

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2023 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

Тема:

**ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА
УКРАЇНИ**

Виконавець: здобувач вищої освіти групи 413 групи **Яцюк Вікторія
Олександрівна**

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Мархонос Світлана Миколаївна**

Нормоконтролер: _____ **Борисюк Оксана Анатоліївна**
(підпис) (П.І.Б.)

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
« ____ » _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Яцюк Вікторія Олександрівна
(П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Діджиталізація готельного господарства України» затверджена наказом ректора № 400 /ст від «27» березня 2023 р.
2. Термін виконання роботи: з «29» березня 2023 р. по «25» червня 2023 р.
3. Вихідні дані роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу матеріалів періодичних видань, нормативно-правових актів, статистичних даних та інформаційних ресурсів Інтернет.
4. Зміст пояснювальної записки: аналітичний огляд літературних джерел з тематики диплому. Збір та аналіз статистичних даних щодо впровадження діджиталізації уготельному господарстві України та інших країн світу. Виявлення проблем запровадження діджиталізації готельного господарства, аналіз та прогнозування перспектив та заходів удосконалення діджиталізації готельного господарства в Україні.

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади діджиталізації готельного господарства

РОЗДІЛ 2. Дослідження діджиталізації готельного господарства України

РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи діджиталізації готельного господарства України

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис.1.1 Етапи надання готельних послуг, Рис.1.2 Функції сфери надання послуг, Таблиця 2.1 Основні показники діяльності колективних засобів розміщування в Україні у 2019-2020 рр., Рис.2.1. Структура розміщення КЗР в регіонах України, %, Таблиця 2.2 Підприємства готельного господарства України, що пройшли екологічну сертифікацію Green Key, Рис.2.2 Міжнародний знак якості, що присуджується готелям за досягнення у сфері захисту навколишнього середовища, Рис.2.3 Вплив маркетингових цифрових технологій на перетворення сфери готельного бізнесу, Рис.2.4 Інструменти цифрового маркетингу готелю, Таблиця 2.3 Рейтинги використання цифрових платформ міжнародними готельними мережами.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	02.05-06.05.2023	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	07.05-08.05.2023	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних засад діджиталізації готельного господарства. Написати перший розділ.	08.05-14.05.2023	Виконано
4.	Провести дослідження готельного господарства України. Написати другий розділ роботи.	09.05-16.05.2023	Виконано
5.	Виявити проблеми та перспективи розвитку діджиталізації готельного господарства України. Написати третій розділ роботи та висновки.	17.05-25.05.2023	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	26.05-31.06.2023	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	01.06-07.06.2023	Виконано

8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	08.06- 12.06.2023	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.		

7. Дата видачі завдання: «02» травня 2023 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Мархонос С.М.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Яцюк В.О.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Діджиталізація готельного господарства України»: 66 сторінок, 6 рисунків, 3 таблиці, 59 використаних літературних джерел та 1 додаток.

Об'єкт дослідження – готельне господарство України.

Предмет дослідження – діджиталізація підприємств готельного господарства України.

Мета дослідження – виявлення проблем запровадження діджиталізації готельного господарства та надання пропозицій щодо заходів удосконалення діджиталізації готельного господарства в Україні.

Методи дослідження: метод статистичного аналізу та синтезу, метод порівняльного аналізу, методи прогнозування та побудови графічних моделей, теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження, а також методи групування, абстрагування та узагальнення.

Результати дипломної роботи можуть бути використані при розробці спецкурсів для студентів спеціальності «Туризм». Використані в роботі статистичні дані, таблиці, діаграми можуть бути використані у якості демонстраційного навчального матеріалу. Результати дослідження, зокрема, в частині аналізу та прогнозування перспектив діджиталізації готельного господарства в Україні мають прикладний характер та можуть бути корисними для роботи готельних господарств України.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ, АВТОМАТИЗАЦІЯ ГОТЕЛІВ, ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ, DIGITAL-МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	10
1.1. Сутність та складові готельного господарства.....	10
1.2. Діджиталізації готельного господарства як складова інноваційного розвитку.....	17
1.3. Міжнародний досвід запровадження діджиталізації готельного бізнесу....	21
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....	25
2.1. Аналіз розвитку готельного господарства України.....	25
2.2. Сучасні інновації та технології готельного господарства України.....	30
2.3. Digital-маркетинг готельного господарства України.....	41
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....	49
3.1. Проблеми запровадження діджиталізації готельного господарства	49
3.2. Перспективи та заходи удосконалення діджиталізації готельного господарства в Україні.....	52
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність дослідження. За останні кілька років діджиталізація стала однією з найбільш актуальних та важливих тем для різних галузей, включаючи готельне господарство. Швидкий розвиток технологій і зростаюча залежність людей від цифрових рішень перетворили діджиталізацію на необхідний елемент поліпшення якості та ефективності готельних послуг.

Однією із головних переваг використання сучасних технологій у готельній галузі є можливість підвищити рівень обслуговування гостей. Наприклад, впровадження мобільних додатків дозволяє гостям здійснювати онлайн-реєстрацію, замовляти послуги номеру, звертатися до персоналу готелю та отримувати інформацію про місцеві пам'ятки та події. Це забезпечує гостям зручність, а персоналу - можливість більш ефективно виконувати свої обов'язки.

Крім того, використання цифрових технологій у готельній галузі допомагає покращити ефективність бізнес-процесів. Наприклад, автоматизація процесів бронювання, управління запасами та фінансового обліку дозволяє зменшити час та зусилля, необхідні для виконання цих завдань. Такі технології також допомагають управлінцям готелів збирати та аналізувати дані про гостей, що дає змогу приймати кращі рішення щодо вдосконалення послуг та підвищення задоволення клієнтів.

Діджиталізація готельного господарства має також велике значення для конкурентоспроможності на глобальному туристичному ринку. В умовах зростаючої конкуренції між готелями з усього світу, впровадження сучасних технологій дозволяє готелям покращити свою привабливість для туристів.

Україна, яка має значний потенціал у галузі туризму, має унікальну можливість використовувати діджиталізацію для підвищення якості готельних послуг та привабливості для міжнародних туристів. Завдяки цифровим інструментам та технологіям, українські готелі можуть покращити свою ефективність, забезпечити персоналу необхідні інструменти для взаємодії з гостями та підвищити рівень задоволення клієнтів.

Однак, діджиталізація готельного господарства України є складним та багатогранним процесом, що потребує комплексного дослідження та визначення оптимальних стратегій впровадження.

Об'єкт дослідження – готельне господарство України.

Предмет дослідження – діджиталізація підприємств готельного господарства України.

Мета дослідження – виявлення проблем запровадження діджиталізації готельного господарства та надання пропозицій щодо заходів удосконалення діджиталізації готельного господарства в Україні.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- проаналізувати та розкрити сутність та складові готельного господарства;
- проаналізувати діджиталізації готельного господарства як складову інноваційного розвитку;
- проаналізувати міжнародний досвід запровадження діджиталізації готельного господарства;
- проаналізувати розвиток готельного господарства України;
- дослідити та охарактеризувати сучасні інновації та технології готельного господарства України;
- проаналізувати Digital-маркетинг готельного господарства України;
- проаналізувати та визначити проблеми запровадження діджиталізації готельного господарства України та спрогнозувати перспективи та заходи удосконалення діджиталізації готельного господарства в Україні.

Методи дослідження: метод статистичного аналізу та синтезу, метод порівняльного аналізу, методи прогнозування та побудови графічних моделей, теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження, а також методи групування, абстрагування та узагальнення.

Джерела при написанні дипломної роботи: наукові праці вітчизняних та іноземних дослідників вчених, статистичні дані, нормативно-правові акти, інтернет-ресурси з матеріалами щодо практичного запровадження процесів

діджиталізації готельного господарства та ін.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі актуальних аспектів цифрової трансформації готельної індустрії в Україні, що вносить вагомий внесок у розвиток дослідницької галузі.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дипломної роботи можуть бути використані при розробці спецкурсів для студентів спеціальності «Туризм». Використані в роботі статистичні дані, графіки, діаграми можуть бути використані у якості демонстраційного навчального матеріалу. Результати дослідження, зокрема, в частині аналізу та прогнозування перспектив діджиталізації готельного господарства в Україні мають прикладний характер та можуть бути корисними для роботи готельних господарств України.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Сутність та складові готельного господарства

Готельне господарство є надзвичайно важливим у сфері туризму, і є важливою його складовою, адже виконує ряд надзвичайно важливих функцій. Тож розберемо це питання детальніше. Готельне господарство – це частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху та облаштування населення.

З розвитком саме готельного господарства тісно пов'язаний розвиток туризму будь-якої місцевості, вдосконалення робочих стосунків та відносин, а також виробничих справ. Якщо ми візьмемо до уваги досвід інших країн, то можна помітити позитивний вплив готельного господарства, що внаслідок забезпечує населення відповідними послугами, адже галузь потребує залучення населення до діяльності, надає робочі місця, а умови постійної конкуренції забезпечують рентабельну їх роботу [29].

Туристи та інші групи населення користуються різними типами готелів, такими як заклади відпочинку (пансіонати, бази відпочинку, турбази, будинки), мотелі; спеціалізовані заклади (транспортні засоби розміщення, молодіжні табори та центри відпочинку, кемпінги) та лікувально-оздоровчі заклади (санаторії-профілакторії, пансіонати з лікуванням, санаторії). Готельна індустрія стрімко розвивається, приносячи зростання фінансових надходжень, включаючи валютні кошти.

Типізація та класифікація готелів є надзвичайно важливою, оскільки розвиток готелів має прямий вплив на рівень розвитку готельного бізнесу. Давайте розглянемо, що таке готель. Готель - це підприємство, яке надає кімнату для тимчасового проживання людей на період не більше 45 діб. Залежно від рівня готелю, можуть надаватися різноманітні додаткові послуги.

На сьогоднішній день готелі відрізняються між собою за багатьма показниками, такими як рівень комфорту, забезпечування харчуванням, цінова політика, місцезнаходження, місткість, функціональне призначення, кількість поверхів, режим роботи і багато іншого. Кожен з цих факторів впливає на процес будівництва, проектування та розміщення готелю, а також сприяють різному складу готельних приміщень. Рівень комфорту, призначення, місткість, поверховість є основними ознаками при характеристиці готелів.

Класифікаційна система використовується для поділу готелів на категорії залежно від певних критеріїв. Зазвичай виділяють офіційний та професійний підходи до класифікації. Офіційний підхід займається розробкою, розповсюдженням та впровадженням комплексу вимог щодо якості та комфорту закладу і регулюється державними органами (наприклад, в Україні, Греції, Італії). Професійний підхід до класифікації займають недержавні об'єднання та асоціації у галузі гостинності, прикладом такого підходу можуть бути Австрія та Швейцарія [29].

Також класифікація закладів розміщення відбувається за певними критеріями:

1. Оформлення й обладнання інтер'єру;
2. Стан будівлі, транспортна доступність, інфраструктура облаштування прилеглої території;
3. Характеристика громадських приміщень, наявність конференц – зали, холу, тощо;
4. Наявність закладів харчування в готелі та їх стан;
5. Стан номерного фонду (стан номерів, частка 1-2 містних, зручності в номері, тощо);
6. Рівень підготовки та якість обслуговування персоналу;
7. Матеріально-технічне забезпечення (стан меблів, інвентарю, тощо);
8. Номенклатура та якість пропозицій, додаткових платних та безкоштовних послуг;
9. Рекламно-інформаційне та інформаційно-технічне забезпечення;

Ці всі критерії застосовують до всіх систем класифікації. До персоналу в свою чергу також висуваються вимоги щодо знання іноземних мов, зовнішнього вигляду, кваліфікації, віку, освіти.

Загалом в світі існує понад тридцять систем класифікації, в основі яких лежить рівень комфорту. Втім найрозповсюдженішими є:

1. Європейська система, яку ми знаємо як систему «зірок», яка оснований на розподілі готелів від однієї до п'яти зірок та базується на національній системі класифікації Франції. Саме таку систему ми використовуємо в Україні, як і Єгипет, Австралія, Угорщина й інші.

2. Система літер, яка застосовується в Греції (A,B,C,D + De Lux);

3. Система корон, що зустрічається у Великобританії, де дві корони дорівнюють одній зірці, які є червоні та чорні.

4. Індійська система, яка використовується в країнах, що розвиваються, і використовує систему балів.

В Україні готелі класифікуються за європейською системою, тобто існує два стандарти, які регламентують діяльність суб'єктів готельного господарства, серед яких: «Послуги туристичні. Класифікація готелів» 2003 року та «Послуги туристичні. Заклади розміщення. Загальні вимоги» 2006 р. Тож в Україні готелі поділяються на п'ять категорій (зірок), що визначає ряд критеріїв готелю [28].

Готелі з однією зіркою в Україні мають до 50 номерів і будуються з недорогих будматеріалів. Вони мають світлову вивіску та озеленення навколо готелю. Площа одномісних номерів становить 8 м², двомісних – 10м², а номерів для трьох гостей – 14м². В кожному номері обов'язково є ліжко з комплектом білизни, гардини на вікнах, вішалка, килим, склянка для кожного гостя, щітка для одягу, зручності у ванній кімнаті, цілодобова робота, праска, холодна і гаряча вода в умивальнику, інформаційні матеріали. Обов'язковими послугами для готелів з однією зіркою є зміна білизни раз на три дні, виклик таксі та щоденне прибирання номера.

Готель з двома зірками має все, що має однозірковий готель, але одномісні номери - 9 м², двомісні - 12 м², для трьох гостей – 16 м². Додається обов'язково

бар, кафе чи ресторан, а також послуги з бронювання, або продажу квитків дорозважальних закладів.

