унікальну можливість роботи як у режимі клієнт-серверної програми, так і через Інтернет-браузер (Тонкий Клієнт). Використання технології «Тонкий Клієнт» дозволяє готелям, які використовують цю систему, значно скоротити витрати на кожному етапі життєвого циклу ІТ системи готелю, включаючи придбання, встановлення, підтримку та оновлення [10].

Важливою складовою системи є нічний аудит. Використовуючи АСУ Opera під час операції нічного аудиту немає необхідності переривати роботу, як це буває під час використання інших систем. Система продовжує функціонувати у звичному режимі, і нічні аудитори мають можливість формувати звітність у будь-який час протягом робочої зміни.

Процедура нічного аудиту триває 15 хвилин.

Система Opera ES підтримує понад 350 інтерфейсів, включаючи інтерфейс із системою управління ресторанами, телефонними системами та системами тарифікації телефонних дзвінків та Інтернет-послуг, системою автоматичних міні-барів, системою управління рахунками клієнтів, системами платного телебачення, системами електронних замків, системою авторизації кредитних карток, бухгалтерськими системами Це дуже зручна функція.

Ще однією зручністю є меню навігації. Система дозволяє використовувати допоміжні графічні засоби, так звані «гарячі» клавіші та скорочений клавішний набір, що дозволяє значно спростити всі операції та підвищити продуктивність та швидкість роботи. Таким чином, якщо ви забули якусь комбінацію клавіш вам потрібно використовувати для тієї чи іншої операції, ви заходите на вкладку «гарячі клавіші» (hot keys) і на екрані виникає табличка з іконками, що наочно ілюструють призначення тієї чи іншої комбінації клавіш [47].

АСУ Opera Enterprise Solution може бути встановлена як у маленьких готелях (від 10 номерів), так і у великих готельних комплексах, а також кількох готелях одного готельного ланцюга.

До недоліків системи можна зарахувати її вартість, вона досить велика. Компанія HRS є провідним розробником комп'ютерних систем програмування для готельних підприємств по всьому світу, хоча тому вартість продукції не може бути низькою. Остаточна вартість товару залежатиме, від кількості модулів потрібних готелі, від розмірів номерного фонду.

Під час встановлення системи проводиться обов'язкове навчання співробітників, їх кваліфікація має бути достатньою для успішного засвоєння алгоритмів роботи в системі.

Система автоматизації готелю KEI-Hotel – це сукупність найсучасніших технологій у галузі мікропроцесорного управління та прикладного програмного забезпечення [50].

Безперечною перевагою системи KEI-Hotel є інтерактивний інтерфейс, що визначає легкість у навчанні користувачів та експлуатації проекту загалом.

В інформаційній системі готелю система KEI-Hotel є центральною ланкою, куди стікається інформація з інших підсистем – телефонної, ресторанної, платного телебачення, безпеки та ін.

Особливу увагу слід приділити такій особливості програми, як гнучкість налаштувань та застосовність до умов готелів будь-яких типів та розмірів.

KEI-Hotel дозволяє систематизувати та автоматизувати всі аспекти роботи служби прийому та розміщення, бронювання, реєстрацію, виписку та розрахунок гостей, управління номерним фондом. Це значно спрощує роботу фінансового та комерційного відділів, формує статистичні звіти та журнали паспортного столу [8]. Система веде рахунки клієнтів та передбачає використання розрахункової, депозитної чи змішаної системи оплати послуг у готелі, як загалом, так і за кожною з послуг, що надаються окремо. АСУ KEI-Hotel включає наступні модулі:

Служба розміщення. Система дозволяє швидко розмістити, розрахувати та виписати гостя, без необхідності оформлення безлічі паперів, як за попередньою заявкою – бронєю, так і без неї.

Модуль служби бронювання. У системі повністю автоматизований процес бронювання номерів та аналізу майбутнього завантаження готелю за різними категоріями та критеріями оцінки.

Аналітичні засоби. Аналітичні засоби комплексу KEI-Hotel дозволяють розширити можливості адміністрації та керівників служб управління готельним господарством. При цьому є можливість оперативного отримання аналітичних даних та інформації про стан номерного фонду, у тому числі й віддалено, через Інтернет або безпосередньо на мобільний телефон [35].

Модуль Адміністрування. Даний модуль дозволяє змінювати налаштування системи:

- додавати та видаляти нових користувачів системи, надавати їм різні права доступу;
- створювати та редагувати розгалужену систему календарних та сезонних знижок;
- додавати та редагувати довідники;
- редагувати форми документів для бухгалтерської звітності.

Резюмуючи результати дослідження у 2 розділі, констатуємо, що споживчу цінність послуги готельної мережі «Premier Hotel & Resorts» формують складники, інтеграція яких відображає взаємозв'язок між клієнтом і підприємством на етапах виробничого ланцюга формування готельної послуги. Визначення складових (соціальна, емоційна, матеріальна та сервісна) споживчої цінності готельної послуги дозволить впливати на їх рівень через відповідні маркетингові заходи.

Останніми роками в Україні сфера послуг динамічно розвивається у всіх напрямках, особливо у сегменті готельного сервісу. Споживчі витрати (60-70% доходу українців витрачають на товари та послуги, в порівнянні з аналогічним

показником у Європі, що становить 30-40%) є головним фактором розвитку сфери гостинності не тільки в м. Київ, але і по всій Україні.

Важливою перевагою комплексу KEI-Hotel, що пропонується до застосування, є прозорість системи, як для персоналу, що обслуговує гостей, так і для управлінської ланки в сукупності з аналітичним модулем, що дозволяє віддалено управляти готелем, виводить на якісно-новий рубіж можливості керування з будь-якої точки світу, у тому числі з мобільного телефону або засобами інтернету. .

До недоліків системи можна віднести те, що вона працює за певним алгоритмом і не така проста в користуванні, як рекламується на сайті (хоча інтерфейс зрозумілий). Вона складна у засвоєнні, оскільки у багатьох модулях необхідно уважно відстежувати алгоритм виконання дій та правильність внесення цифр та літер при бронюванні, оформленні додаткових послуг тощо. При встановленні системи необхідно точно вказати дані щодо готелю, попередньо провести аналіз особливостей роботи готелю, оскільки недотримання перерахованого вище може ускладнити роботу персоналу.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «PREMIER HOTEL & RESORTS»

3.1. Проблеми застосування Інтернет-технологій у сфері гостинності України

У сфері гостинності України існують деякі проблеми в застосуванні Інтернет-технологій, які перешкоджають розвитку галузі та забезпеченню задоволення потреб туристів. Деякі з них:

Недостатня кількість готелів та ресторанів з власними сайтами або з розвиненими функціональними можливостями на сайті.

Низький рівень якості сайтів готелів та ресторанів, які часто не є інтуїтивно зрозумілими та не забезпечують достатньої інформації про послуги та ціни.

Відсутність однорідної системи бронювання номерів та столиків в ресторанах, що ускладнює процес бронювання та може призвести до втрати клієнтів.

Недостатня кількість готелів та ресторанів з власними мобільними додатками, які забезпечують зручність користування та можливість отримання додаткових послуг.

Відсутність забезпечення безпеки особистих даних гостей на сайтах готелів та ресторанів.

Недостатня кількість готелів та ресторанів з власними системами електронного ключа, що ускладнює процес заселення та може призвести до чергування на рецепції [26].

Ці проблеми створюють перешкоди для впровадження сучасних Інтернет-технологій у сфері гостинності України, але їх можна подолати шляхом збільшення свідомості та інтересу готелів та ресторанів до використання сучасних технологій, а також сприяння держави у розвитку інфраструктури та підтримці малих та середніх підприємств.

Другою проблемою, яка виникає при застосуванні Інтернет-технологій у сфері гостинності України, є висока конкуренція. Завдяки Інтернету, готелі та ресторани можуть привернути до своєї діяльності більше клієнтів, але водночас збільшується й конкуренція між ними. Це означає, що готелі та ресторани повинні надавати якісні послуги та мати високий рівень обслуговування, а також розробляти ефективну маркетингову стратегію для привернення клієнтів. В іншому випадку, вони можуть втратити своїх клієнтів на користь конкурентів [33].

Третьою проблемою є високі витрати на розробку та впровадження Інтернет-технологій. Для того, щоб ефективно використовувати Інтернет-технології, готелі та ресторани повинні мати відповідну ІТ-інфраструктуру, яка забезпечує швидкий та безперебійний доступ до Інтернету, а також різноманітні програмні продукти для автоматизації бізнес-процесів та розробки веб-сайту. Все це вимагає значних витрат на закупівлю обладнання та програмного забезпечення, а також на навчання та підтримку персоналу.

Четвертою проблемою є безпека даних. Оскільки готелі та ресторани збирають та зберігають багато конфіденційної інформації про своїх клієнтів, вони повинні забезпечити високий рівень захисту цих даних від несанкціонованого доступу [39].

Крім того, ще одна проблема використання Інтернет-технологій у галузі гостинності в Україні полягає в недостатній кількості кваліфікованих кадрів, які б могли ефективно використовувати ці технології. Для успішної роботи з Інтернет-технологіями необхідні спеціалісти зі знанням сучасних програмних засобів та маркетингових стратегій. У більшості випадків, готелі не можуть забезпечити своїх працівників достатньою кількістю тренінгів та навчань з цих питань через обмежені бюджетні можливості.

Також важливо відзначити, що в Україні існують певні культурні та менталітетні перешкоди для впровадження деяких Інтернет-технологій у готельну сферу. Наприклад, деякі клієнти можуть не довіряти онлайн-

бронюванням через обмежену довіру до електронних платіжних систем або через бажання особистого контакту зі співробітниками готелю.

У загальному випадку, проблеми застосування Інтернет-технологій у галузі гостинності в Україні пов'язані з фінансовими обмеженнями, недостатньою кваліфікацією кадрів та культурними перешкодами. Однак, з розвитком технологій та зростанням свідомості споживачів, готелі поступово навчаються використовувати Інтернет-технології для покращення якості своїх послуг та збільшення конкурентоспроможності на ринку [31].

Додатковим фактором, що ускладнює використання Інтернет-технологій у готельній сфері, є також недостатня комп'ютерна грамотність працівників. Часто вони не мають достатньої кількості знань для роботи з різноманітним програмним забезпеченням та іншими інтернет-інструментами. Тому важливо надавати працівникам готелів необхідні навички та знання, щоб вони могли ефективно використовувати Інтернет-технології в роботі.

Ще однією проблемою є технічні труднощі, з якими можуть стикатися готелі, спробуючи використовувати різноманітні Інтернет-технології. Наприклад, проблемами можуть бути обмежена швидкість Інтернет-з'єднання, нестабільність мережі, а також недостатньо розвинена інфраструктура для використання деяких технологій, таких як інтерактивні екрани чи системи автоматичної реєстрації гостей.

Також важливо зазначити, що використання Інтернет-технологій може не підходити для всіх готелів і гостьових будинків, оскільки не всі клієнти готові до використання цифрових сервісів і можуть бажати традиційного обслуговування. Тому готелі повинні забезпечити наявність як цифрових, так і традиційних послуг для своїх клієнтів [5].

Отже, не дивлячись на проблеми, які можуть виникати, впровадження сучасних Інтернет-технологій в готельну сферу має значний потенціал для поліпшення якості обслуговування та підвищення ефективності бізнесу.

Крім того, іншою проблемою впровадження Інтернет-технологій у сфері гостинності в Україні є відсутність єдиної системи онлайн-бронювання.

Багато готелів використовують власні системи бронювання, які не інтегровані з загальнонаціональними порталами та системами, такими як Booking.com, Expedia або Airbnb. Це ускладнює процес пошуку та порівняння готелів для клієнтів та знижує ефективність маркетингових кампаній для готелів.

Низький рівень Інтернет-покриття в окремих регіонах України також ускладнює використання Інтернет-технологій у готельній сфері. Недостатня швидкість Інтернет-з'єднання та перебої в роботі мережі можуть знизити ефективність використання онлайн-систем та зменшити задоволеність клієнтів.

Важливим фактором застосування Інтернет-технологій також є проблема наявності професійних кадрів, які володіють достатнім рівнем професійних компетенцій [34].

Інтернет-технології – це комунікаційні, інформаційні та інші технології та послуги, що працюють на основі Інтернету та мають вирішальне значення для розвитку сучасного суспільства. Незважаючи на новизну та бурхливий розвиток інтернет-технологій, історію їх виникнення за сьогоднішніми тимчасовими мірками не можна назвати короткою – вона налічує понад 50 років з початку 1960-х років, коли була розроблена технологія взаємодії між комп'ютерами. Потім створена локальна мережа продовжила свій розвиток, давши світові електронну пошту і поступово перетворилася на глобальну цифрову технологію, що впроваджується у всі сфери людського життя.

Розглянемо найважливіші властивості інформаційних технологій, які грають вирішальну роль розвитку сучасної економіки та суспільства:

- Активізація інформаційних ресурсів як основний фактор майбутнього розвитку.
- Оптимізація інформаційних процесів.
- Участь у формуванні складних виробничих та соціальних процесах.
- Забезпечення інформаційної взаємодії для людей.
- Вплив на інтелектуалізацію економіки та суспільства.
- Відіграють ключову роль у отриманні та накопиченні нових знань та ін.

Разом з тим впровадження та розвиток інтернет-технологій – це, безумовно, складний і комплексний процес, що пронизує всю тканину життя сучасного суспільства, істотно впливаючи на весь існуючий ланцюжок цінностей і смислів. У контексті розвитку науки і освіти особливо важливим є вплив інтернет-технологій на весь процес інтелектуалізації суспільства і в тому числі навчання та накопичення нових знань, оскільки нові технології здатні створювати нові бізнеси, які потребують нових компетенцій, носіями у яких можуть бути тільки фахівці нового типу. Формування нових компетенцій – процес практично традиційний, так як новий технологічний уклад привносить свої технологічні зміни, що не одного разу вже відбувалося [40].

Однак новий «цифровий світ» – це вже не просто комплекс інноваційних процесів – це якісно інше місце існування, що існує одночасно як реальному, так і цифровому світі. Продовжуючи цю думку, можна твердо сказати, що вже сьогодні ми занурені в простір двох світів: фізичного (реально існуючого) і знакового (уявного). У цьому уявний світ – це продукт роботи мозку, він суб'єктивний, оскільки будується зсередини. Реальні образи, трансформовані уявою, створюють ментальні образи, які у творчому процесі можуть дати нові реальні образи, прикладом чого може послужити живопис, скульптура, музика та інші форми художньої творчості.

Ці дивовижні властивості людського мозку створювати світ подвоєнь і повторень за допомогою уяви в поєднанні з інтернет-технологіями створюють фактично нову реальність, яка раніше не існувала, яка отримала назву віртуальної і доповненої [7].

За останні 20 років інтернет став домінуючою силою, яка забезпечила серйозні зміни в економіці та громадському житті. Знявши тимчасові та просторові обмеження, інтернет сприяв появі нової економіки, заснованої на застосуванні цифрових технологій. У цей час був подоланий поріг між індустріальним суспільством з його орієнтованою на виробництво парадигмою і постіндустріальним, орієнтованим на цифрову економіку. І якщо в індустріальному суспільстві провідна роль належить власнику засобів

виробництва, то в постіндустріальному суспільстві – власнику прав на інтелектуальну власність. У цьому значно змінюється і роль людей (працівників), які більшою мірою стають творчими одиницями [54].

Все це, безсумнівно, призвело до структурної перебудови економіки, що формується в інтернет-просторі.

У зв'язку з цим слід зазначити, що розвиток бізнесу в інтернет-просторі проходить наступними напрямками:

– перенесення в інтернет звичних комунікаційних механізмів, що дозволяє використовувати традиційні схеми на новій цифровій основі (наприклад: електронний документообіг, системи бронювання та резервування, транспортна логістика, маршрутизація та ін.);

– застосування інтернету як особливого цифрового простору, в якому творять і «живуть» (наприклад: створення когнітивних образів, когнітивних моделей та когнітивних карт, в основі яких лежать не логічні процеси, сприйняття, емоції, відчуття, що трансформуються в аудіо візуальні та асоціативні образи).