У готелі з трьома зірками, площа одномісного номеру становить 10м², а двомісного – 14м². Крім того, готель має своє неповторне оформлення, унікальний архітектурний стиль, меблі та обладнання середньої вартості. Він має два окремі входи та спеціально оформлену рецепцію. У номері знаходяться замок з запобіжником, загальне й місцеве освітлення, розетки, телевізор з холодильником, тумбочки, шафа, вішалки, стільці, стіл, жалюзі, дзеркало, письмове приладдя, інформаційні матеріали. Крім цього, для кожного гостя надаються 3 рушники та кошик для сміття. До обов'язкових послуг входить піднесення багажу, щоденне прибирання номеру, заміна постільної білизни кожні 3 дні, прання, сейф у рецепції, можливість обміну валюти, прокат туристичного інвентарю та сніданки.

Площа готелів з чотирма зірками також збільшується. Розміри номерів для одного гостя становлять 12м², а для двох гостей -15 м². У кожному номері є міні-бар, міні-сейф, журнальний столик, швацький набір, набір для приготування чаю та кави, а також щоденна доставка мінеральної води об'ємом 0,2 л на кожного гостя, пакети для пральні та хімчистки. Ванна кімната обладнана феном, чотирма рушниками та пакетами гігієнічних засобів. В готелі є банкетний зал, актовий зал, бізнес-центр, басейн, сауна, спортзал, перукарня та камера для зберігання цінних речей. Надаються обов'язкові загальні послуги, такі як щоденна заміна постільної білизни, організація зустрічей та проводів гостей, цілодобова робота принаймні одного бару та необхідність знання щонайменше двох іноземних мов.

Готелі з п'ятьма зірками мають унікальний дизайн, прикрашений авторськими роботами та живими квітами. Меблі в цих готелях є вишуканими та відповідають одному стилю. Тут також присутні підвищені механізми безпеки, наявність телефону, халата та тапочок, додаткового бару, медичного кабінету та послуги паркування автомобілів, забезпечувані персоналом. Такі готелі вимагають володіння працівниками як мінімум двома-трьома іноземними мовами.

Класифікація підприємств готельного господарства була розроблена Світовою організацією торгівлі. Засоби розміщення розділяються на дві основні групи. Перша група охоплює колективне розміщення, що включає готелі та аналогічні заклади, спеціалізовані установи, такі як оздоровчі табори праці та відпочинку, а також інші колективні заклади, що призначені для відпочинку, такі як помешкання для відпочинку та майданчики для кемпінгу. Друга група включає індивідуальні засоби розміщення, такі як приватні помешкання, орендовані кімнати в сімейних будинках, оренда житла через приватні сім'ї або агентства, а також житло, що надається родичами або знайомими.

Типізація сучасних готельних підприємств має свої ознаки [53].

За розташуванням готелі можуть відрізнятися залежно від місця розташування: в центрах міст, курортних містах, сільській місцевості, на транспортних засобах або пришляхових територіях.

За місткістю номерного фонду в різних країнах визначається різними способами. У нас невеликі готелі мають до 150 номерів, середні - від 150 до 299 номерів, великі - від 300 до 600 номерів, а мега-готелі мають понад 600 номерів. У світі загалом 16% готельного номерного фонду зосереджені в малих і середніх готелях.

За рівнем цін готелі бувають: бюджетні – 25-30 \$, економічні - 35-55 \$, середні – 55-95 \$, апарт готелі – 65-125 \$, першокласні готелі – 95-195 \$, фешенебельні готелі, вартість яких від 250 \$.

Також варто враховувати режим роботи готелів, оскільки вони можуть обслуговувати клієнтів постійно, так і сезонно. Тривалість перебування також впливає на вибір готелю. Існують готелі короткочасного та довготривалого перебування. Крім того, готелі можуть бути спеціалізовані для різних цілей. Деякі готелі призначені для ділових клієнтів, інші - для відпочинку, а є й такі, які спеціалізуються на транзитних клієнтах.

За наданням послуг харчування готелі можуть бути без харчування, зі сніданком або з повним пансіоном. За формою власності готелі можуть бути

приватними, державними або муніципальними. За архітектурно-планувальними особливостями готелі поділяються на історичний, модерний та класичний стилі.

Поверховість готелів може бути будь-якою. В Україні середня кількість поверхів готелів від п'яти до шістнадцяти поверхів. Готелі бувають малоповерхові, середньої поверховості, підвищеної поверховості, багатоповерхові, висотні [28].

Важливе значення в індустрії гостинності має готельний сервіс і надання готельних послуг. Готельний сервіс включає певні послуги для туристів, які є ключовим чинником у визначенні перспектив розвитку туризму в країні. Готельна послуга - це діяльність підприємства розміщення з надання номера для тимчасового проживання в готелі. В свою чергу готельні послуги є складовою сфери послуг і поділяються на певні етапи надання цих послуг. В цілому обслуговування клієнтів в готелі складається з чотирьох етапів (рис.1.1):

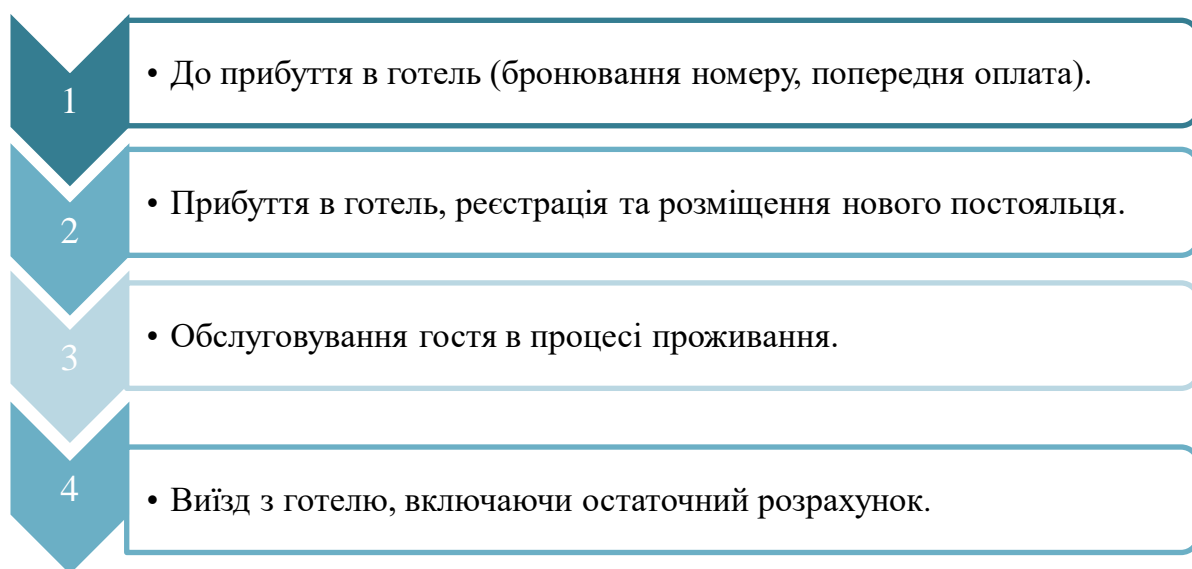


Рис. 1.1 Етапи надання готельних послуг

Джерело: Розроблено автором на основі [29]

Готельні послуги мають свої унікальні характеристики, які включають змінність якості, нерозривність виробництва і споживання, а також нездатність до зберігання. Готельні послуги поділяються на дві категорії: основні та додаткові. Основні послуги включають загальний набір послуг, таких як використання обладнання в номері, наприклад, холодильника або телевізора,

послуги харчування та проживання. Ці послуги входять у вартість номеру і надаються згідно з укладеним договором.

Додаткові послуги є додатковими до основних і надаються готелем за додаткову плату, відповідно до окремого договору. Це можуть бути послуги прання, прасування, надання місця на парковці для автомобілів, спа-послуги, перукарні, прокат різного обладнання та інші. Однак готель не має права надавати додаткові послуги гостю без його попереднього запиту. Якщо готель все ж надав такі послуги, він не може вимагати оплати за них, а якщо гість вже їх оплатив, готель повинен повернути гроші. Тим не менш, певні послуги, такі як надання відповідного обладнання, виклик швидкої допомоги, ранковий будильник за бажанням гостя та надсилання пошти, мають бути безкоштовними для гостя [51].

Сфера надання послуг залежить від різноманітних факторів, серед яких можна виокремити економічні (рівень доходів, ціни), науково-технічні, психологічні та соціально-демократичні. Крім того, вона виконує різні функції (рис.1.2.):

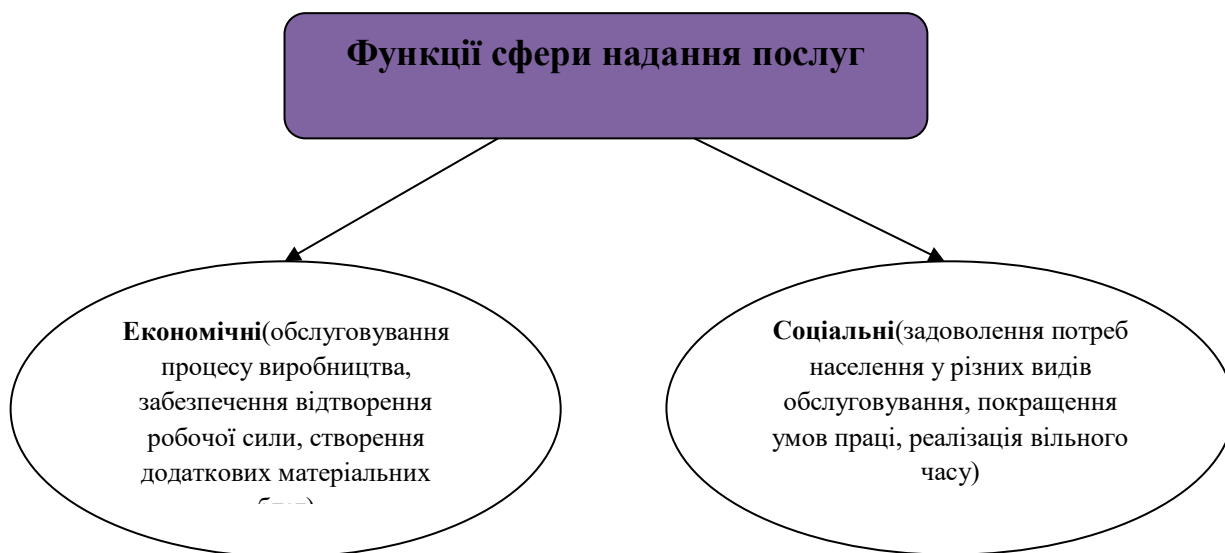


Рис.1.2. Функції сфери надання послуг

Джерело: Розроблено автором на основі [28]

Все це в комплексі складає індустрію гостинності, адже це комплексна послуга, яка веде до створення хорошого іміджу підприємства. Найкращою оцінкою гостинності є вторинне використання послуги.

Отже, готельне господарство є надзвичайно вагомою частиною туристичної галузі та інфраструктури, і має вплив на якість готельних послуг та їх оцінку. Завдяки різноманітній класифікації готелів за різними критеріями, завжди можна знайти зручний варіант, розуміти, як поліпшити сервіс певного готелю, а також знати, чи надає готель всі необхідні послуги, які передбачені для його категорії.

1.2. Діджиталізація готельного господарства як складова інноваційного розвитку

Інновація – це дія з впровадження досягнень науки і техніки в технології і управління, у тому числі в організаціях, що займаються наданням послуг населенню, вона пов'язана зі змінами, які позитивно впливають на стан суб'єкта господарювання, підвищують його імідж, конкурентоспроможність.

У сучасних ринкових умовах, процес цифрової трансформації є вирішальним фактором для зростання підприємств та суспільства в цілому. Зміни в зовнішньому середовищі, такі як технологічні трансформації, зростання інформаційних процесів та поява нових споживчих потреб, призводять до поширення діджиталізації у всьому світі [43].

Процес діджиталізації передбачає використання цифрових технологій з метою оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, покращення комунікації зі споживачами та підвищення ефективності господарської діяльності. "Стратегія розвитку Індустрії 4.0", розроблена Асоціацією промисловців і підприємців України, визначає цифрову трансформацію як соціальні та технологічні зміни, пов'язані зі впровадженням цифрових технологій у всі сфери взаємодії людей. Головна мета цих змін - пошук нових управлінських підходів і концепцій для вирішення класичних бізнес-завдань [50].

Цифрові технології відкривають перед підприємством безліч конкурентних переваг, що забезпечують:

- високий рівень конкурентоспроможності;

- економію фінансових та природних ресурсів;
- оптимізацію обробки великих обсягів даних;
- лояльність клієнтів;
- позитивне формування іміджу підприємства.

Крім цього, швейцарський економіст Клаус Шваб розкриває додаткові переваги "цифровізації", а саме:

- швидке зростання інновацій, що призведе до помітного покращення ефективності, продуктивності і мінімізації витрат;
- швидке зростання обсягів даних і здатність їх використання для сучасних технологій, що сприятиме залученню різних верств і сприятиме розвитку в багатьох аспектах - штучний інтелект у всіх сферах життя, багато прикладів якого ми спостерігаємо сьогодні: від масової роботизації до біотехнологій [17].

Діджиталізація включає різноманітні елементи, такі як:

1. Кіберфізичні системи - це механізми, що працюють на основі спеціальних комп'ютерних алгоритмів і зв'язані з користувачами через Інтернет. Метою таких систем є створення шляхів для отримання і передачі будь-якої інформації, спілкування з подібними пристроями через Інтернет, а також поширення програмного забезпечення за допомогою мобільних додатків.

2. 3D-друк - це технологія, в якій шар за шаром матеріалу створюється тривимірний об'єкт на основі цифрової моделі. Цей процес здійснюється за допомогою спеціального пристрою - 3D-принтера.

3. Робототехніка - спрямована на створення робототехнічних систем, які можуть автоматизувати складні технологічні процеси та полегшити людям працю в небезпечних та важких умовах. Промислові підприємства все частіше використовують "розумні" машини, що дозволяє їм зекономити від 15% до 90% на операційних витратах.

4. Великі дані – сукупність технологій та методів, які дозволяють аналізувати та обробляти набори інформації, включаючи як структуровані, так і

неструктуровані дані, з метою отримання нових та якісних знань. Ці дані неможливо обробити за допомогою традиційних методів через їх великий обсяг.