Резюмуючи роль інтернет-технологій у галузях економіки, слід підкреслити, що для демонстрації значення технологічних новинок особливо показовими є приклади з практики роботи у сфері туризму та гостинності, інтернет речей у поєднанні з ефектами доповненої та віртуальної реальності фактично створює якісно нові стандарти сервісу, але й водночас потребує якісно нових підходів до підготовки кадрів для цих сфер діяльності [21].

Практика застосування інтернет-технологій. У 2017 р. готельна корпорація Marriott представила широкому загалу інтелектуальну лабораторію, яка тестує прототип розумного готельного номера. У лабораторії IoT Roomroom, що належить Marriott, використовуються як власні розробки компанії, так і рішення Samsung та Legrand. Готельна мережа представила два варіанти: підключення кімнат з нуля та після ремонту. Розумний номер був розроблений таким чином, щоб гості за допомогою мобільної програми змогли контролювати багато параметрів: від температури до рівня освітленості.

Технологічні рішення багато в чому орієнтуються на лояльність гостей, зокрема системи готелю «запам'ятають» переваги відвідувача на основі попередніх його візитів (температура, яскравість, відкриття штор). Marriott також широко використовує мобільні та голосові технології, щоб надати гостям можливість створити мікроклімат у номері, що максимально відповідає запитам гостей. Наприклад, голосовий помічник Amazon Alexa зможе виконати такі команди, як «нагрівання води в душі до потрібної температури», «налаштувати оптимальне освітлення для читання» тощо. Крім того, налаштування можна задати на сайті програми лояльності Marriott. На допомогу для вибору номера компанія Marriott також задіяла гарнітури з підтримкою технологій віртуальної реальності Oculus Rift, щоб гості ще на етапі бронювання могли оцінити інтер'єр номеру, що сподобався [14].

Досить швидко розвиваються інтернет-технології і в Україні, особливо успішно вони працюють у сфері української гостинності.

Так, планшет у номері або додаток у смартфоні дозволяє гостям регулювати температуру в приміщенні, освітленість, доступ до послуг у номерах та їхнє прибирання. Крім того, за допомогою мобільних додатків можна керувати телевізором, бронювати спа-салони та інші додаткові послуги. Фактично програми виступають як віртуальний консьєрж, який здатний виконувати значну частину функціоналу працівників готелів.

Звичайно, широке впровадження інтернет-технологій не ставить за мету повну заміну людей на сервісних роботів, але тенденція розвитку у бік широкої технологічної цифровізації галузей вже набирає обертів. У зв'язку з цим вже не так фантастично виглядають нові професії для сфери туризму та гостинності: консьєрж робототехніки чи дизайнер доповненої реальності, їхня затребуваність вже об'єктивна реальність, але тоді виникають серйозні питання до сфери професійної освіти: Які потрібно буде забезпечити компетенції, і якими способами? [19].

У зв'язку з цим особливо важливим є вивчення підходів до змісту професійної освіти для підготовки фахівців у сфері туризму та готельного

бізнесу. Крім того, проблема змісту професійної освіти особливо актуальна в контексті дискусії з спільнотами роботодавців, які визначають спільно з академічною спільнотою основні напрями розвитку професійної школи.

Управління змістом професійної освіти: погляд роботодавців. За минуле десятиліття у системі освіти України відбулися різнопланові структурні та функціональні зміни. Сучасна загальна та професійна освіта стала варіативною та практикоорієнтованою, що вимагало застосування нових підходів до формування його змісту та насамперед урахування думки роботодавців.

Але цього зв'язку мають активно змінюватися і самі ВНЗ, які вже зіткнулися з руйнуванням старих форм, тиском з боку держави та роботодавців, широким розвитком інноваційних освітніх технологій та глобальною конкуренцією за студентів. У подібних умовах часу на роздуми не залишилося.

Отже, впровадження сучасних Інтернет-технологій у готельній сфері України є перспективним напрямком розвитку, проте вимагає рішення ряду проблем, таких як низький рівень комп'ютерної грамотності серед працівників, відсутність єдиних стандартів та систем онлайн-бронювання та недостатнє Інтернет-покриття в окремих регіонах. Вирішення цих проблем дозволить готельній сфері України ефективно використовувати Інтернет-технології для покращення якості обслуговування та збільшення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

3.2. Рекомендації щодо впровадження Інтернет-технологій у діяльність підприємств готельного господарства

Зважаючи на значення Інтернет-технологій у готельній сфері, основні рекомендації щодо їх впровадження можуть включати такі пункти:

Розробка та оновлення веб-сайту: Важливо мати сучасний та привабливий веб-сайт, який буде зручним для користувачів. На сайті повинна бути зручна система онлайн-бронювання номерів, яка повинна бути доступна

з будь-якої точки світу. Також на сайті повинна бути відповідна інформація про готель, його послуги та ціни. Рекомендується використовувати привабливі фотографії та відео з номерами, відпочинком та іншими послугами, що надає готель. Наприклад, розгляньмо сайт готелю «Premier Hotel & Resorts» у місті Київ. Його веб-сайт є зручним та інформативним, з привабливим дизайном та легким навігаційним меню [56].

Система управління готелем : Рекомендується використовувати спеціалізоване програмне забезпечення, яке допоможе ефективно керувати готелем. Система повинна включати функції онлайн-бронювання, контролю запасів, збору та аналізу даних про клієнтів, статистику та звіти про фінансову діяльність готелю. Наприклад, система управління готелем Oracle Hospitality OPERA дозволяє ефективно керувати готелем та забезпечити якісне обслуговування гостей.

Використання соціальних мереж та онлайн-реклами для просування готелю.

Для просування готелю необхідно використовувати різні інструменти маркетингу, зокрема соціальні мережі та онлайн-рекламу. Відомості про готель можна розміщувати на таких популярних платформах, як Facebook, Instagram, Twitter тощо.

Facebook – найбільша соцмережа, що почала працювати 4 лютого 2004 року як мережа для студентів деяких американських університетів. Facebook належить корпорації Meta Platforms.

Instagram – соціальна мережа, що базується на обміні світлинами, дозволяє користувачам робити світлини, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і низку інших соціальних мереж. Належить компанії Meta Platforms. Є одним із найпопулярніших сервісів у мистецтві айфонографії.

Twitter – соціальна мережа, яка є мережею мікроблогів, дає змогу користувачам надсилати короткі текстові повідомлення (до 280 символів, до

2017 року — до 140 символів), використовуючи SMS, служби миттєвих повідомлень і сторонні програми-клієнти.

Також можна використовувати спеціалізовані сайти, які пропонують бронювання готелів, наприклад Booking.com, Expedia, Hotels.com тощо.

Рекламні кампанії можуть бути спрямовані на конкретні аудиторії, що дозволяє залучити нових клієнтів. Для цього можна використовувати різні інструменти таргетингу, такі як вік, місцезнаходження, інтереси тощо.

Наприклад, готель може розміщувати оголошення про спеціальні пропозиції на Facebook для користувачів, які проживають у певному місті або відвідують певні події. Також можна створювати рекламні банери для різних сайтів та розміщувати їх на популярних порталах, які відвідують потенційні клієнти [1].

Використання технології «інтернет речей» (IoT) для покращення якості обслуговування.

Технологія «інтернет речей» (IoT) може допомогти підприємствам готельного господарства покращити якість обслуговування, зменшити витрати та підвищити ефективність. За допомогою IoT можна забезпечити автоматизацію процесів у готелі, наприклад, управління енергоспоживанням, оптимізацію розкладу прибирання номерів, контроль за рівнем запасів тощо.

Забезпечити безпеку даних та інформаційної системи.

Реалізація Інтернет-технологій пов'язана з ризиком порушення безпеки даних та інформаційної системи готелю. Тому, необхідно забезпечити високий рівень безпеки IT-інфраструктури та інформаційних ресурсів, використовуючи відповідні заходи, такі як шифрування даних, захист від зломів, вірусів та інших загроз.

Наприклад, готелі можуть використовувати електронні платіжні системи з шифруванням для зберігання кредитної інформації гостей, а також проводити регулярні перевірки безпеки своїх IT-систем [52].

Підтримувати зв'язок з гостями через соціальні мережі та месенджери.

У сучасному світі соціальні мережі та месенджери стали важливими засобами зв'язку між бізнесами та споживачами. Готелі можуть використовувати соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та інші, для взаємодії зі своїми гостями, пропонувати спеціальні пропозиції, розміщувати фото та відео з відпочинку в готелі, а також відповідати на запитання гостей.

Наприклад, готель може створити свою сторінку в Facebook та розмістити на ній фото та опис номерів, ресторанів, спа-центру та інших послуг, а також відповідати на запитання гостей та проводити опитування для отримання зворотного зв'язку.

Розвивати онлайн-присутність

Сучасний гість часто перш за все шукає інформацію про готель в Інтернеті. Тому має значення не тільки наявність власного сайту готелю, але і його якість та доступність. Крім того, варто звернути увагу на наявність профілів готелю в соціальних мережах та на різних бронювальних сайтах [14].

Використовувати персоналізацію

Підходи до кожного гостя як до індивідуальної особистості може значно покращити його враження від перебування в готелі. Для цього можна використовувати дані про попередні перебування гостя в готелі, його звички, бажання та запити.

Співпрацювати з туроператорами та бронювальними сайтами

Бронювальні сайти та туроператори можуть значно розширити аудиторію готелю, привернути нових клієнтів та збільшити обсяг продажів. Тому важливо уважно віднестися до вибору партнерів та дотримуватися взаємовигідної співпраці.

Використовувати інструменти digital-маркетингу

Digital-маркетингові інструменти, такі як контекстна реклама, email-маркетинг, соціальні мережі, можуть значно покращити ефективність маркетингової стратегії готелю [25].

Використання Big Data технологій: Використання Big Data технологій може допомогти підприємствам готельного господарства аналізувати великі обсяги даних, що стосуються їх клієнтів, щоб зробити більш обґрунтовані рішення. Збір і аналіз даних можуть допомогти готелям зрозуміти поведінку своїх клієнтів, їхні потреби та переваги, а також підвищити рівень персоналізації обслуговування. Наприклад, готель може збирати дані про те, які номери зазвичай замовляють клієнти з різних країн, які додаткові послуги їх цікавлять, щоб підібрати оптимальну пропозицію та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Використання інтелектуальних систем підтримки прийняття рішень: Використання інтелектуальних систем підтримки прийняття рішень може допомогти підприємствам готельного господарства ефективніше планувати свою діяльність та приймати рішення на основі аналізу великої кількості даних. Це може допомогти підприємствам знизити витрати на рекламу та маркетинг, залучати більше клієнтів та підвищувати рівень задоволеності клієнтів. Наприклад, система може аналізувати дані про попит на номери, ціни та конкуренцію, щоб зробити прогнози щодо попиту та запропонувати оптимальні ціни [46].

Ще однією важливою рекомендацією є використання систем управління готельним бізнесом (Hotel Management Systems, HMS). HMS можуть допомогти в управлінні резерваціями, обліку гостьових номерів, забезпеченні безпеки, контролю запасів та здійсненні розрахунків з гостями. HMS дозволяють зберігати всю інформацію в одному місці та дозволяють забезпечити високу точність та швидкість роботи. Для прикладу, система управління готелем Oracle Hospitality OPERA дозволяє керувати всіма аспектами готельного бізнесу, від управління резерваціями до ведення фінансової звітності. HMS дозволяють знизити витрати на управління готельним бізнесом та підвищити ефективність роботи.

Крім того, використання онлайн-платформ для бронювання готелів таких як Booking.com, Expedia, Hotels.com, TripAdvisor та інших, може значно

збільшити потік гостей до готелю. Ці платформи надають можливість гостям з усього світу забронювати номер у готелі в будь-який зручний для них час. Крім того, вони дозволяють готелям залучати нових клієнтів, збільшувати обіг та підвищувати лояльність клієнтів за рахунок надання різноманітних знижок та промоакцій. Наприклад, портал Booking.com дозволяє готелям встановлювати різні знижки та акції для залучення більшої кількості гостей [23].

Підприємства готельного господарства можуть використовувати Інтернет-технології для покращення процесів забезпечення безпеки та комфорту гостей. Наприклад, можна встановити системи «розумних номерів», які дозволяють гостям керувати електроприладами, світлом та іншими функціями номеру з використанням свого смартфона. Також можна встановити системи контролю доступу до номерів, які працюють за допомогою смарт-карт або мобільних додатків, що дозволяє забезпечити безпеку гостей та персоналу готелю [21].

Інша рекомендація – використання соціальних мереж для просування готельного бізнесу та залучення нових клієнтів. Підприємства готельного господарства можуть створювати сторінки в соціальних мережах, де вони можуть розміщувати фотографії та опис номерів, анонси подій та акцій, отримувати відгуки та відповідати на запитання потенційних гостей. Також можна використовувати рекламу в соціальних мережах для залучення нових клієнтів, налаштувавши таргетовану рекламу для певної аудиторії.

Зовнішньоекономічна діяльність у сфері індустрії базується на використанні інтернет-технологій та спеціально розробленого програмного забезпечення, що дозволяє здійснювати ефективну політику у галузі міжнародних розрахунків та взаєморозрахунків головних готельних мережевих офісів та їх філій, найбільших міжнародних готельних підприємств, мобільних інтернет-порталів. Готельні компанії продають сучасні інтернет-технології, і щодня намагаються слідувати за побажаннями гостя. Наприклад, готельєри активно застосовують веб-хостинг, як механізм

взаємодії готелю та мережі, що дозволяє збільшувати обсяг продажу номерного фонду та послуг безпосередньо через сайти. Готель орендує програмний пакет через міжнародні ланцюжки, що надає зовнішньоторговельні послуги такими інтернет-гравцями, як Momondo, Booking.com [16].

Так, готельний бізнес вибудовує зовнішньоторговельні відносини між міжнародними мережами та гостем, пропонуючи вигідно продати свої послуги. Дослідження показали, що найближчим часом в індустрії гостинності активно будуть використані технології блокчейн. Наприклад, провідні готелі США заявили про бажання формувати валютно-кредитні відносини між філією готелю і головними офісами з використанням блокчейн повідомила компанія Qiwi. Для перевірки функціонування своїх послуг учасники даної операційної торгової системи (майнери) формують справжність скоєних дій та створюють із записів транзакцій та платежів блоки для клієнтів. Використання інтернет-технологій у міжнародній готельній індустрії з урахуванням технології блокчейн – це розміщення мікропроцесорів у всіх сферах готельного обслуговування, постійна розробка нових маркетингових продуктів, які миттєво виконують будь-які бажання гостя, що ставить завдання для всіх учасників міжнародного ринку розробляти нові інтернет-продукти, товари, послуги та продавати їх, отримуючи прибуток. Це і передбачає управління статистичними даними, фінансовими потоками в міжнародних готельних мережах з метою реалізації стратегій ЗЕД в міжнародній індустрії гостинності [52].

Сьогодні гості реагують і купують надійний, вигідний і широко асортиментний контент, в основі якого лежать якісні сервіси та хмарні технології у вигляді переліку обчислювальних ресурсів, що оперативно надається, з високою доступністю, активний продаж яких забезпечить максимальні гарантії надання заброньованих послуг. Сплативши динамічний пакет, клієнт отримує ваучер готелю та авіаквиток на регулярний рейс у

вигляді договору пасажирів з авіакомпанією. Зазначимо, що після оплати відбувається оформлення гарантованої операції.