5. Інтернет речей є глобальною мережею фізичних пристроїв, які підключені до Інтернету. Ці "речі" мають вбудовані сенсори та датчики, які здатні передавати та обмінюватися інформацією за допомогою спільних центрів контролю, управління та обробки даних [11].

Поширення цифрових технологій та систем управління позитивно впливає на якість товарів та послуг, обслуговування клієнтів та забезпечення інформацією суб'єктів ринкових відносин.

В результаті дослідження компанії Riverbed Technology в дев'яти розвинених країнах, таких як США, Бразилія, Німеччина, Франція, Китай, Сінгапур, Індія, Великобританія та Австралія (зокрема підприємства з сфери продажів, транспорту, промисловості та охорони здоров'я), було виявлено, що 95% опитаних відзначили неспроможність впровадження цифрових технологій у свої бізнес-процеси на поточний момент. Основні проблеми, що перешкоджають цифровій трансформації, включають обмежений бюджет та застарілу мережеву інфраструктуру. Також серед негативних факторів зазначаються непрозорість роботи кінцевих споживачів, низька кваліфікація персоналу та низький інтерес керівництва в проведенні цифрових ініціатив.

Зростання темпів розвитку діджиталізації напряму залежить від інституційного середовища країни, таких як державна політика, законодавчі та нормативні акти, фіскальні інструменти. Відсутність інноваційної бази в економіці країни та небажання представників великого та середнього бізнесу інвестувати в інноваційні проекти гальмують цифрову трансформацію. Однак, на сьогоднішній день активна участь держави в поліпшенні інноваційних процесів може прискорити розвиток готельного бізнесу [32].

Процеси цифрової трансформації є головними факторами, які спонукають до змін у сфері бізнесу. Вони базуються на впровадженні новітніх технологій, таких як аналіз великих обсягів даних, Інтернет речей, хмарні рішення та 3D-друк. Цей перехід сприяє зміні традиційної "продуктової" моделі організації на

технологічну, в якій використовуються нові стратегії управління, засновані на розробці цифрових стратегій. Цифрова трансформація підвищує ефективність бізнес-процесів, аби забезпечити швидке й гнучке пристосування до змін. Це потребує використання хмарних платформ, які дозволяють прискорити робочі процеси, інтегрувати дані, покращувати аналітичні процеси та підготовку корпоративних звітів. Однак, найбільшою перевагою цифровізації бізнесу є його здатність адаптуватися й відтворювати продукти та послуги з урахуванням запитів і очікувань споживачів. Підприємства все більше переходять від "цільової аудиторії" до персоналізації виробництва, що дозволяє отримувати нові конкурентні переваги та забезпечувати лояльність клієнтів [35].

Отже, розвиток готельного господарства залежить від безлічі різноманітних факторів. Однак, для всіх учасників ринку стає все важливішою потреба змінюватися набагато швидше в контексті цифрової трансформації, ніж це відбувається наразі. Мінливість зовнішнього середовища вимагає від підприємств постійної відповідності усім світовим тенденціям та стандартам, щоб забезпечити конкурентні переваги, які дозволять тривалий та стабільний розвиток бізнесу. Саме швидкість та розуміння споживачів визначають доцільність цифрової трансформації, а також налагодження ефективних комунікаційних потоків. Підприємства, що активно стежать за останніми тенденціями в галузі цифрових інновацій і готові до їх впровадження, мають можливість адаптуватися до більш гнучких бізнес-процесів та володіють великим потенціалом для досягнення успіху.

1.3. Міжнародний досвід запровадження діджиталізації готельного бізнесу

Питання використання новітніх технологій у сфері надання послуг готельного господарства є давно актуальним для багатьох країн усього світу. Вплив інформаційних технологій та рівня підготовленості персоналу на стан та перспективи розвитку готельного бізнесу в країнах світу є значним. Розглянемо

ці аспекти докладніше. У сучасному інформатизованому суспільстві з'являються нові потреби і можливості для життя і професійної діяльності людини.

Бути в тренді останніх технологічних тенденцій є важливим для тих, хто працює у готельно-ресторанній галузі, оскільки рівень конкуренції у ній дуже високий. Це означає, що ті, хто не здатний адаптуватися, можуть швидко відставати від готельних та туристичних компаній, які впроваджують нові підходи та ідеї [55].

Розглянемо кілька основних тенденцій діджиталізації, які вже успішно впроваджені в індустрії гостинності:

1. Технологія розпізнавання. Індустрія гостинності має справу з великою кількістю клієнтів. Тому ця технологія особливо корисна для власників готелів, авіакомпаній та інших компаній, які мають справу з великою кількістю клієнтів. Системи розпізнавання образів дозволяють автоматизувати процеси підтвердження та авторизації під час подорожі клієнта. Здатність виявляти конкретних осіб, навіть серед великих груп, робить системи безпеки набагато надійнішими [52].

Наприклад, у двох готелях Marriott у Китаї гості тепер можуть уникнути традиційної реєстрації, використовуючи спеціальні кіоски з технологією розпізнавання образів. Коли гість підходить до кіоска, система автоматично сканує його обличчя, ідентифікує його і надає ключ-карту, процес займає всього одну хвилину. Цей новаторський підхід швидко отримує популярність в готелях по всій Європі.

2. Використання роботів. Поява роботів є важливою технологічною тенденцією. Багато компаній, які надають послуги у сфері гостинності, використовують їх. Напевно, найбільш відомий приклад цього - робот-консьєрж Хілтон "Конні", який використовує передові технології розпізнавання мови та штучного інтелекту, щоб давати відповіді на запитання гостей та постійно вдосконалюється завдяки своїй взаємодії з людьми. Також вже декілька років використовуються роботи-помічники, у японських готелях, які взаємодіють з гостями. Наприклад, готелі Henn-na Hotel використовують роботів-

рецепціоністів для реєстрації гостей та видачі кімнатних ключів. Ще вони мають роботів-порт'є, які допомагають перевезти багаж до кімнати. Наступним прикладом є готелі Південної Кореї, вони використовують роботів-офіціантів для обслуговування гостей у ресторанах. Ці роботи можуть приносити страви, забирати посуд та взаємодіяти з гостями, що робить процес обслуговування більш ефективним[46].

В індустрії гостинності роботи набули популярності завдяки наростаючій ролі автоматизації та самообслуговування. Застосування роботів призводить до значного покращення швидкості, ефективності та точності обслуговування. У деяких випадках роботи виконують свої обов'язки з більшою точністю та послідовністю, усуваючи так званий "людський фактор". Крім того, роботи здатні брати на себе небезпечні завдання, виконувати роботу, яку людина не бажала або не могла здійснити.

3. Віртуальні компаньйони. Люди, котрі звикли до цифрових асистентів і чат-ботів, зацікавлені у віртуальних компаньйонах, які можуть бути корисними при навчанні, отриманні розваг та дружньому спілкуванні. Сьогодні цифрові асистенти у готелях можуть надавати підтримку при реєстрації, знаходженні корисної інформації про дозвілля, можливості з'єднати гостей із потрібними людьми у кілька кліків. Наприклад, The Cosmopolitan of Las Vegas, США. Цей готель використовує віртуального помічника під назвою Rose. Вона встановлена на планшетах, що розташовані у номерах готелю. За допомогою текстових повідомлень у режимі реального часу Роуз проводить гостей мистецькими екскурсіями, організовує доставку зручностей (рушників, подушок і вішалок) у номери, пропонує ідеальні ресторани, рекомендує унікальні коктейлі та навіть грає в ігри. Після запуску Rose змогла автоматично відповісти на 80% запитань гостей. Крім того, Rose може зчитувати настрої та виявляти, чи є у гостя проблема чи занепокоєння щодо номеру чи послуги, і негайно викликати агента з обслуговування гостей або інші внутрішні команди для швидкого та безперешкодного вирішення [20].

4. Internet of Things (IoT). Провідні власники готельного ринку обладнують номери «розумною» технікою. Багато гостей, які вже користуються "розумними" пристроями у своїх домівках, бажають мати такий же рівень комфорту, коли перебувають у готельних номерах. Крім того, "розумна" технологія допомагає зберігати ресурси, такі як вода та електроенергія, і звільняє готельний персонал від рутинних обов'язків. Наприклад, за допомогою інфрачервоних датчиків можна визначити, коли гості покинули номер, що дає змогу персоналу прибирати його. "Розумні" подушки з особливими волокнами можуть контролювати тиск і аналізувати якість сну [11; 48].

IoT-технології використовуються в готельній індустрії по всьому світу. Наприклад, в Європі деякі готелі, як CitizenM Amsterdam та Hilton Barcelona, впроваджують рішення IoT для забезпечення зручності та контролю у номерах гостей. У Азії такі технології широко використовуються в готелях в Китаї, Японії та Кореї. Також, готелі в Австралії, Новій Зеландії та Близькому Сході поступово впроваджують IoT-рішення для автоматизації та поліпшення готельного сервісу.

Нововведення у готельному бізнесі виконують чи не головну роль у функціонуванні готелю і залученні споживачів. Для ефективного розвитку готельного бізнесу проводиться пошук нових методів якісного обслуговування, охорони номерів та надання нових послуг для споживачів, які вже впроваджуються в більшості готелів країн світу.

Отже, фактично всі інновації міжнародного готельного бізнесу, незалежновід їх типу, пов'язані з використанням інформаційних технологій та системобробки інформації для двох основних напрямків:

- ефективного використання ресурсів через економію часу, фінансових та трудових ресурсів;
- збільшення обсягу продажу товарів та послуг через привертання, утримання уваги клієнтів, а також вивчення їх поведінки.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

2.1. Аналіз розвитку готельного господарства України

Готельне господарство України є одним із важливих компонентів туристичної індустрії країни. Завдяки багатству природних, історичних та культурних ресурсів, Україна приваблює як внутрішніх, так і зарубіжних туристів. Готельні заклади відіграють ключову роль у забезпеченні комфортного проживання та задоволенні потреб гостей.

Розвиток готельного господарства має велике значення для економічного зростання, створення робочих місць та підвищення конкурентоспроможності країни на міжнародному рівні.

У туристичній та готельній сфері на сьогоднішній день працює кожна п'ятнадцята людина у світі, що робить цей бізнес особливо привабливим. Кількість зайнятих у галузі туристичного обслуговування зростає набагато швидше, ніж в інших галузях. Глобалізація та інтернаціоналізація стимулюють зростання кількості туристів у світі, сприяють стабільному розвитку, перетворенню і новаціям у сфері туризму та обслуговування. У 2020 році в Україні було зареєстровано 4523 заклади розміщення, що є значно меншими порівняно зі світовою кількістю готелів і курортів, яка складала понад 700 тисяч з більш ніж 16,4 мільйонами готельних номерів [54].

Військові дії на Південному Сході країни, а також політична та соціально-економічна нестабільність має негативний вплив на ринок туристичних послуг. Спалах пандемії COVID-19 став викликом для світового та українського готельного ринку, оскільки були встановлені обмеження на переміщення по країні, повна ізоляція та скасування авіасполучення. Тому всі показники діяльності готельних закладів в Україні значно знизилися у порівнянні з 2019 роком (табл.2.1).

Таблиця 2.1.

Основні показники діяльності колективних засобів розміщування в
Україні у 2019-2020 рр.

Показники	Всього		у % 2020 р. до 2019 р.
	Роки		
Кількість колективних засобів розміщування, од	2019	2020	
		5 335	4 523
Кількість місць, од.	370 560	312 093	84,22
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	83 147	78 955	94,96
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення – усього	6 960 949	3 379 475	48,55
з них іноземців	959 423	254 410	26,52
Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщення – усього, од	18 459 138	9 142 525	49,53
з них ночівель іноземців	2 016 623	510 551	25,32
Юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб			
Кількість колективних засобів розміщування, од.	1 626	1 337	82,23
Кількість місць, од	1 86 840	155 029	82,97
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од.	39 634	37 497	94,61
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення – усього	4 604 935	2 218 583	48,18
з них іноземців	812 722	218 328	26,86
Кількість ночівель осіб – усього, од.	12 446 841	6 227 427	50,03
з них ночівель іноземців	1 687 148	430 744	25,53
Фізичні особи-підприємці			
Кількість колективних засобів розміщування, од	3 709	3 186	85,89
Кількість місць у колективних засобах розміщення, од	183 720	157 064	85,49
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	43 513	41 458	95,28
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення – усього	2 356 014	1 160 892	49,27
з них іноземців	146 701	36 082	24,60
Кількість ночівель осіб – усього, од.	6 012 297	2 915 098	48,49
з них ночівель іноземців	329 475	79 807	24,22

Джерело: складено автором за даними [33]

Інформацію наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Кількість всіх колективних засобів розміщування зменшилася на 812 одиниць, що становить 84,78% від загальної кількості. Кількість осіб, які перебували в цих засобах розміщення, зменшилася майже наполовину - на 48,55%. Найбільше зменшення відбулося у кількості іноземців, які проживали у підприємствах тимчасового проживання, і становить 25,32%.

Україна зазнала серйозних наслідків через різке зменшення туристичних потоків, спричинене військовим конфліктом на Донбасі, анексією Криму та масовими акціями протесту у містах України в 2013-2014 роках. Це призвело до значного погіршення іміджу країни. В 2016 році Україна потрапила до ТОП-10 найнебезпечніших країн для подорожей у світі за рейтингом Всесвітнього Економічного Форуму. За статистикою, в 2020 році в Україні було 4 523 готелі та інших місць колективного розміщення зі загальною кількістю 37 497 номерів і середньою кількістю 52 номери на заклад [49].

Економічна та соціальна активність міста (регіону, країни) піддається значному впливу від колективних засобів розміщення. Для оцінки ступеня цього впливу та економічної ефективності використовуються математичні моделі, що базуються на реальних статистичних даних обраного регіону. У діаграмі наведено кількість колективних засобів розміщення за регіонами у 2020 році, зосереджуючи увагу на областях з найбільшою та найменшою кількістю таких засобів.