Спочатку в банках, а тепер і в готелях планується частково замінити персонал роботизованими механізмами, які зможуть обслуговувати клієнтів не гірше за свої біологічні аналоги. Завданням пристроїв стане реєстрація відвідувачів, тому зустріти їх вдасться одразу біля приймальної стійки. Розроблені фахівцями компанії Kokoro дані механізми отримали назву «Актроїдс». Вони здатні спілкуватися з відвідувачами готелю за рахунок можливості розпізнавання голосу, мови тіла та встановлення зі співрозмовником зорового контакту за допомогою відповідних датчиків та камер. Відкриття дверей без ключа відбувається за рахунок розпізнавання відвідувачів готелю. Налаштування режиму роботи кліматичного обладнання відбувається автоматично на основі поточних показників температури тіла, що зчитується спеціальними датчиками. Розробники Siri створили голосовий помічник, здатний бронювати готелі. Hyatt New-York реалізує стартап із розробки штучного інтелекту та проводить першу публічну демонстрацію свого керованого голосом помічника. В індустрії гостинності розгорнулася справжня гонка щодо впровадження елементів штучного інтелекту у всі сфери людського життя. Набирає популярності прояв ще однієї тенденції штучного інтелекту – роботи-консьєржі, тобто. онлайн-програми, здатні спілкуватися з гостем і найчастіше, які мають здатність до навчання. Над можливістю масового впровадження сервісних роботів працює, зокрема, команда Facebook під час створення нової платформи Messenger. Використовуючи штучний інтелект, зростає можливість продавати номери та надавати послуги за допомогою діджитал-послуг. Дуже мало агентств може запропонувати реальне комплексне бачення, що потрібно зробити готелю, щоб отримати позитивний результат: більше користувачів зайшли на сайт, дійшли бронювання, залишили відгук, зателефонували адміністратору тощо. За допомогою аналізу цифрових послуг експертами одного з інтернет-видань відзначено, що активне впровадження технологічних інновацій відбувається

окрім конгрес-номерів та готельних номерів, також і в зонах загального користування багатьох готелів. Наприклад, вихід в інтернет може бути на всій території готелю. Як правило, гості беруть із собою в дорогу щонайменше один гаджет, завдяки якому їхні колеги мають можливість з ними спілкуватися. Але для цього необхідно, щоб вихід у мережу мали не лише номери, а й переговорну кімнату чи кафе [38].

За допомогою радіомаяків (iBeacon) у гостей з'являється можливість для орієнтації в конгрес-залах та використання різноманітних сервісів. Так, у ресторані за допомогою спеціальних пристроїв зчитується інформація зі смартфона, після чого слідує пропозиція меню, яка складена з урахуванням його переваг. У разі реєстрації його в будь-якій програмі лояльності адміністрацією надаються «компліменти». Готелі намагаються купувати та активно продавати мобільні девайси, здатні призвести до швидкої та раптової розрядки. Тому готельєрам доводиться думати над серйозною реновацією зон загального користування. У ряді готелів відбувається встановлення бездротових зарядних станцій, які розраховані на кілька пристроїв. В окремих кафе вже можна спостерігати появу столів, що «підживлюють» смартфони. У деяких готелях гості вже вітаються співробітниками-роботами. Крім того, з їхньою допомогою часом відбувається встановлення зв'язку з партнерами, які не мають можливості для особистої присутності на зустрічі: на екрані андроїда можна спостерігати появу особи абонента. 65% користувачів соціальних мереж активніше реагують на візуальний контент, ніж текстовий. Деякі вчені стверджують, що у принципі 90% інформації людина сприймає візуально. Дослідження понад 500 мільйонів сайтів показало, що 86% користувачів, що зайшли до галереї, переглядають 10 і більше фотографій [30]. Готельний діджитал-маркетинг повинен перетворитися на комплекс різноспрямованих складових:

- дослідження онлайн-аудиторії, її поведінкової складової;
- залучення всіх можливих сегментів аудиторії;
- занурення співробітників готелю до цифрової комунікації з гостем;

- організація взаємодії із постояльцем після виселення.

У зовнішньоекономічній сфері індустрії гостинності іноземні мережі активно використовують мобільні механізми, які є безпосереднім посередником між готелем та мережею.

Найцікавішим є зараз технологія аналізу відгуків через пропозицію, які клієнти готелів надають після відвідування готелю, що одночасно є основою для замовлення майбутніх номерів. На сьогоднішній день 70% користувачів підбирають готелі на основі відгуків та оцінок. Так, провідні інтернет-портали проводять ретельний аналіз та моніторинг переваг користувача та забезпечують його корисною інформацією, акціями та знижками. Відповідно, сьогодні готелі борються за позитивну оцінку, так званих відгуків: користувач заходить на сайт, вибирає готель, що сподобався, пише коментар. Відповідно до числа рецензій, що надійшли, із зауваженнями або, навпаки, виключно носять позитивний характер, гість сайту автоматично вноситься в базу інтернет-порталу, і в майбутньому даний користувач отримуватиме вигідні повідомлення через смс-повідомлення або іншим шляхом [26].

Не варто забувати, що соціальні мережі мають величезний вплив на зовнішньоторговельну діяльність готелю. Гості, спілкуючись у Twitter, Facebook мають унікальну можливість забронювати номер, використовуючи модернізовані гаджети. Мережа Instagram надає можливість користувачеві, перебуваючи в певному місці, отримувати вигідні пропозиції та повідомлення у своєму обліковому записі. Таким чином, модель отримання Лайков підписок передбачає автоматичну можливість інформувати гостя. Тому головним трендом для готелів, що просувають себе в соціальних мережах, стає розробка та реалізація побудови унікальних стратегій присутності, що дозволяє готелю відбудуватися від своїх конкурентів. Наприклад, готелі часто використовують спеціальні модернізовані мобільні програми в межах всього готелю для доступності та зручності, що надається клієнту. Так, статистика показує, що в індустрії гостинності механізми забезпечення готельними послугами передбачають переважно розглянуту вище аналітику використання операцій в

інтернеті. Наприклад, фотографічна програма Емодзі набирає популярності у великих західних готелях. Наприклад, Radisson New York на своєму офіційному сайті вперше став використовувати емодзи для зручного сприйняття інформації. Гість може навіть не знати іноземної мови, але в готелі не загубиться. Емодзі використовується скрізь: в меню готелю, на вказівниках, аутлетах, на мобільних пристроях, у номерах [1].

У міжнародній практиці промисловість гостинності продає технологію емодзи з метою оцінки обслуговування готелю. Відповідні картинки градуються за шкалою. Таким чином, клієнту легше оцінити комфорт, рівень персоналу та сервісу у готелі.

Використання дорожніх карт дозволяє готельному підприємству визначити набір програм, мобільних ресурсів та документів між мережами та готелями. Таким чином, у статті розкрито найефективніші способи використання інтернет-послуг для індустрії гостинності. Наразі інформаційні технології виконують важливу місію у роботі з обслуговування гостей. Раніше більшість модернізованих сервісів готелю було не видно для клієнтів. Сьогодні ж вони стикаються з технологіями безпосередньо. Без ІТ-процесів стало складно уявити роботу готелів, оскільки вони значно полегшують роботу персоналу та справляють позитивне враження на гостей. ІТ-фахівці вважають, що найбільш важливими технологіями в даний час є ті, що орієнтовані на таку пряму взаємодію з клієнтами готелів. У всьому світі спостерігається зростання кількості бронювання готелів on-line . Наприклад, у Великобританії це близько 5-7% від усієї броні, у США – близько 10%, у прогресивних містах, таких як Нью-Йорк, Сан-Франциско, в деяких ресторанах on-line бронювання досягає 2530%. Клієнти почали розуміти, що пошук готелю в мережі набагато простіше, ніж за допомогою телефону. В Україні більш поширена практика пошуку закладу в інтернеті, але бронь, як і раніше, здійснюється по телефону. Отже, основними тенденціями інтернет-технологій найближчим часом будуть [41].

Веб-хостинг – дозволить компаніям орендувати програмні пакети, які зберігаються на віддаленому сервері в країнах, що приймають, і доступні через захищений веб-сайт. Найближчим часом в індустрії гостинності активно будуть використані технології blockchain. В останні півроку відзначається значне зростання до інтересу даного ланцюжка технологій. Інтернет-таблиці – дадуть можливість для збирання даних у режимі онлайн. Ці таблиці мають усі переваги стандартних таблиць, але в реальному часі, з перевіркою та консолідацією даних та автоматичним розрахунком.

Готельний діджитал-маркетинг повинен перетворитися на комплекс різноспрямованих складових:

- дослідження онлайн-аудиторії, її поведінкової складової;
- залучення всіх можливих сегментів аудиторії;
- занурення співробітників готелю до цифрової комунікації з гостем;
- організація взаємодії із постояльцем після виселення.

Аналіз впливу Інтернету показав, що компанія eMarketer вивчає вплив ринку готельного бізнесу. Багатьом стали звичними моніторинг рейсів чи онлайн-екскурсії. Готелі мають можливість контролювати водопровідний та опалювальний комплекси, безпеку, ліфти та ескалатори. В авіакомпаніях застосовуються датчики для контролю за станом літака, заздалегідь визначаючи необхідність ремонту. Технологія допомагає підприємствам аналізувати свою діяльність та активність користувачів, тим самим покращуючи власні послуги. Готелі стають зацікавленими у застосуванні технологій у міру її розвитку та здешевлення [52].

У підсумку зазначимо, що у Розділі 3 розкриті проблеми застосування Інтернет-технологій у сфері гостинності України, нижче зауважимо деякі з них:

- висока конкуренція;
- великі витрати на розробку та впровадження Інтернет-технологій;
- безпека даних;
- недостатня кількість кваліфікованих кадрів;

- культурні та менталітетні перешкоди;
- недостатня комп'ютерна грамотність працівників.

Також сформульовано низку пропозицій щодо впровадження Інтернет-технологій у діяльність підприємств готельного господарства :

- система управління готелем;
- розробка та оновлення веб-сайту;
- використання соціальних мереж та онлайн-реклами для просування готелю;
- використання технології «інтернет речей» (IoT) для покращення якості обслуговування;
- забезпечення безпеки даних та інформаційної системи;
- розвиток онлайн-присутності;
- використання персоналізації;
- співпраця з туроператорами та бронювальними сайтами;
- використання інструментів digital-маркетингу;
- використання інтелектуальних систем підтримки прийняття рішень.

Таким чином, впровадження сучасних Інтернет-технологій у діяльність підприємств готельного господарства є надзвичайно важливим для покращення якості обслуговування гостей та підвищення конкурентоспроможності готельних закладів. Інтернет-технології дозволяють забезпечити швидкий та зручний доступ до інформації про готель, його послуги та ціни, спростити процес бронювання, збільшити продажі та знизити витрати на рекламу та маркетинг. Проте, для ефективного використання Інтернет-технологій необхідно дотримуватись певних рекомендацій та враховувати особливості своєї готельної мережі та цільової аудиторії.

ВИСНОВКИ

У результаті теоретичного осмислення отриманих результатів кваліфікаційного дослідження та у відповідності до мети і поставлених завдань автор дійшов таких висновків:

1. Інтернет-технології є невід'ємною складовою сучасного світу, що стали доступними для всіх користувачів. Їх використання змінює не тільки спосіб спілкування, а й бізнес-процеси, культурні звичаї та спосіб життя.

Визначивши сутність Інтернет-технологій, можна сказати, що це набір інструментів, що дозволяють взаємодіяти та обмінюватися інформацією через глобальну мережу. До них належать соціальні мережі, електронна пошта, пошукові системи, онлайн-торгівля та багато іншого.

Історичні аспекти використання Інтернет-технологій вказують на те, що ці технології з'явилися у 1960-х роках та поступово стали доступні для широкої аудиторії. Зараз вони є необхідним інструментом для більшості галузей діяльності та використовуються практично у всіх країнах світу.

В цілому, можна стверджувати, що Інтернет-технології є невід'ємною складовою життя людей у сучасному світі та відіграють важливу роль у взаємодії між людьми та розвитку суспільства. Важливо розуміти, як правильно використовувати ці технології, щоб забезпечити безпеку та захист особистих даних, а також максимально ефективно використовувати їх для досягнення своїх цілей.

2. Інтернет-технології надають безліч можливостей для знаходження інформації, комунікації, покупок, розваг та інших сфер життя. Вони стають все більш важливими в нашому повсякденному житті та постійно розвиваються, щоб задовольняти потреби користувачів. Інформаційний вид інтернет-технологій, такі як ЗМІ, портали, блоги та пошукові системи, є одними з найважливіших, оскільки вони надають різноманітну інформацію. Наявність готельних порталів та каталогів дозволяє отримувати оперативну інформацію про готельні підприємства та їх діяльність. Власні веб-сайти готелів можуть значно розширити напрями їх діяльності та залучити більше

клієнтів завдяки зручності користування та збору даних про користувачів. Крім того, споживачі послуг індустрії гостинності можуть використовувати інтернет для пошуку та огляду закладів розміщення, харчування та туристичних об'єктів, а також для самостійного бронювання подорожей та отримання інформації про нові тури та програми лояльності. В цілому, інтернет-технології дозволяють нам отримувати доступ до безлічі корисної інформації та зручних сервісів, що значно полегшує наше життя.

3. Сучасні технології Інтернету мають великий потенціал для застосування в готельній галузі і можуть допомогти підприємствам підвищити ефективність своєї роботи, привабити нових клієнтів та покращити якість обслуговування. Крім того, вони можуть допомогти зменшити витрати на обслуговування та зберігання даних, оптимізувати бізнес-процеси та збільшити прибуток.

Однак для успішного використання сучасних технологій Інтернету в готельній галузі, підприємствам потрібно мати чіткий та детальний план використання технологій, враховуючи особливості їх бізнесу та потреби клієнтів. Також важливо забезпечити надійність та безпеку інформації, що передається та зберігається за допомогою технологій Інтернету.

Отже, використання сучасних технологій Інтернету є невід'ємною частиною успішної роботи готельних підприємств. Ці технології дозволяють підвищити ефективність бізнесу, привернути нових клієнтів та покращити якість обслуговування, що є ключовими факторами для успішного розвитку бізнесу в сучасному світі.

Сучасні технології Інтернету можуть допомогти готельному бізнесу у багатьох сферах. Одна з них - маркетинг та реклама. Використання соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram та Twitter, дозволяє бізнесу розміщувати оголошення, спілкуватися з клієнтами, досліджувати їх бажання та отримувати відгуки.

Крім того, інтернет-технології допомагають готелям та ресторанам зберігати дані та контролювати витрати. Вони можуть використовувати

хмарні технології для зберігання даних про клієнтів, що дозволяє легко отримувати доступ до необхідної інформації. Крім того, вони можуть використовувати інтернет-технології для контролю витрат на енергію, воду та інші ресурси.

Також, інтернет-технології можуть бути використані для покращення комунікації між різними підрозділами готелю або ресторану, що дозволяє зменшити час на обробку замовлень та запитів клієнтів, збільшити точність та зменшити кількість помилок.

Усі ці переваги допомагають готелям та ресторанам ефективніше конкурувати на ринку та збільшувати свою прибутковість. Використання інтернет-технологій дозволяє їм привернути більше клієнтів, підвищити рівень задоволеності клієнтів та зменшити витрати на рекламу та інші види рекламної діяльності.

Отже, готелі та ресторани повинні розглядати використання інтернет-технологій як необхідну умову для ефективної роботи та розвитку в сучасному світі. Вони можуть бути використані для оптимізації бізнес-процесів, приваблення нових клієнтів та підвищення рівня задоволеності поточних клієнтів.

4. "Premier Hotel & Resorts" - перший готельний оператор в Україні, заснований у 2003 році. Першими готелями мережі стали Premier Palace Hotel у Києві та "Ореанда" в Ялті. Генеральним директором є Олег Болотов. Найбільші об'єкти мережі - Premier Palace Hotel, Premier Hotel Rus, Premier Hotel Lybid - розташовані у Києві, а Premier Hotel Dnister - у Львові.

Останніми роками готельна мережа "Premier Hotel & Resorts" постійно вдосконалює свої Інтернет-технології в Києві, щоб задовольнити потреби своїх гостей та забезпечити комфортний та зручний відпочинок. Аналіз використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності "Premier Hotel & Resorts" на кінець 2021 року свідчить про те, що компанія успішно використовує ці технології для покращення якості своїх послуг та приваблення нових клієнтів.

Сайт компанії є інформативним та добре структурованим, але його потрібно оновити та оптимізувати для поліпшення швидкості завантаження та зручності використання на мобільних пристроях. Крім того, компанія успішно використовує соціальні медіа та інші Інтернет-маркетингові канали для приваблення клієнтів та збільшення своєї популярності.