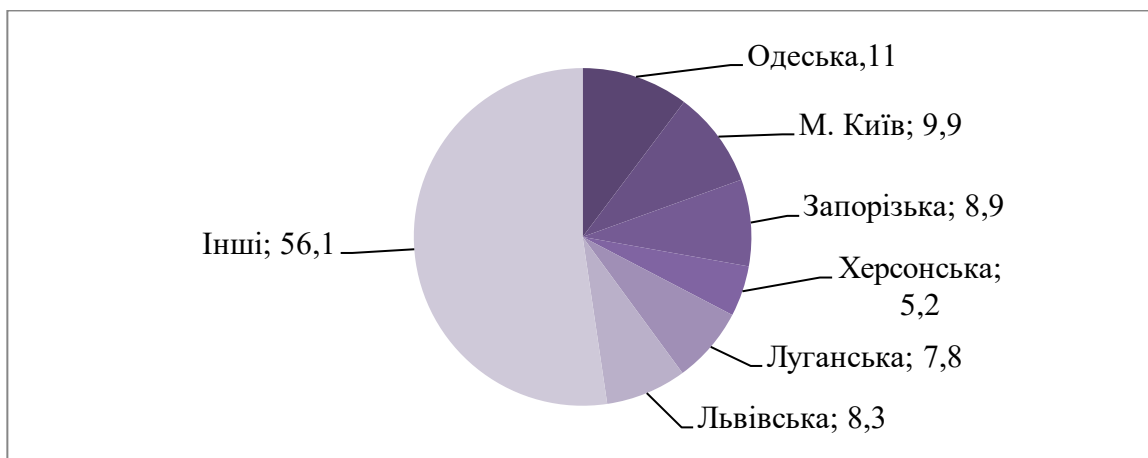


Рис. 2.1. Структура розміщення КЗР в регіонах України, %

Джерело [44];

Аналізуючи рисунок 2.1, можна зробити висновок, що найбільша кількість колективних засобів розміщення знаходиться в Одеській області та в Києві, що є очевидним, беручи до уваги туристичний потенціал цих регіонів.

Спектр туристичних послуг успішно функціонує завдяки колективним засобам розміщення, основним напрямом діяльності яких є створення ефективного ринку туристичних послуг та продуктів. Україна має найширший розподіл КЗР, які включають готелі та подібні заклади розміщення. Готельний бізнес відіграє важливу роль у міжнародному туризмі. Обсяг туристичного потоку безпосередньо залежить від розміру цього сектора індустрії туризму та якості наданих засобів розміщення. Проблеми у готельному господарстві, такі як управління, фінансування та дизайн, є ключовими аспектами економічного аналізу туризму.

Якщо ж говорити про ситуацію, яка є на сьогодні, то у зв'язку з воєнним конфліктом, на ринку готелів в Україні спостерігається зменшення пропозиції. Багато готелів не функціонують з міркувань безпеки, через низький попит, технічні неполадки або пошкодження в результаті обстрілів [57].

Стан готельного ринку в Україні в даний час залежить від регіону, в якому знаходяться готелі. Їхній режим роботи та відкритість визначаються областю, віддаленістю від зони бойових дій. Ситуація найбільш сприятлива на заході України, зокрема в Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській та Закарпатській областях. Там готелі функціонують повним обсягом і не мають підстав для закриття або припинення роботи. У Харкові головною метою є збереження готелів, тому робота засобів розміщення припинена. Команди спрямовують свої зусилля на волонтерську підтримку у війні проти російського агресора. Компанія Premier повідомляє про припинення роботи їхнього готелю в Харкові, але інші їхні об'єкти, загалом 16 закладів в Україні, продовжують працювати. Це готелі в Києві, Одесі, Львові, Полтаві та інших містах [57].

Говорячи про інших операторів, слід зазначити, що 5-зірковий готель Bristol у місті Одеса, що входить до складу Vertex Hotel Group, продовжує свою успішну роботу. Також в Одесі є об'єкти мережі Ribas Hotels Group. Крім того,

компанія має готелі в Буковелі, Луцьку та Білій Церкві. Останній з них, крім того, є новим готелем, який був відкритий 1 червня 2022 року. Крім того, оператор планує відновити роботу одного з сезонних курортних закладів у Одеській області. З 16 травня минулого року, конгрес-готель "Пуща", дачний готель "Глібівка" та готельно-ресторанний комплекс "Джинтама-Бриз" в Києві та області знову почали приймати гостей. Раніше вони були закриті через бойові дії, але не зазнали жодних пошкоджень, тому могли відновити свою роботу. Варто відзначити, що ці об'єкти належать до групи компаній, яка також має готелі BANKHOTEL у Львові та Yaremche Club Hotel в Яремче (Івано-Франківська область), і ці два готелі не зачинялися ні на один день.

Робота готелів міжнародних брендів, розташованих у великих містах, переважно була призупинена з метою забезпечення політики безпеки та відповідно до директив іноземного менеджменту. Оскільки іноземні туристи, які не прибувають в Україну наразі, є основною аудиторією цих закладів, це стало основною причиною. Проте, в даний час кілька міжнародних готелів в столиці, таких як Hilton Kyiv, InterContinental Kyiv, обидва об'єкти Radisson Blu Hotel, а також Fairmont Grand Hotel Kyiv, Mercure Kyiv Congress, Holiday Inn Kyiv і інші, відновили свою роботу [23].

Отже, Україна має потенціал для розвитку готельного господарства, адже вона має широкий розподіл колективних засобів розміщення, які можуть задовольнити різні потреби туристів. Велика кількість курортних місць, історичних пам'яток, національних парків та інших туристичних атракцій створюють сприятливе середовище для розвитку готельного бізнесу. Проте, для привабливості готельного господарства України на національному та міжнародному рівнях необхідно звернути увагу на кілька аспектів. По-перше, важливо підтримувати інфраструктуру та покращувати якість готельних закладів, забезпечуючи комфортні умови проживання для гостей. По-друге, необхідно активно просувати туристичний потенціал України на міжнародному ринку, проводити маркетингові кампанії та залучати інвестиції для повернення більшого числа туристів. По-третє, розвиток готельного господарства повинен

йти в ногу з екологічними та сталими принципами, щоб зберігати природні та культурні ресурси країни. У разі успішного розвитку готельного господарства, Україна матиме можливість залучати більше іноземних інвестицій, створювати нові робочі місця та підвищувати рівень життя населення. Також це сприятиме зростанню туристичної індустрії загалом, сприяючи розвитку інших суміжних галузей, таких як ресторанний бізнес, розваги та місцева торгівля.

2.2. Сучасні інновації та технології готельного господарства України

Сучасний світ зараз надзвичайно швидко розвивається і переповнений різноманітними інноваціями. Світ бізнесу, як і будь-яка галузь, зазнає величезних змін на хвилі технологічної революції. Завдяки новітнім технологіям, які влітаються в усі сфери сьогоденного людського існування, індустрія гостинності не виключена від цих постійних змін у напрямку підвищення ефективності та довгострокової продуктивності.

Інновації та технології є ключовими факторами, які визначають конкурентоспроможність готельного бізнесу, адаптацію до змінних потреб клієнтів та оптимізацію управління готельними процесами. Туристична індустрія поєднала в собі різні складові, щоб забезпечити комфортні та корисні подорожі. Одним з них є готельне розміщення, але в сучасних умовах туристи очікують більшого, ніж просто місце для сну та їжі. Вони бажають комфортних та різноманітних умов, а іноді навіть унікальних готельних послуг. Тому готельні підприємства повинні впроваджувати інноваційні технології та надавати гостям нові та неочікувані послуги [43].

Сьогодні інновації та технології готельного господарства України розвиваються швидкими темпами. Все більше готелів використовують цифрові технології та інші інноваційні рішення для поліпшення якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Впровадження інновацій допомагає збільшити дохід, забезпечити конкурентні переваги на ринку, зменшити витрати, поліпшити

процес обслуговування, а також підвищити ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

На сьогоднішній день, у готельному господарстві України наявні різноманітні інновації та технології, які допомагають покращувати якість обслуговування клієнтів та ефективність роботи готелів. Деякі з них наведені нижче:

1. Система онлайн-бронювання та платіжного обліку.

Багато готелів українських міст використовують сучасні онлайн-сервіси для бронювання номерів та платіжного обліку. Це дозволяє клієнтам зручно та швидко забронювати номер, а готелям - автоматизувати процеси обслуговування клієнтів та зменшити кількість помилок в роботі. Клієнти можуть зручно бронювати номери через Інтернет, використовуючи різноманітні платформи, такі як Booking.com, Expedia, Airbnb та інші [3].

2. Система "розумних" номерів та інтернет речей.

У декількох готелях України вже впроваджені "розумні" номери, оснащені сучасними технологіями. Розумні номери - це номери, які обладнані спеціальними пристроями та технологіями, які роблять їх більш зручними та комфортними для проживання. Наприклад, двері номера можуть бути відкриті за допомогою мобільного додатка або картки, а система автоматично налаштує температуру в номері в залежності від погодних умов. Додатково, в номері можуть бути встановлені електронні системи управління освітленням та електроприладами, які дозволяють гостям зручно контролювати їх роботу.

3. Система віртуальної реалістичної подорожі [48].

Деякі готелі використовують технології віртуальної реалістичної подорожі для того, щоб привернути увагу та забезпечити враження клієнтам. Така система дозволяє показати клієнту віртуальний тур по готелю та його околицях, що дає можливість ознайомитись з готелем та його сервісом до приїзду.

4. Використання штучного інтелекту та аналіз даних.

Штучний інтелект (AI) та аналіз даних - це ще одна важлива інновація, яка стає все більш популярною в готельній галузі. Штучний інтелект може

допомогти готелям автоматизувати різні процеси, такі як чат-боти та віртуальні асистенти, які можуть відповісти на питання гостей та допомогти їм забронювати номер.

Аналіз даних також дозволяє готелям збирати та обробляти великі обсяги даних про своїх гостей та їх поведінку, що дозволяє підвищити рівень персоналізації обслуговування. Наприклад, готель може збирати дані про відвідування ресторану, спа-центру і т.д., і використовувати ці дані для пропозиції гостю різних послуг та залежності від їхніх індивідуальних потреб та вподобань. Аналіз даних може також допомогти готелям визначати ефективність різних маркетингових стратегій та вдосконалювати свої послуги для покращення задоволення гостей.

5. Використання додатків та інтернет-платформ.

В сучасному світі більшість людей користуються смартфонами та інтернетом для отримання інформації та здійснення різних операцій. Готельна галузь також не може залишатися осторонь цього тренду і використовує різні додатки та інтернет-платформи для забезпечення зручності та комфорту гостей.

Наприклад, готелі надають своїм гостям можливість здійснювати онлайн-реєстрацію, вибирати номери, здійснювати платежі та замовляти послуги через спеціальний додаток або веб-сайт. Це дозволяє гостям зекономити час та зменшити кількість формальностей при заселенні.

6. Система відеоспостереження та безпеки. У багатьох готелях встановлені сучасні системи відеоспостереження та безпеки, які дозволяють контролювати дії персоналу та гостей, а також забезпечують безпеку на території готелю.

7. Використання екологічних технологій.

Останнім часом все більша увага приділяється екологічності та сталому розвитку в різних галузях, включаючи готельну. Готелі стають більш екологічно-усвідомленими та використовують різні технології, щоб зменшити свій вплив на навколишнє середовище.

Піклування про оточуюче середовище та екологічна безпека нині стали невід'ємною частиною сучасної сфери гостинності. Екологічний готель не тільки

данина сучасній моді, передові технології дозволяють суттєво скоротити витрати на ресурсне забезпечення підприємства. Використання енергозберігаючих технологій, сортування сміття та передача його в переробку, застосування екологічних миючих засобів, використання екологічно чистих продуктів харчування, використання екологічно чистих будівельних матеріалів, використання відновлюваних джерел енергії створює позитивний імідж «екологічного» готелю, що стає конкурентною перевагою.

Створення та розвиток екоготелів є новим трендом функціонування сфери готельного господарства для нашої країни. Впровадження екологізації готельних підприємств сприяє підвищенню їх туристичної привабливості і дає конкурентні переваги на туристичному ринку.

В Україні найактивніше екологічною сертифікацією підприємств готельного господарства займається Green Key («Зелений Ключ»), яке одним із п'яти проектів міжнародної недержавної незалежної організації Foundation for Environmental Education (Міжнародної організації з екологічної освіти) [7].

Сучасна індустрія гостинності України ще не має великого досвіду екологічної сертифікації своїх будівель і послуг, але вже розпочинає свій шлях у впровадженні інноваційних технологій з екологічним підходом.

В Україні знаком «Green Key» відзначені 9 готелів(табл.2.2):

Таблиця 2.2

Підприємства готельного господарства України, що пройшли екологічну сертифікацію Green Key

Місце розташування	Назва готелю
м.Київ	Hotel Galera
	Park Inn by Radisson Kyiv, Troyitska
	MaisonBlanche
	Radisson Blu Hotel
	Radisson Blu Hotel Podil

	InterContinental
Київської область	Maison Blanche, (Mytnitsa) Ecohouse; Maison Blanche (Berezovka) Ecohouse.
Івано-Франківська область	Radisson Blu Resort, Bukovel

Джерело: сформовано автором за даними [7]

Значною перевагою саме екосертифікації «Зелений ключ» є наявність критеріїв, спрямованих на екологічне навчання, формування дружньої до довкілля свідомості гостей, працівників і постачальників готелю (рис. 2.2)



Рис.2.2 Міжнародний знак якості, що присуджується готелям за досягнення у сфері захисту навколишнього середовища

Джерело: [7]

Щоб отримати екосертифікат, готель має відповідати п'ятдесяти обов'язковим критеріям та в подальшому щорічно проходити аудіювання та тренінги за критеріями програми.

Прикладом може бути мережа готелів Radisson Blu має програму "Відповідального бізнесу", яка орієнтується на наступні пріоритетні напрями:

- 1) турбота про безпеку і здоров'я гостей та співробітників закладу;

- 2) повага до культурних та етнічних цінностей місцевої громади;
- 3) скорочення негативного впливу на навколишнє середовище [25].

Готель Maison Blanche дотримується екологічної політики в своїй діяльності. При будівництві готелю використовувалися матеріали, які мають найвищу екологічну оцінку, такі як дерев'яні балки, глиняна черепиця, екологічні фарби та лаки. У номерах були використані натуральні матеріали, зокрема дерево на ліжках, підлозі, лавках та столах, а також постільна білизна з 100% льону та бавовни. Матраци були виготовлені з кокосу, водоростей, шерсті, бавовни, льону та натурального латексу. Для прання білизни використовуються лише безпечні, біорозкладні, екологічні та органічні миючі засоби, серветки з мікрофібри, сода та лимонна кислота. В готелі були встановлені енергозберігаючі LED-лампи, а в санвузлах використовується система подвійного зливу для економії водних ресурсів. Крім того заклад сортує сміття та віддає на переробку органічне сміття.

При будівництві готелю InterContinental використовувалися переробні матеріали, а у номерах споруджені туалети з низькою витратою води.

Розглянемо ще кілька прикладів сучасних технологій та інновацій, які вже сьогодні присутні в готельному господарстві:

Radisson Hotel Group використовує захоплюючий цифровий досвід, який дозволяє клієнтам досліджувати та бронювати свої помешкання віртуально. Захоплюючий цифровий досвід включає 3D віртуальні тури по місцях, які дозволяють клієнтам взаємодіяти з навколишніми об'єктами, досліджувати готельні простори та безперешкодно бронювати свої номери за допомогою простого процесу бронювання [16].

Захоплюючий досвід став успішним прискорювачем конверсії для бізнесу групи з організації зустрічей і заходів. Організатори зустрічей можуть легко знайти ідеальне місце для проведення події, досліджувати кімнати для зустрічей і різні налаштування, а також забронювати або надіслати запит на пропозицію щодо конкретного приміщення. Захоплюючі віртуальні тури пропонують їм плани поверхів, види лялькового будиночка та точну цифрову копію готелю.

Внутрішні команди можуть показувати різні налаштування кімнат для переговорів у режимі реального часу за допомогою смартфонів або окулярів VR. Захоплюючий досвід викликав збільшення кваліфікованих запитів M&E та конверсій бронювань [56].

Стратегія локалізації Raddison включає онлайн-мандрівки 29 мовами, персоналізовані для більш ніж 60 регіонів, що є новим рекордом в індустрії гостинності. Група є першою готельною компанією в усьому світі, яка пропонує таку різноманітність мов у своїй системі бронювання, охоплюючи майже 70% людей на планеті їхньою рідною мовою. Дані показують, що коефіцієнт конверсії місцевої мови в середньому втричі вищий на ринках, де англійська мова не є основною. Тепер відвідувачі можуть взаємодіяти з веб-сайтом і додатком групи своєю рідною мовою, долаючи будь-які мовні бар'єри. Це позитивно вплинуло на дохід: деякі сторінки місцевими мовами створюють більше бронювань на готель, ніж веб-сайти англійською мовою.

Стратегія цифрової трансформації групи спрямована на надання локалізованого та персоналізованого цифрового досвіду своїм гостям, використовуючи нові технологічні інновації та захоплюючий досвід. Наступний етап передбачає розгортання захоплюючих вражень у 100 готелях до кінця 2023 року. Мета полягає в тому, щоб до кінця 2023 року розширити мовні пропозиції до 31 мови.

Цифровий досвід допоміг групі зміцнити довіру та стосунки з існуючими клієнтами та виявився чудовою довгостроковою інвестицією, оскільки сприяв підвищенню задоволеності клієнтів і вищим коефіцієнтам конверсії. За даними компанії, захоплюючий досвід забезпечив збільшення кількості кліків на +279%, збільшення середнього часу перебування на сторінці на +3,85% і взаємодій на +20,91% у 2022 році порівняно з 2021 роком, коли ці сторінки мали лише статичні зображення.

Стратегія цифрової трансформації Radisson є чудовим прикладом того, як компанії можуть використовувати технології, щоб надати своїм клієнтам персоналізований досвід занурення.

Ще одним прикладом є новий мультибрендовий і вперше мобільний глобальний веб-сайт RadissonHotels.com (Додаток А). Веб-сайт також є унікальною платформою для учасників Radisson Rewards. Доповненням до оновленого сайту є додаток Radisson Hotels App [36].

Запуск нового веб-сайту та програми є частиною п'ятирічного стратегічного плану компанії, оголошеного минулого року, який включає сильний компонент цифрової трансформації, включаючи інвестиції в нові платформи та технології.

RadissonHotels.com об'єднує попередні однобрендові веб-сайти, створюючи єдину комплексну та зручну платформу. Він демонструє всі об'єкти семи брендів Radisson Hotel Group: Radisson Collection, Radisson Blu, Radisson, Radisson RED, Park Plaza, Park Inn by Radisson і Country Inn & Suites by Radisson, а також бренд art'otel, яким керує наш стратегічний партнер. PPHE Hotel Group.

Мандрівники можуть ознайомитися з усім портфоліо групи з понад 1100 готелів по всьому світу та легко забронювати номер. Як для нових, так і для існуючих учасників Radisson Rewards, RadissonHotels.com і Radisson Hotels App створені для забезпечення персоналізованого цифрового досвіду. Веб-сайт і додаток стануть основними центрами для гостей, де можна заробляти, переглядати й обмінювати бали, а також відстежувати й обмінювати Radisson Rewards.

Серед функцій програма включає в себе функцію дзвінка за кнопкою миші, яка дозволяє користувачам легко зв'язуватися з центральними командами бронювання. Він також оснащений сканером кредитної картки, що забезпечує зручний і безпечний спосіб завершити бронювання. Гості можуть переглядати численні пропозиції та пропозиції, використовуючи різні фільтри та критерії пошуку. Для нових спеціальних пропозицій також включено службу push-повідомлень. Рідний додаток розроблено для пристроїв Android та iOS. Запуск RadissonHotels.com і Radisson Hotels App є останніми віхами нової цифрової ери для Radisson Hotel Group і ключовими елементами її глобального п'ятирічного операційного плану.

Компанія Hilton розгорнула хмарну готельну платформу взаємодії з нерухомістю (PEP). Наразі ця платформа підтримує понад 1000 об'єктів у портфоліо Hilton, а впровадження в усіх об'єктах Hilton планується завершити до 2026 року.

Homewood Suites by Hilton Largo Washington DC був одним із перших готелів у портфоліо Hilton, який запровадив PEP. За словами Hilton, впровадження допомогло скоротити час очікування гостей і збільшити час, який члени команди можуть присвятити наданню персоналізованого обслуговування. Це також значно скоротило кількість часу для навчання членів команди.

PEP включає в себе набір інтегрованих програмних рішень для оптимізації операцій, задоволення потреб гостей і членів команди та визначення ефективності витрат в рамках однієї стандартної платформи, яку можна масштабувати в усьому світі. Очікується, що PEP, замінить локальну технологію під назвою OnQ, покращить обслуговування гостей у 19 брендах Hilton і скоротить витрати на навчання системі управління нерухомістю з 40 до 4 годин. Використання PEP в об'єктах Hilton є лише однією з багатьох інновацій, які компанія запровадила за останні роки, намагаючись покращити операційну продуктивність, а також якість обслуговування гостей.

Окрім переваг нової платформи взаємодії з нерухомістю, щоб досягти більш комфортної подорожі, гості також можуть скористатися іншими провідними цифровими інноваціями, такими як розширені варіанти бронювання, Digital Key і Digital Key Share через додаток Hilton Honors і персоналізовані технології в номері»[12].

Наразі ця технологія доступна майже для всього портфоліо Hilton із понад 6600 об'єктів нерухомості по всьому світу. Станом на минулий рік, за даними компанії, він був використаний для відкриття понад 150 мільйонів дверей у номерах і зменшив кількість пластикових відходів на 125 тонн.

IHG Hotels & Resorts представила нову функцію мобільного продукту під назвою IHG Wi-Fi Auto Connect. Ця функція, доступна ексклюзивно в мобільному додатку IHG One Rewards для користувачів iOS і Android, пропонує

безперебійне та просте з'єднання Wi-Fi для учасників програми лояльності IHG One Rewards у понад 5000 готелях IHG по всьому світу.

IHG Wi-Fi Auto Connect стало можливим завдяки оновленому додатку IHG і власному інтернет-рішенню IHG One Rewards Wi-Fi. Увімкнувшись через свої мобільні пристрої, гості можуть автоматично підключатися до Wi-Fi готелю після прибуття, усуваючи потребу в окремих кодах для входу чи паролі. Ця функція призначена не тільки для економії часу, але й для покращення взаємодії з гостями.

Щоб увімкнути автоматичне підключення, учасники IHG One Rewards повинні налаштувати його один раз у налаштуваннях програми. Ця функція корисна для гостей, які відвідують готель IHG з різними цілями, наприклад для зустрічей, ночівлі або вечері в ресторані готелю.

Окрім покращеного з'єднання Wi-Fi, додаток IHG зазнав інших удосконалень, спрямованих на швидкість та зручність. Наприклад, на пристроях iOS нова функція віджета на екрані блокування дозволяє гостям переглядати баланс балів і майбутні перебування безпосередньо на екрані блокування свого пристрою, надаючи швидкий доступ до програми. Додаток також пропонує функції бронювання, які дають змогу гостям під час бронювання вибирати покращення кімнати, наприклад певні види або додатковий простір. Мобільний додаток IHG One Rewards став найшвидше зростаючим каналом бронювання для IHG, що дозволяє гостям легко бронювати проживання в готелях IHG.

У грудні IHG оголосила, що співпрацює з PPDS, ексклюзивним глобальним постачальником цифрових вивісок Philips, інтерактивних дисплеїв, світлодіодних і професійних телевізійних продуктів і рішень із прямим переглядом, приносячи свої передові гостинні телевізори Philips MediaSuite із вбудованим Chromecast™, щоб поставити наступний IHG рішення для розваг у кімнаті. У найближчі місяці IHG почала впроваджувати телевізори Philips MediaSuite у вибраних готелях усіх своїх брендів, включаючи InterContinental Hotels & Resorts, Kimpton Hotels & Restaurants, сімейство брендів Holiday Inn, Crowne Plaza.

Philips MediaSuite, вперше запусканий у 2019 році, здійснив революцію в гостинних телевізорах, поєднавши найкращу у своєму класі якість зображення із низкою перших у світі інновацій і рішень. Оскільки Philips MediaSuite залишається єдиним спеціальним гостинним телевізором із вбудованим Chromecast™, гості, які зупиняються у вибраних готелях ІНГ, можуть бездротовим способом транслювати свій потоковий вміст, зокрема фільми, ігри, презентації тощо, прямо на великий екран для перегляду з високою роздільною здатністю, зі своїх власних інтелектуальних пристроїв одним натисканням кнопки. Частиною довгострокових зобов'язань щодо використання Chromecast також були вбудовані розширені протоколи безпеки, при цьому всі дані гостей видалялися, коли гість успішно виписувався зі своєї кімнати.

Ці технологічні функції свідчать про постійні зусилля ІНГ підняти досвід гостей на новий рівень простоти та ефективності.

Таким чином, готельна галузь України активно використовує сучасні інновації та технології для поліпшення якості своїх послуг та забезпечення комфорту та зручності для своїх гостей. Використання сучасних технологій та інновацій може допомогти готелям не тільки забезпечувати кращі умови перебування для гостей, але й покращувати свою ефективність та конкурентну позицію на ринку. Проте варто зазначити, що використання нових технологій та інновацій також може створювати додаткові виклики та проблеми, наприклад, стосовно захисту персональних даних гостей або впровадження технологій, які можуть вимагати певних навичок від працівників готелі. Тому важливо вивчати та управляти ризиками та викликами, які пов'язані зі впровадженням нових технологій та інновацій, а також забезпечувати навчання та підтримку для персоналу готелю.

2.3. Digital-маркетинг готельного господарства України

Цифровий маркетинг став важливою складовою не лише інформаційно-комунікативної діяльності та укріплення бренду, а й забезпечення реалізації

управлінських бізнес-процесів та операційної діяльності, пов'язаної з пошуком та вибором готелю, бронюванням, оплатою, обслуговуванням.

Опрацювання дефініції "цифровий маркетинг" дає змогу визначити такі семантичні напрями його трактування:

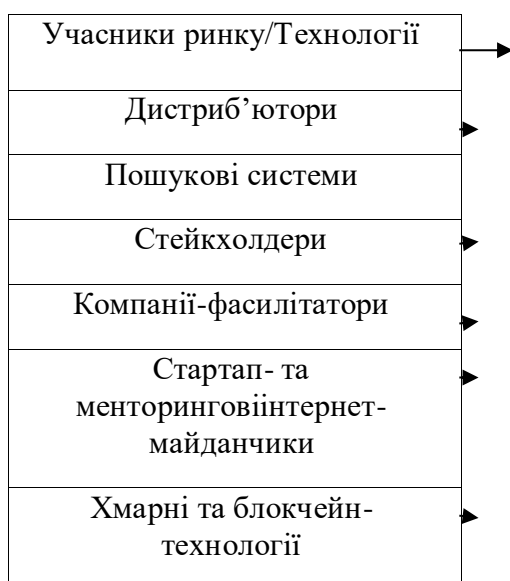
- цифровий (digital) маркетинг – це маркетинг, який оперує цифровими технологіями та через цифрові канали ефективно взаємодіє з цільовою аудиторією;
- е-маркетинг – аплікація технік таргетингового та інтерактивного маркетингу, що застосовує цифрові інструменти та канали для комунікацій з постійними та потенційними клієнтами;
- вебмаркетинг – сукупність тактичних методів з просування продуктів за допомогою мережевих комунікацій [1;2].