Незважаючи на успіх у використанні Інтернет-технологій, компанія може поліпшити свої послуги за допомогою нових технологій, таких як мобільні додатки для бронювання та інтеграція штучного інтелекту для покращення персоналізації та зручності використання послуг.

Отже, можна зробити висновок, що Premier Hotel & Resorts успішно використовує сучасні Інтернет-технології для покращення якості своїх послуг та приваблення нових клієнтів, але має потенціал для подальшого розвитку та удосконалення своїх технологій з метою досягнення ще більшого успіху.

5. На сьогоднішній день використання Інтернет-технологій у сфері гостинності України можна назвати активним, але все ще існують проблеми, які потребують вирішення.

Одна з найбільших проблем полягає у недостатній розвиненості електронних сервісів та додатків для замовлення та бронювання готелів, ресторанів та інших закладів гостинності. Багато компаній мають застарілі технології, що призводить до нестабільності роботи сайтів та мобільних додатків. Крім того, багато з них не забезпечують можливості онлайн-оплати, що ускладнює процес бронювання та призводить до втрати клієнтів.

Інша проблема - недостатня кількість ресурсів, присвячених туризму та гостинності. Не всі готелі, ресторани та інші заклади мають власні сайти, а ті, які мають, не завжди досить інформативні та зручні для використання. Це ускладнює процес знаходження та вибору підходящих місць для відпочинку, особливо для іноземних туристів.

Також проблемою є недостатня кількість високоякісних послуг з розробки та просування сайтів та мобільних додатків для готелів та інших

закладів гостинності. Багато компаній не мають власних ІТ-фахівців, які могли б забезпечити якість технічної підтримки та розвитку Інтернет-технологій.

Отже, необхідно продовжувати працювати над вирішенням цих проблем, щоб підвищити якість гостинних послуг в Україні та залучити більше туристів. Для цього варто забезпечувати навчання та підтримку для готелів та інших закладів гостинності щодо використання Інтернет-технологій та залучення високоякісних ІТ-фахівців для розробки та просування веб-сайтів та мобільних додатків.

Додатково, потрібно забезпечувати якість Інтернет-підключення в готелях та інших закладах гостинності, щоб туристи могли користуватись Інтернетом у будь-який час. Також важливо забезпечувати безпеку та конфіденційність даних гостей, які користуються Інтернет-технологіями в готелях та інших закладах гостинності.

Усі ці проблеми можуть бути вирішені шляхом співпраці між урядом, готелями та іншими закладами гостинності, ІТ-компаніями та високоякісними ІТ-фахівцями. Розробка та впровадження ефективних Інтернет-технологій у готелях та інших закладах гостинності буде корисною як для туристів, так і для господарств України.

6. Інтернет-технології є важливим інструментом для покращення якості обслуговування в сфері готельного господарства та забезпечення конкурентоспроможності готелів. Для ефективного використання цих технологій, пропонуються наступні рекомендації:

- Впровадження систем управління готелем, яка дозволить забезпечити більш ефективну роботу з обліку бронювань, нарахуванні платежів, контролю за запасами та іншими процесами.

- Розроблювати та оновлювати веб-сайти готелей, де має бути доступна актуальна інформація про готель, його послуги та ціни. Важливо, щоб сайт був пристосований до мобільних пристроїв.

- Використовувати соціальні мережі та онлайн-рекламу для просування готелю. Наприклад, створюйте сторінку готелю в Facebook,

Instagram та інших соціальних мережах та розміщуйте рекламні оголошення на Google та інших сайтах.

- Використовувати технологію "інтернет речей" (IoT), яка дозволить покращити якість обслуговування гостей, наприклад, автоматично налаштувати клімат-контроль у номерах.

- Забезпечувати безпеку даних та інформаційної системи. Для цього можна використовувати захисні програми та вимагати від своїх працівників дотримуватись правил безпеки даних.

- Розвивати онлайн-присутність, що дозволить залучити більше клієнтів та збільшити продажі.

- Використовувати персоналізацію, яка дозволить підібрати індивідуальний підхід до кожного гостя.

- Співпрацювати з туроператорами та бронювальними системами, що дозволить залучити більше туристів. У цьому випадку важливо мати якісний контент про готель на сайтах туроператорів та бронювальних системах, а також забезпечити своєчасне оновлення цін та доступності номерів.

- Надати гостям можливість здійснювати онлайн-замовлення послуг та екскурсій, що дозволить покращити якість обслуговування та збільшити прибуток готелю.

- Застосовувати аналітичні інструменти для відстеження та аналізу даних про клієнтів, що підвищить ефективність маркетингових кампаній та покращить якість обслуговування.

Узагальнюючи, використання Інтернет-технологій є важливим елементом розвитку готельного бізнесу. Їх ефективне використання дозволяє залучати більше клієнтів, підвищувати якість обслуговування та збільшувати прибуток готелю. Важливо забезпечувати безпеку даних та інформаційної системи, а також використовувати аналітичні інструменти для відстеження та аналізу даних про клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Андрющенко А., Рублевська Н., Мороз О. та ін. Інтернет-технології в сучасному готельному бізнесі. *Економіка та держава*. 2016. С. 96-98.
2. Афонін Є. Використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності готельного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницький: ХНУ. 2016. С. 50-54.
3. Бабак Л.М., Гаєва І.І. Моделі відкритих даних у культурно-мистецькій сфері: теорія та практика. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*. К.: НБУВ. 2016. № 43.
С. 74-81.
4. Башта А. Використання інтернет-технологій у готельному бізнесі. *Науковий вісник Полісся. Житомир: Полісся*. 2016. № 1(9).
С. 48-53.
5. Божко Н. Б., Маслак Н. В., Вдовиченко В. В. Інформаційні технології у сучасному готельному бізнесі. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2020. С. 24-26.
6. Бочарова Ю. Переваги використання інформаційно-комунікаційних технологій в готельному бізнесі. *Інформаційні технології в освіті, науці та техніці*. К.: ВПІ, 2017. С. 67-69.
7. Буряк Є., Лапа І., Сорокоумов О. Використання інтернет-технологій в готельному бізнесі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. №2. С. 245-252.
8. Волощук, Н., Шепета, І., Липко, В., та ін. Інтернет-технології в готельному бізнесі України. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. Економіка. 2015. С. 110-113.

9. Герасименко А. Інтернет-технології в готельному бізнесі: світовий досвід та українська практика. *Туризм і курорти*. 2015. № 4. С. 45-52.
10. Гладуняк Ю.В. Державне регулювання розвитку готельного господарства: проблеми та перспективи. *Наук. вісн. Нац. ун-ту держ. податкової служби України* (економіка, право). 2019. №3. С. 29-36.
11. Гончаренко І.В. Технології збільшеного та змішаного реалістичного середовища в інтернет-маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2020. №1. С. 99-112.
12. Грабовська О. М., Ходос О. О. Впровадження системи електронного бронювання готелів як фактор розвитку туристичного ринку України. *Молодий вчений*. 2018. С. 64-68.
13. Григор'єва Л.В., Журкова С.В. Використання мультимедійних технологій у вихованні студентів університету культури і мистецтв. *Інформаційні технології і засоби навчання*. Т. 54. №1. 2016. С. 83-96.
14. Гудима, В., Левченко, О. Інтернет-технології в готельному бізнесі України: розвиток та перспективи. *Готельно-ресторанний бізнес*. № 2. 2016. С. 24-29.
15. Гунченко О. Використання інтернет-технологій у розвитку готельного бізнесу. *Економічні науки*. №3(53). 2018. С. 143-146.
16. Гутарова І. Аналіз використання інтернет-технологій у готельній галузі України. *Інтернет-маркетинг в Україні*. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4764> (дата звернення: 04.01.2023).
17. Дейнеко І. Г. Використання інформаційних технологій в готельному бізнесі. *Економічні інновації*. Харків: ХНУ. 2019. С. 91-94.
18. Денисенко М.П., Бреус С.В. Сучасний стан розвитку туристичної сфери у контексті управління готельним бізнесом. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. С. 105-110.

19. Денисенко М.П Шевчук Ю.А. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку : Тези доп. ІІ Міжнар. науково-практ. конф., м. Херсон, 28 квіт. 2020 р. С. 129–131.
20. Жовнір С.В. Впровадження e-commerce в туристичну галузь України. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту*. 2018. С. 50-58.
21. Заболотна Ю.А., Шутов Ю.С. Використання хмарних технологій у бібліотечній діяльності. Інформаційні технології і засоби навчання. 2015. С. 1-12.
22. Земліна, Ю., Ліфіренко, О. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2019. С. 121-131.
23. Іващенко О.Л. Вплив електронної комерції на туристичну індустрію. *Молодий вчений*. № 11. 2018. С. 394-397.
24. Комісаренко Н. Сучасні інтернет-технології в готельному бізнесі. *Туризм і курорти*. №3(86). 2017. С. 25-32.
25. Кононенко О.В. Електронна комерція в сфері туризму: тенденції та перспективи розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. № 2. 2018. С. 186-196.
26. Концепції розвитку туризму та використання інформаційно-комунікаційних технологій. *Економічні науки*. № 3. 2019. С. 92-98.
27. Костіна О., Донець І. Використання інтернет-технологій у готельному бізнесі. *Маркетинг в Україні*. №3(62). 2017. С. 34-43.
28. Крамаренко В.О., Литовська О.В. Використання мережевих технологій у веб-розробці. *Інформаційні технології і комп'ютерна інженерія*. Т. 49, №1. 2020. С. 50-57.
29. Кропивницький, Є. Актуальні питання впровадження інформаційних технологій в готельному бізнесі. *Економіка і підприємництво*. 2018.

URL:http://economy.knteu.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3439&catid=25&Itemid=248&lang=uk (Дата звернення: 22.11.2022)

30. Кулініч, Т. Інтернет-технології у готельному бізнесі. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2018. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua> (Дата звернення: 11.02.2023).

31. Кучер М.С. Методи та засоби веб-аналітики в інтернет-маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. №3. 2021. С. 78-91.

32. Левкович І.В., Кулинич Л.О., Івасенко І.В. Впровадження онлайн-бронювання готелів в Україні: переваги та недоліки. *Економічний часопис*. 2018. С. 51-54.

33. Лесик Р.В. Інтернет-маркетинг як інструмент розвитку туризму в Україні. *Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В.О. Сухомлинського*. №2. 2015. С. 206-211.

34. Липницька І. В., Матяж О. О. Інтернет-технології у туризмі: можливості та виклики. *Економічні науки*. 2019.С. 130-135.

35. Литвин, С. В., Тимченко, О. І. Зв'язок інноваційних технологій в туризмі зі змінами у підходах до планування подорожей. *Туризм: наука, технології, практика*. 2019. С. 11-17.

36. Литвиненко А., Марченко Ю. Інтернет-технології у сфері готельного бізнесу. *Економічні науки*. №1(56). 2019. С. 172-176.

37. Люлько М., Качан О., Самойлова Т. та ін. (2015). Інтернет-технології в сучасному готельному бізнесі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. С. 133-141.

38. Максимова Л., Хоменко Є. Особливості використання Інтернет-технологій в готельному бізнесі, *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*, №4, 2014. С. 90-96.

39. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. 2019. 472 с.

40. Мартиченко І., Светлична Н. Інтернет-технології як інструмент забезпечення конкурентоспроможності готелів. *Економіка і підприємництво*. 2014. С. 67-71.
41. Мархонос С.М., Турло Н.П. Аналіз сучасного стану та фінансове забезпечення розвитку готельного господарства України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. №14. 2017. С. 35-40.
42. Міщанін В. Інтернет-технології в туристичному та готельному бізнесі. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку : *матеріали Міжнар. науково-практ. конф.* С. 146–148.
43. Моїсеєнко О.О., Курганська І.Ю. Застосування мережевих технологій в електронному бізнесі. *Інформаційні технології і комп'ютерна інженерія*. Т. 51. №1. 2022. С. 65-72.
44. Мороз О.Г. Автоматизована система управління документообігом в державному закладі культури. *Інформаційні технології і засоби навчання*. Т. 64, №6. 2018. С. 149-158.
45. Нестеренко О. Коваль О. Аналіз впровадження інтернет-технологій у готельний бізнес. *Економіка і управління підприємствами*. 2019. URL: <http://www.eup-journal.com/index.php/journal/article/view/107> (дата звернення: 13.01.2023).
46. Носенко І.А. Використання мережі Інтернет у сучасному готельному бізнесі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. № 4. 2018. С. 168-174.
47. Овдійчук, І. М. Інноваційні технології в готельному бізнесі. *Економічні інновації*. № 87. 2020. С. 37-41.
48. Огнев'юк О. Сидорова А. Використання інформаційних технологій у готельному бізнесі. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvis_2016_6_42 (дата звернення: 09.10.2022).

49. Поліщук І. Використання Інтернет-технологій в готельному бізнесі. *Стратегічні пріоритети*. Т. 1. 2015. С. 102-108.
50. Попадинець Т., Герасимчук О., Жижко О. та ін. Інтернет-технології в готельному бізнесі: аналіз та перспективи розвитку. *Економіка та держава*. 2016. С. 99-101.
51. Руденко А. Г., Луцик Н. М. Впровадження технологій інтернет-маркетингу в готельному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2017. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2017/51.pdf.
52. Руденко, А. Г., Марущак, О. В. Звинувачення в домінуючій позиції Google на ринку онлайн-бронювання готелів: імпакт на користувачів та конкурентів. *Проблеми економіки*. № 2. 2020. С. 47-52.
53. Сліпчишин Л. Інтернет-технології як чинник підвищення конкурентоспроможності готелів. *Технології та дизайн сучасного готельного бізнесу*. № 2. 2014. С. 84-91.
54. Шевченко Н.В Муха А.М. Впровадження онлайн-бронювання готелів як стратегічного інструменту розвитку туристичного бізнесу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. № 29. С. 56–60.
55. Шершньова О.П. Податкова система в інтернет-маркетингу: проблеми та перспективи. *Економіка та держава*. 2021. №5. С. 94-100.
56. Buhalis, D., & Law, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism management*. 2008. С. 609-623.
57. Gao, J., Xiang, Z., Li, X., & Zhao, D. Determinants of travelers' continuance intention to use mobile apps: A perspective of the push-pull-mooring framework. *Journal of Travel Research*. 2015. С. 542-556.
58. Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., & O'Leary, J. T. Information and communication technologies in tourism 2006: Proceedings of the international conference in Lausanne, Switzerland, 2006. *Springer Science & Business Media*. 2006.

59. Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. C. 727-750
60. Liang, X., Li, Y., & Liang, Y. Enhancing the competitiveness of hospitality and tourism organizations through information technology. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2018. C.14-22.
61. Lukáč, M. (2018). Application of Information and Communication Technologies in the Tourism Industry. Springer.
62. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. *In The Routledge Handbook of Transport Economics*. 2015. C. 375-394
63. Page, S. J. *Tourism Management: Managing for Change* (4th ed.). Routledge. 2014.
64. Premier Hotels and Resorts. URL: https://www.phnr.com/ua/about_us.
65. Reikartz Hotel Group. URL: <https://www.reikartz.com/uk/hotels>.
66. Royal Hotels and SPA Resorts (Royal Hospitality Group). URL: <https://rhg.com.ua/ua>.
67. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). Порівняльний аналіз основних платформ онлайн-відгуків: наслідки для аналізу соціальних медіа в галузі гостинності та туризму. *Туристичний менеджмент*. 58, 51-65.
68. Ye, Q., Law, R., & Gu, B. Вплив онлайн-відгуків користувачів на продажі готельних номерів. *Міжнародний журнал гостинності*. 2009. С. 180-182.
69. Zhang, L., & Wu, X. (2019). Відгуки про готелі та їх вплив на онлайн-бронювання: докази з Китаю. *Журнал досліджень у галузі туризму*. 2019. С. 1307-1320.

ДОДАТКИ

Додаток А

Логотип готельної мережі

Ф
PREMIER
HOTELS AND RESORTS

Джерело[64].

Додаток Б

Чотиризірковий готель Premier Hotel Miskolc



Джерело: [56].