Оскільки спілкування зі споживачами та партнерами все частіше відбувається в онлайн-середовищі через різноманітні канали дистрибуції та альтернативні просування готельних послуг, цифровий маркетинг стає важливим інструментом для отримання конкурентних переваг в Інтернеті. Більш того, використання передових цифрових інновацій підсилюється за допомогою традиційних методів впливу на клієнта, таких як мобільні додатки, повідомлення в месенджерах, QR-коди на постерах, інтерактивні столи та екрани, POS-термінали та інші. Тому, за допомогою абсорбції термінологічного інструментарію, можна визначити цифровий маркетинг готелю як сукупність процесів, що націлені на привернення потенційних клієнтів та збереження постійних гостей готелю за допомогою цифрових технологій та інструментів через різноманітні онлайн- та офлайн-платформи та канали комунікації. Це сприяє досягненню стійких конкурентних переваг, прибуткової діяльності та лідерства на ринку.

Цифрові технології є ключовим фактором для трансформації та адаптації готельного бізнесу до змін у економічному середовищі. Разом з іншими важливими чинниками, такими як сезонність, конкуренція, споживчі переваги та соціальні процеси, вони мають кумулятивний вплив, який суттєво змінює сферу готельних послуг, зокрема

операційні та управлінські процеси, такі як бронювання послуг, поселення, інформування про продукти і послуги, еквайрінг та оплата.Цифрова трансформація бронювання та оплати передбачає використання дистрибуційних каналів, таких як туристичні компанії та маркетплейси (GDS, IDS/OTA). Основні дистрибуційні платформи, які використовуються в системі GDS (Global Distribution Systems), включають Amadeus, Abacus, Galileo, KIU, Sabre, Worldspan та інші [14].

У готельному бізнесі цифрові технології повинні відповідати вимогам безпеки, швидкості та гнучкості операцій, що становить їх конкурентну перевагу. Тому завданням готельного менеджменту є створення широкого набору цифрових маркетингових інструментів, системний моніторинг та постійне оновлення їх. Розглянемо можливості цифровизації маркетингу готельного бізнесу з огляду на розширення використання цифрових технологій (рис. 2.3) .



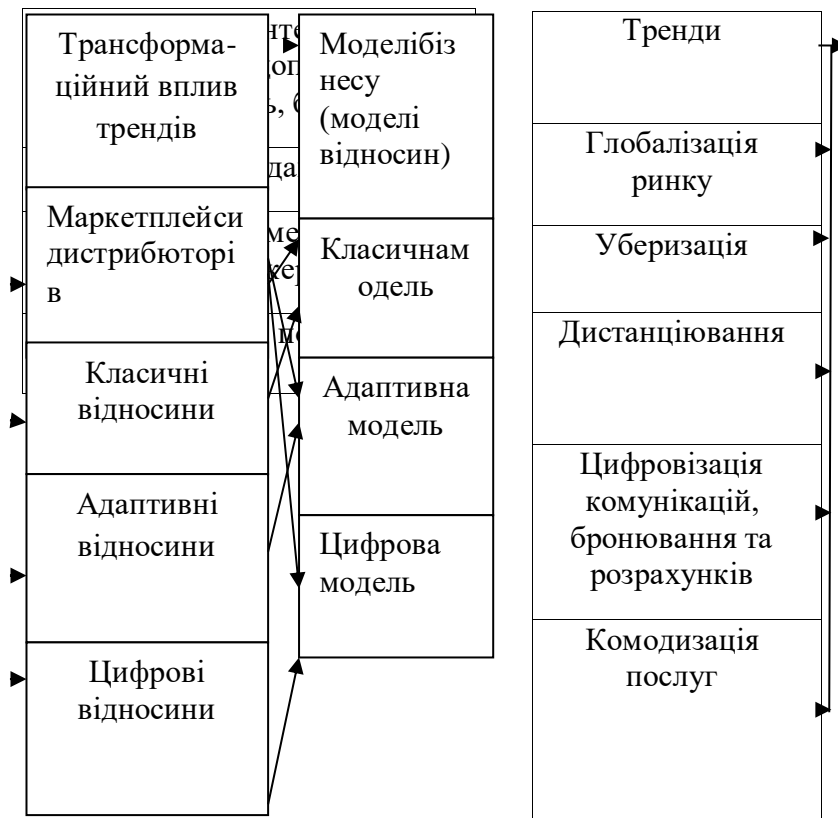


Рис.2.3 Вплив маркетингових цифрових технологій на перетворення сфери готельного бізнесу.

Джерело: [13]

Концептуальну схему формування цифрового маркетингу визначає модель 7P маркетинг-міксу, яку модифікував Е. Джером МакКарті. Ця модель ідентифікує структурні елементи цифрового маркетингу. З урахуванням особливостей готельного бізнесу, елементи комплексу маркетингу на основі моделі 7P можна пояснити наступним чином:

1. Готельний продукт (Product): включає символіку (неймінг, логотип, фірмовий нейростиль) та архетип бренду, функціонал продукту (асортимент додаткових послуг, пакетні пропозиції, необхідні й унікальні компоненти продукту), клієнтоорієнтованість та якість сервісу, а також якість комунікацій і т.д.

2. Ціна (Price): включає цінові тактики і стратегії, цінові маніпуляції на

різних каналах продажів, диференційовані ціни для пакетних продуктів, бонуси, знижки і т.д.

3. Геолокація (Place): включає місце розташування готелю, підкріплене інструментами геокарти та пошукової оптимізації (SEO), що надають інформацію про маршрут до готелю, контактні дані, а також мають клік-перехід на сайт.

4. Просування (Promotional): це визначає модель фулфілменту готельного продукту, включаючи пряму й непряму дистрибуцію, маркетплейси, блогінг, соціальні медіа, де комунікації здійснюються засобами реклами, розсилки, просування в місцях продажу, PR-технологій і т.д.

5. Люди (People): це включає носії (власники і персонал готелю) і амбасадори бренду, такі як лідери думок і лояльні клієнти. Вони впливають на репутацію готелю і створюють очікування певного рівня якості готельного сервісу.

6. Процес (Process): включає бізнес-процеси, які формують готельний продукт і створюють максимально вигідні та комфортні умови для його придбання та споживання.

7. Фізичне оточення (Physical evidence) споживання готельного продукту: ресурсний потенціал готелю, фізична та цифрова безпека споживання готельного продукту, воронка продажів, піраміда клієнтів у онлайн та офлайн середовищі [24].

Це демонструє важливість цифрового маркетингу як активатора продажів та інструменту корпоративної культури готелю. Технології, представлені на рис. 2.4., є цифровими інструментами маркетингу, які використовуються для реалізації складових моделі 7P.

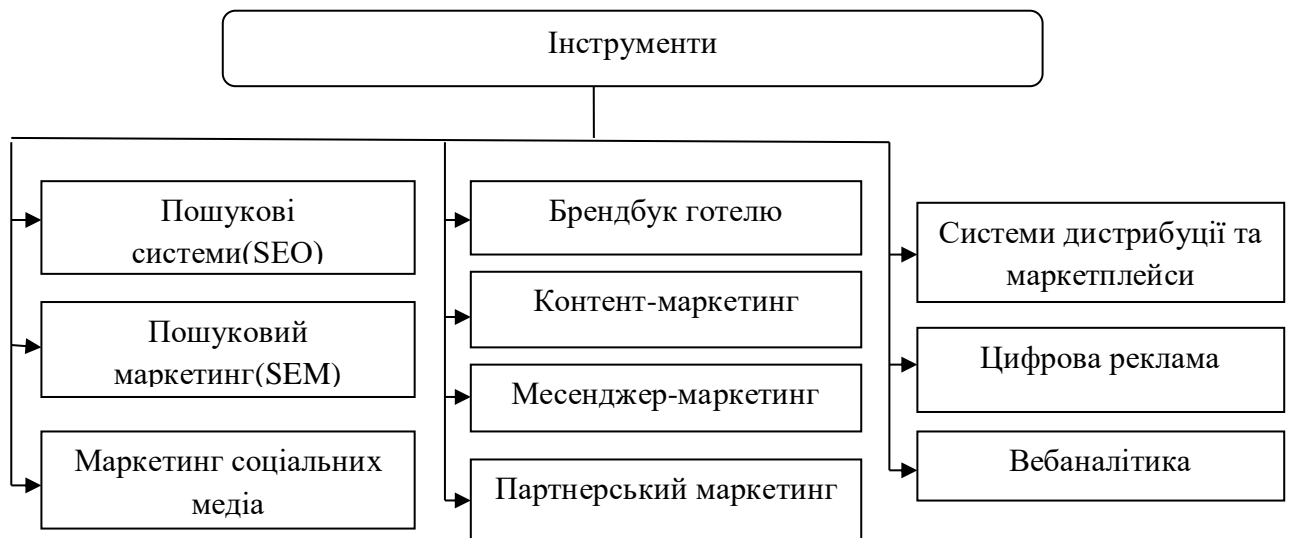


Рис. 2.4. Інструменти цифрового маркетингу готелю

Джерело:[1; 2;14; 18;]

Пошукові системи сприяють швидкому доступу споживача до інформаційної сторінки готелю та надають можливість перевірити позицію сторінки у пошуковому ресурсі, виконувати моніторинг та аудит зворотних посилань (backlinks). У готельній галузі, для використання можливостей пошукових систем, важливо належним чином використовувати ключові слова, що ідентифікують готель та його послуги, спрямовуючи потенційних клієнтів на сторінку готелю. Дослідження Google показують, що пошукова інформація розділяється на рекламу та органічні результати. Крім того, важливо приділяти увагу структурі сайту з метою забезпечення його ефективності для онлайн-бронювань та здійснення продажів, оскільки за статистикою 52% осіб, які шукають готель, переходять з онлайн-платформ (OTA - Online travel agency) на веб-сайт готелю для отримання додаткової інформації про ціни та умови [18].

Пошуковий маркетинг складається з численних складових, серед яких розпізнавання місцезнаходження є особливо важливою. Це включає в себе використання геокарт - вбудованих онлайн-інструментів, які надають інформацію про доступні готелі та їх пропозиції для місцевостей. Одночасно, необхідно забезпечити можливість повного інформування споживача та направлення його на веб-сайт для досягнення ефективних конверсійних

результативних дій. Це можна здійснити шляхом підтримки пошукової системи через веб-сайт, наприклад, Google Ads.

На сьогоднішній день маркетинг у соціальних мережах став надзвичайно впливовим інструментом на споживацьку поведінку. За дослідженнями Google, подорожуючі вибирають різні соціальні мережі залежно від свого віку та країни проживання. Наприклад, Facebook є основним комунікаційним каналом для осіб старше 30 років і є популярним серед іноземців. Instagram та TikTok, зі свого боку, приваблюють туристів у віці від 17 до 25 років. Отже, позиціонування у соціальних мережах варто здійснювати за допомогою відповідного маркетингу у соціальних медіа (SMM): TikTok Marketing, Instagram Marketing – для готелів, які спрямовані на молоду аудиторію; Facebook Marketing; Pinterest Marketing; LinkedIn Marketing – для клієнтів старше 30 років; Twitter Marketing; YouTube Marketing; TripAdvisor Marketing – як універсальні платформи та інші. Соціальні медіа є найбільш ефективними спеціалізованими платформами для особистого взаємодії зі споживачами. Основним трендом майбутнього розвитку використання соціальних мереж у сфері гостинності є цифровізація всіх аспектів внутрішньої організації, зовнішнього спілкування та особистої соціальної взаємодії [8].

Блогінг є найефективнішим інструментом у контент-маркетингу, оскільки він сприяє активній взаємодії з потенційними клієнтами. Через його використання можна отримати оперативні й якісні відгуки за допомогою різноманітних каналів комунікації, таких як текстові повідомлення, відео, 3D графічний контент, чат-боти, мобільні додатки, підписки на канал і т.д.

Цифрова реклама пережила значні зміни, оскільки перекинула свою цільову аудиторію в онлайн-середовище. В рамках медійної, тізерної та таргетингової реклами активно створюються ліди (leads) - потенційна цільова аудиторія готелів, яка надає свої особисті контактні дані для подальшого зв'язку[18].

Месенджер-маркетинг використовує традиційні засоби для розсилки повідомлень через мобільний зв'язок та електронну пошту. Застосування

месенджерів та мобільних комунікаторів (Telegram, Viber, WhatsApp) допомагає залучити більше уваги до готельних послуг серед постійних клієнтів. Використання гейміфікації в мобільних додатках як сучасного цифрового тренду зміцнює лояльність шляхом надання мотивації (нагромадження бонусів, акцій тощо), що стимулює повторні відвідини готелю. На сьогоднішній день готельні ланцюги використовують різноманітні цифрові платформи, які допомагають їм бути ефективними та привертати нових клієнтів. У табл.2.3 узагальнено та визначено популярність використання цифрових платформ.

Таблиця 2.3

Рейтинг використання цифрових платформ міжнародними готельними мережами

Готельна мережа	Використовувані цифрові платформи за рейтингом	Готельна мережа	Використовувані цифрові платформи за рейтингом
<i>Four Seasons</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Програма "Pin It" Pinterest 2. Власний сайт 3. Власний e-mail маркетинг (розсилка) 4. Facebook 5. Instagram 6. Мобільний додаток 	<i>InterContine ntal</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Власний сайт 2. Kayak 3. Facebook 4. Instagram 5. Глобальні інтегровані пошукові системи 6. Tripadvisor 7. Booking.com
<i>Hyatt</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. SRM маркетинг 2. Iphone Passbook 3. Facebook 4. Instagram 5. Пошукові системи 6. Tripadvisor 7. Booking.com 	<i>Sheraton Hotels & Resorts</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Власний сайт 2. Корпоративний SRM маркетинг 3. Facebook 4. Instagram 5. Пошукові системи 6. Tripadvisor 7. Booking.com

Джерело: складено автором за результатами аналізу сайтів готельних мереж: [6; 9; 10; 19]

Суб'єкти готельного бізнесу використовують різноманітні технології цифрового маркетингу, оскільки сегмент готельного ринку, на який вони спрямовані, активно використовує інтернет, соціальні мережі та мобільні

пристрої для пошуку, бронювання та оплати готельних послуг. Цифровізація маркетингу має безліч переваг для споживачів, оскільки вона надає можливість швидко та якісно знайти необхідну інформацію та забронювати послуги, а для готелів - презентувати свої продукти, встановлювати комунікацію з партнерами та потенційними клієнтами.

Операціоналізація цифрового маркетингу та його інструментів, таких як пошукова оптимізація (SEO), пошуковий маркетинг (SEM), маркетинг у соціальних мережах, веб-сайт готелю, контент-маркетинг, месенджер-маркетинг, партнерський маркетинг, системи дистрибуції та маркетплейси, цифрова реклама та веб-аналітика, є важливим елементом формування маркетингової стратегії та її втілення через маркетингові програми [41].

Масштабна військова агресія призвела до кризи в розвитку готельного ринку в Україні, а також визначила можливості цифрової трансформації у всіх аспектах маркетингу: онлайн-бронювання та цифрова дистрибуція, управління споживчою лояльністю та розвиток готельних брендів, комунікація з потенційними клієнтами і контрагентами, оцінка репутаційних ризиків, партнерська підтримка та інше.

Загалом, розширення цифрових технологій демонструє наявні та потенційні конкурентні переваги та можливості для розвитку готельного бізнесу в посткризовий період. Тому майбутні дослідження щодо цифрової трансформації готельного бізнесу повинні зосередитися на таких аспектах: канали продажів (веб-сайти, мобільні додатки, чат-боти, дистриб'ютори тощо), цифрові інструменти, цифрові сервіси, цифровий маркетинг та його ефективність в до- та післякризовий період. Проте висвітлення особливостей цифрового маркетингу в готельному бізнесі після кризи пов'язане з обмеженою інформацією щодо оцінки збитків, розміру втрат на готельному ринку та термінів завершення військових дій, тому потребує подальшого дослідження.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

3.1. Проблеми запровадження діджиталізації готельного господарства

В сучасному світі цифрові технології змінюють різні сфери нашого життя, включаючи готельне господарство. Діджиталізація в готельній індустрії може отримати безліч переваг, таких як покращення процесів бронювання, зручний доступ до інформації для клієнтів, автоматизація обліку та підвищення ефективності. Однак в Україні існує кілька проблем, які ускладнюють запровадження діджиталізації в готельному господарстві.

По-перше, одна з найбільших проблем – низький рівень технологічної оснащеності готелів. Багато готелів в Україні не мають необхідної інфраструктури та обладнання для ефективного впровадження цифрових рішень. Недостатня фінансова підтримка та обмежений доступ до сучасних технологій ускладнюють перехід до діджиталізації. Наприклад, багато готелів не мають інтерактивних веб-сайтів або мобільних додатків для зручного бронювання та обміну інформацією з клієнтами. Це може призвести до втрати потенційних клієнтів, які шукають зручний та швидкий спосіб забронювати номер.

По-друге, проблема безпеки та конфіденційності також є значною. Запровадження цифрових рішень вимагає збереження великої кількості персональних даних клієнтів, таких як особиста інформація та фінансові дані. Однак, в Україні існують проблемні з захистом даних, в тому числі слабкий захист від кібератак та крадіжок даних. Це може становити серйозну загрозу для клієнтів та готелів, які можуть втратити значні грошові кошти та довіру клієнтів. Таким чином, необхідно приділяти належну увагу захисту даних та інформації в процесі запровадження цифрових рішень в готельному господарстві.

Крім того, в Україні є проблеми зі забезпеченням якісного Інтернет-

з'єднання, яке є необхідним для ефективної роботи цифрових рішень в готелях. Це може бути особливо проблематичним в місцях, де Інтернет-інфраструктура не розвинена належним чином. Незважаючи на те, що в Україні існує значна кількість мобільних операторів та провайдерів Інтернет-послуг, які надають доступ до Інтернету, якість з'єднання та його швидкість можуть бути недостатніми для ефективного функціонування цифрових рішень в готелях.

Ще однією проблемою є недостатня кількість фахівців, які б знали, як ефективно використовувати технології в готельній індустрії. Багато готелів в Україні не мають фахівців, які могли б допомогти впровадити цифрові рішення та підтримувати їх функціонування. Недостатня кількість фахівців, які розуміють принципи та технічні аспекти цифрових технологій, може ускладнити процес впровадження діджиталізації в готельну індустрію в Україні та затримати розвиток цифрових ініціатив у готельному господарстві. Недостатня освіченість та усвідомлення переваг цифрових рішень є ще однією проблемою. Багато готелів можуть не розуміти значення та вплив діджиталізації на їх бізнес. Відсутність свідомості про переваги автоматизації, покращення ефективності та зручності для клієнтів може стримувати готелі від впровадження цифрових рішень. Необхідно проводити пояснювальну роботу та інформаційні кампанії, щоб допомогти усвідомити готелям про переваги діджиталізації та стимулювати їх до впровадження цифрових технологій [43]. В Україні також існує проблема нормативної бази для регулювання діджиталізації готельного господарства. Необхідно розробити адекватні нормативні акти та закони, які враховуватимуть потреби та виклики, пов'язані з діджиталізацією готельного господарства, забезпечуючи якість, безпеку та захист інформації.

Ще однією проблемою є відсутність стандартів та норм для цифрових рішень у готельній галузі. Брак уніфікованих стандартів ускладнює впровадження технологій, адаптацію нових рішень та їх взаємодію з іншими системами. Розробка і впровадження стандартів є важливим кроком у сприянні розвитку цифровизації готельного господарства в Україні. Встановлення уніфікованих стандартів допоможе забезпечити сумісність та взаємодію різних

цифрових систем, полегшить інтеграцію нових рішень та сприятиме розвитку цифрової екосистеми в готельній галузі.

Необхідність інвестицій також є проблемою у запровадженні діджиталізації готельного господарства в Україні. Впровадження цифрових технологій вимагає значних фінансових витрат на придбання обладнання, розробку програмного забезпечення, навчання персоналу та інфраструктуру. Багато готелів можуть не мати достатнього фінансування для впровадження цифрових рішень або вагатися інвестувати в цифрові технології через невизначеність повернення інвестицій. Для подолання цієї проблеми необхідна підтримка з боку держави, надання фінансових стимулів та програм підтримки для готелів, що бажають впроваджувати цифрові рішення.

Отже, запровадження діджиталізації в готельну галузь України є важливим кроком у покращенні ефективності та конкурентоспроможності готелів. Однак, існують проблеми, які ускладнюють цей процес, такі як низька технологічна оснащеність, проблеми безпеки та конфіденційності даних, обмежена якість Інтернет-з'єднання, відсутність фахівців та свідомості про переваги цифрових рішень, відсутність законодавчої бази та стандартів, а також фінансові обмеження.

Для подолання цих проблем необхідно вжити комплексних заходів. Важливо забезпечити доступ до стабільного та швидкого Інтернет-з'єднання, що стане основою для роботи цифрових систем. Необхідно також розробити та впровадити стандарти безпеки та конфіденційності даних, щоб гості готелів мали впевненість у захисті своїх персональних даних [28]. Особливу увагу слід приділити навчанню персоналу готелів. Це дозволить підвищити їх ефективність та навички в роботі з цифровими системами, а також забезпечити якісне обслуговування гостей.

Держава може відіграти важливу роль у сприянні запровадженню діджиталізації готельного господарства. Надання фінансової підтримки, створення програм підтримки та стимулювання готелів до впровадження цифрових технологій є важливими кроками у розвитку готельної галузі.

Крім того, важливо розробити нормативну базу, яка враховуватиме

специфіку цифрових рішень у готельній галузі. Створення стандартів та норм, які б визначали вимоги до цифрових рішень у готельній галузі, сприятиме їхній взаємодії та інтеграції, полегшить впровадження нових технологій та забезпечить безпеку та якість обслуговування.

Також важливо активно співпрацювати з вендорами цифрових рішень та фахівцями з ІТ. Це дозволить готелям бути в курсі новітніх технологій та розробок, а також отримувати підтримку та консультації у впровадженні цифрових рішень. Тільки тоді готельна галузь України зможе успішно впровадити діджиталізацію і зростати, використовуючи потенціал сучасних технологій для надання високоякісних послуг, залучення нових клієнтів і поліпшення конкурентоспроможності.

3.2. Перспективи та заходи удосконалення діджиталізації готельного господарства в Україні

Діджиталізація готельного господарства в Україні має великий потенціал для покращення якості обслуговування та збільшення ефективності бізнесу. Закордонний досвід показує, що діджиталізація може збільшити прибутковість готельного бізнесу, підвищити задоволення гостей та знизити витрати на управління готелем.

У сфері впровадження інформаційних технологій та автоматизації управління готелями, Україна значно відстає від провідних розвинених країн світу. Однак, у нашій країні існують унікальні можливості для прогресу в цій галузі. На українському ринку присутні більше десятка високоякісних сучасних систем автоматизації управління готелями та ресторанами, зокрема оригінальні розробки вітчизняних компаній, які ідеально відповідають умовам України. Складні сучасні умови не повинні стати на заваді впровадженню цифровізації, а навпаки, повинні стимулювати цей процес, розкриваючи широкі майбутні перспективи. [21].

По-перше, за допомогою соціальних мереж, SSM-просування, запуску та оптимізації рекламних кампаній на різних платформах можна успішно вирішити проблему локалізації бізнесу 24/7 і розширити свою присутність на ринку.

По-друге, впровадження цифровізації сприяє ефективному плануванню та управлінню обмеженими ресурсами організації. Автоматизація більшості процесів допомагає зменшити кількість бізнес-процесів, кадрів і витрат.

По-третє, однією з ключових переваг є поліпшення комунікації з клієнтами. Цифрові програми дозволяють більш детально визначити цільову аудиторію, знайти нові методи співпраці з нею, а також збирати та аналізувати статистичні дані за допомогою цифрових інструментів, отримуючи чіткі вимоги та вподобання споживачів.

Виходячи з вищенаведеного, головні переваги цифрової трансформації для основних бізнес-процесів полягають у зростанні конкурентоспроможності продукції, збільшенні лояльності клієнтів, встановленні швидкої та гнучкої комунікаційної політики, оптимізації використання ресурсів та зменшенні витрат виробництва й збуту. Для допоміжних і керівних бізнес-процесів цифровізація спрощує роботу з великими обсягами даних, забезпечує контроль якості та допомагає в прийнятті управлінських рішень.

Діджиталізація готельного господарства є однією з ключових тенденцій у сучасній готельній індустрії. Низка країн, включаючи країни Європи, США та Азії, успішно впроваджують цифрові рішення для поліпшення обслуговування гостей та ефективного управління готелями.

Оглядаючи закордонний досвід, можна виділити декілька перспектив діджиталізації готельного господарства, які можуть бути корисними для України[5]:

1. Готелям варто розробляти власні мобільні додатки, які дозволять гостям здійснювати бронювання, переглядати наявність номерів, отримувати інформацію про послуги готелю та зв'язуватися з персоналом. Це полегшить процес бронювання та зробить його більш зручним для гостей.

2. Використання інтернету речей (IoT) для автоматизації ряду процесів у

готелях. Наприклад, сенсори можуть контролювати рівень освітлення, температуру, вологість та інші параметри у номерах, що дозволить ефективніше використовувати енергію та забезпечити комфорт для гостей [11]. 3.

Впровадження електронної системи управління готельними процесами, такої як Property Management System (PMS). PMS дозволяє автоматизувати багато адміністративних та операційних процесів, таких як облік бронювань, керування запасами та фінансовий облік. Це допоможе покращити ефективність роботи готелів та знизити ймовірність помилок [30]. 4. Використання штучного інтелекту (AI). AI може бути використано для персоналізації обслуговування гостей. Наприклад, системи розпізнавання обличчя можуть розпізнавати гостя при вході та надавати інформацію персоналу про його вподобання та історію перебування в готелі. Це дозволить забезпечити більш індивідуальний підхід до кожного гостя і підвищити рівень задоволення гостей.

5. Підвищення кібербезпеки. З огляду на зростаючу кількість цифрових послуг, необхідно забезпечити надійний захист персональних даних гостей. Готелі повинні вкласти зусилля в імплементацію сучасних кібербезпечних заходів, включаючи шифрування даних, резервне копіювання та використання сильних паролів, щоб уникнути можливих кібератак та порушень приватності.

Для перспективної діджиталізації готельного господарства України варто розвивати співпрацю між різними стейкхолдерами. Наприклад, урядові органи можуть створювати сприятливі умови для діджиталізації готельного господарства шляхом прийняття відповідних регуляторних норм і законодавства. Вони також можуть надавати фінансову та інфраструктурну підтримку для впровадження цифрових рішень у готелі. Туристичні асоціації та організації можуть об'єднувати готелі та інші галузі для спільних ініціатив у сфері діджиталізації. Вони можуть організовувати семінари, тренінги та конференції, де експерти та представники готельного бізнесу обмінюватимуться досвідом та найкращими практиками. Співпраця з технологічними компаніями, які спеціалізуються на готельних рішеннях, є важливою. Ці компанії можуть надавати інтегровані цифрові рішення, розробляти додатки та системи

управління готелем, а також надавати підтримку та консультації з впровадження цифрових технологій. Фінансові установи можуть надавати фінансування та інвестиції для розвитку діджиталізації готельного господарства. Вони можуть створювати спеціальні фонди або програми підтримки для готелів, які бажають впроваджувати цифрові технології. Співпраця між всіма цими стейкхолдерами допоможе створити сприятливе середовище для діджиталізації готельного господарства України, сприяти обміну знаннями, створенню інновацій та підвищенню конкурентоспроможності готелів у сучасному цифровому світі [49].

Також дуже важливо приділити увагу забезпеченню необхідної освіти та підготовки персоналу готельних підприємств щодо використання цифрових інструментів та технологій, а також навчання їх взаємодії з гостями в діджиталізованому середовищі.

Отже, впровадження цифрових технологій стоїть перед нами як вирішальний фактор успіху, як для світового, так і для українського бізнесу. Під час пандемії та військових конфліктів, цифрова трансформація стає єдиним надійним шляхом для багатьох компаній в Україні, щоб зберегти стійкість та продовжувати активно розвиватися. Саме завдяки цифровізації бізнес стає конкурентоспроможним на глобальному ринку, надаючи унікальні можливості. З плином часу, цифрова трансформація проникне у всі галузі економіки, і підприємці повинні адаптуватися до цих змін. Цей процес має потенціал оптимізувати як головні бізнес-процеси, так і вторинні, пов'язані з управлінням, і для України він стане рішучим кроком у вирішенні найактуальніших проблем в умовах воєнного конфлікту. Компанії зможуть раціонально використовувати ресурси, знизити потребу в кадрах та фінансах, автоматизувати частину процесів, збільшити обсяги продажів і покращити комунікацію з клієнтами. На сьогоднішній день наявні безліч унікальних цифрових інструментів, серед яких можна відібрати саме той, що найкраще підходить для діджиталізації власного бізнесу.

ВИСНОВКИ

Готельне господарство має вирішальне значення для туристичної галузі і є невід'ємною складовою її розвитку, оскільки воно виконує різноманітні важливі функції. Готельне господарство також є необхідною частиною соціальної інфраструктури регіону, створюючи сприятливі умови для переміщення та проживання населення. Розвиток готельного господарства прямо пов'язаний з розвитком туризму у будь-якій місцевості, поліпшенням трудових відносин, збільшенням виробничих можливостей. Здивованням не є, що наявність розвиненої готельної галузі позитивно впливає на населення, забезпечуючи йому необхідні послуги. Цей сектор вимагає залучення місцевого населення до своєї діяльності, створює робочі місця, а постійна конкуренція забезпечує ефективну їх роботу. Класифікація та типізація готелів відіграють надзвичайно вагомую роль, оскільки успіх готельного бізнесу прямо залежить від розвитку готельної сфери.

На сьогоднішній день готелі відрізняються між собою за багатьма показниками, такими як рівень комфорту, забезпечування харчуванням, цінова політика, місцезнаходження, місткість, функціональне призначення, кількість поверхів, режим роботи і багато іншого. Кожен з цих факторів впливає на процес будівництва, проектування та розміщення готелю, а також сприяють різному складу готельних приміщень. Рівень комфорту, призначення, місткість, поверховість є основними ознаками при характеристиці готелів.

Розвиток готельної індустрії залежить від багатьох факторів, однак усім учасникам ринку в умовах цифрових трансформацій доведеться змінюватися значно швидше, ніж це відбувається сьогодні. Поширення цифрових технологій і систем управління має сприятливий вплив на якість товарів і послуг, сервісне обслуговування споживачів та інформаційне забезпечення суб'єктів ринкових відносин. Темпи зростання цифровізації безпосередньо залежать від інституційного середовища країни, що стосується державної політики,

законодавчих та нормативних актів, фіскальних інструментів. Тривала відсутність інноваційної бази в економіці країни, небажання представників великого та середнього бізнесу інвестувати в інноваційні проекти послаблюють цифрову трансформацію. Проте сьогодні активна участь держави в удосконаленні інноваційних процесів може прискорити розвиток готельного бізнесу.

Питання використання новітніх технологій у сфері надання послуг готельного господарства є давно актуальним для багатьох країн усього світу. Вплив інформаційних технологій та рівня підготовленості персоналу на стан та перспективи розвитку готельного бізнесу в країнах світу є значним. Розглянемо ці аспекти докладніше. У сучасному інформатизованому суспільстві з'являються нові потреби і можливості для життя і професійної діяльності людини.

Україна має потенціал для розвитку готельного господарства, адже вона має широкий розподіл колективних засобів розміщення, які можуть задовольнити різні потреби туристів. Велика кількість курортних місць, історичних пам'яток, національних парків та інших туристичних атракцій створюють сприятливе середовище для розвитку готельного бізнесу. У разі успішного розвитку готельного господарства, Україна матиме можливість залучати більше іноземних інвестицій, створювати нові робочі місця та підвищувати рівень життя населення.

Готельна галузь України активно використовує сучасні інновації та технології для поліпшення якості своїх послуг та забезпечення комфорту та зручності для своїх гостей. Використання сучасних технологій та інновацій може допомогти готелям не тільки забезпечувати кращі умови перебування для гостей, але й покращувати свою ефективність та конкурентну позицію на ринку. На сьогоднішній день заклади готельного господарства використовують різноманітні технології цифрового маркетингу, оскільки сегмент готельного ринку, на який вони спрямовані, активно використовує інтернет, соціальні мережі та мобільні пристрої для пошуку, бронювання та оплати готельних послуг. Цифровізація маркетингу має безліч переваг для споживачів, оскільки

вона надає можливість швидко та якісно знайти необхідну інформацію та забронювати послуги, а для готелів - презентувати свої продукти, встановлювати комунікацію з партнерами та потенційними клієнтами. Тому майбутні дослідження щодо цифрової трансформації готельного бізнесу повинні зосередитися на таких аспектах: канали продажів (веб-сайти, мобільні додатки, чат-боти, дистриб'ютори тощо), цифрові інструменти, цифрові сервіси, цифровий маркетинг та його ефективність в до- та післякризовий період.

Запровадження діджиталізації в готельну галузь України є важливим кроком у покращенні ефективності та конкурентоспроможності готелів. Однак, існують проблеми, які ускладнюють цей процес, такі як низька технологічна оснащеність, проблеми безпеки та конфіденційності даних, обмежена якість Інтернет-з'єднання, відсутність фахівців та свідомості про переваги цифрових рішень, відсутність законодавчої бази та стандартів, а також фінансові обмеження.

Діджиталізація готельного господарства в Україні має значний потенціал для поліпшення обслуговування та підвищення ефективності бізнесу. Хоча Україна відстає від провідних країн у цьому напрямку, є перспективи розвитку завдяки власним українським розробкам в сфері автоматизації управління готелями. Незважаючи на складні умови, які виникли внаслідок воєнного конфлікту, впровадження цифровізації може стимулювати розвиток готельної індустрії завдяки покращенню конкурентоспроможності продукції, комунікації з клієнтами та оптимізації використання ресурсів.

За цифровізацією стоїть майбутнє як світового, так і українського бізнесу. Під час пандемії та війни для більшості компаній України – це єдиний шлях зберегти стійкість і продовжити розвиватися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Aspers P., Darr A. (2018). Organizing Marketplaces. Oxford Scholarship Online. Oxford University Press, Apr. 19. <http://doi.org/10.1093/oso/9780198815761.003.0014>
2. Chaveesuk S., Khalid B. & Chaiyasoonthorn W. (2021). Digital payment system innovations: A marketing perspective on intention and actual use in the retail sector.
3. Система інтернет-бронювання житла URL: <https://www.booking.com>
4. Digital transformation scoreboard 2018: EU businesses go digital: opportunities, outcomes and uptake. Luxembourg: Publications Office of the European Union. 2018. URL: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/dem/monitor/scoreboard>
5. Digital-маркетинг: 6 переваг для бізнесу URL: <https://wezom.com.ua/blog/digital-marketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa>
6. Four Seasons URL: <https://www.fourseasons.com/>
7. Green Key URL: <http://www.greenkey.org/Menu/Criteria/Hotels>.
8. Hofacker C. F. Digital Marketing: communicating, selling and connecting. Massachusetts : Edward Elgar Publishing, Inc., 2018. 224 p.
9. Hyatt URL: <https://www.hyatt.com/ru-RU/home> Innovative Marketing, 17 (3), 109-123. [http://doi.org/10.21511/im.17\(3\).2021.09](http://doi.org/10.21511/im.17(3).2021.09)
10. International Monetary Fund World. Economic Outlook. Global Financial Stability Report <https://www.imf.org/external/index.htm>
11. IoT Smart Hotels: Enabling Innovation in the Hospitality Industry URL: <https://www.igor-tech.com/news-and-insights/articles/iot-smart-hotels-enabling-innovation-in-the-hospitality-industry>.
12. Key Digital Trends in the Hospitality Industry URL: <https://www.revfine.com/digital-trends-hospitality-industry/>.

13. Merezha. European Bank for Reconstruction and Development. Вплив цифровізація на ринок консалтингових та експертних послуг 2021. Аналітичний звіт. URL: https://www.merezha.ua/report/impact_of_digitalization_2021.pdf
14. Morris N. (2019). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice [Internet]. Springer Science and Business Media LLC; Apr. 10(4), 384. <http://doi.org/10.1057/dddmp.2009.7>
15. Premier Hotels and Resorts Ukraine [Electroniccourse]. – Wayofaccess: https://www.phnr.com/about_us
16. Radisson Hotel Group URL: <https://www.radissonhotels.com/en-us/corporate/about-us>
17. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
18. Serohina N., Petryshchenko N., Andrić B. (2019). Digital marketing in hotels, Marketing and digital technologies, 3(3), 35-42. <http://doi.org/10.15276/mdt.3.3.2019.4>
19. Sheraton Hotels&Resorts URL: <https://news.marriott.com/brands/sheraton-hotels-resorts>
20. The Cosmopolitan of Las Vegas / Rose, the Hotel Chatbot URL: <https://www.behance.net/gallery/108722507/The-Cosmopolitan-of-Las-Vegas-Rose-the-Hotel-Chatbot>
21. Автоматизація готелів: як може працювати туристична галузь в майбутньому URL: <https://www.imena.ua/blog/tourism-industry-in-the-future/>
22. Андренко І.Б. Особливості функціонування готельних ланцюгів в Україні / І.Б. Андренко, А.А. Шестірко // Економіка та суспільство. – 2022. – Вип. 40.
23. Безручко Л. Сучасний стан та перспективи розвитку готельних мереж у світі та Україні / Л. Безручко, Ю. Жук // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2018. – Випуск 45. – С. 273–280

24. Бубенець І.Г., Олініченко К.С. Digital-маркетинг як інструмент конкурентоспроможності підприємств на ринку готельних послуг // Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Харків: Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2022. С.69-71.

25. В Україні перший еко-сертифікований готель – RadissonBlu //Туристичні новини URL: <http://www.tourismnews.com.ua/news-235.html>

26. Вдовиченко Ю.В. Цифрові технології як основа та рушійна сила розвитку сучасної глобальної економіки. Економіка та держава. 2018. № 1. С. 79–82

27. Готель "Premier Hotel Rus" URL:<https://hotelrus.phnr.com/ua>

28. Готельний бізнес в Україні: тенденції та перспективи розвитку URL:http://www.ahmerov.com/book_1258_chapter_22_3.5_Gotelnijj_bznes_v_Ukrain:_tenden_ta_perspektivirozvitku.html

29. Готельне господарство URL: https://pidru4niki.com/12210605/rps/gotelne_gospodarstvo

30. Гуренко А.В., Гашутіна О.Е. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. Економіка і суспільство. 2018. №19. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-113>

31. Дві сторони цифрових технологій: «цифрова диктатура» або збереження стійкості URL: <http://razumkov.org.ua/statti/dvi-storony-tsyfrovyykh-tekhnologii-tsyfrova-dyktatura-abo-zberezhenniastiikosti/>

32. Денисенко М.П., Давиденко Н.В. Теорія поколінь та який її вплив на сучасний бізнес. Економіка та держава. 2020. № 1. С. 46–49.

33. Державна служба статистики України URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

34. Джеджула О. М., Волонтир Л. О. Діджиталізація як основний фактор розвитку індустрії гостинності у країнах Євросоюзу. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики.2021. № 3.

35. Диджиталізація XXI століття – як впливають Digital-технології на підприємства готельної індустрії URL:<https://expertsolution.com.ua/kak-vlijajut-digital-tennologii-na-predprijatijaindustrii-gostepriimstva>
36. Додаток Radisson Hotels App URL:<https://www.radissonhotels.com/en-us/app>
37. Дубина М., Козлянченко О. Концептуальні аспекти дослідження сутності діджиталізації та її ролі в розвитку сучасного суспільства. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. Вип. № 3 (19). С. 21-32.
38. Ефективність Email-розсилки 2021: середні показники відкриття в різних індустріях URL:<https://blog.uamaster.com/email-open-rate-2021/>
39. Інформаційні системи і технології як інновація у системі управління бізнес-процесами Н.П. Юрчук Ефективна економіка.-2018.-№ 5., 2018
40. Кирилюк І.М. Маркетингове забезпечення готельної індустрії : монографія. Умань : ВПЦ «Візаві», 2017.С. 122–144
41. Кітченко О., Ібрагімов Т. Social media marketing як інструмент просування продуктів підприємства на ринок.Економіка та управління підприємствами. Випуск 3 (14). 2019. С. 179–184.
42. Коляденко С. В. Вплив цифрової економіки на глобалізацію. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2020. № 2. С. 104-118.
43. Кравченко Р. Інновації в готельному бізнесі URL:https://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko21.htm.
44. Милашко О.Г. Колективні засоби розміщування як об'єкт статистичного вивчення // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. праць. Одеса, 2014. Вип. 2(53). С. 202-206.
45. Овчаренко Н.П., Костенко К.І., Павленко І.Г. Цифрові технології і діджитал-маркетинг: нові можливості для готельного бізнесу. Проблеми сучасної економіки. 2018. № 2. С. 229–233.

46. Потапова Н. А., Зелінська О. В. Економетричний аналіз оцінки змін у використанні інформаційних технологій. Polish journal of science. 2020. № 26. S. 17-24

47. Просович О.П., Боцман Ю.С. Маркетплейс як дієвий інструмент цифрового маркетингу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2018. № 897(2). С. 32–38.

48. Система «Розумний дім» для готелю URL:<http://rozum-domu.at.ua/publ/sistemarozumniidimdljagotelju/1-1-0-288> 49.

Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/256.pdf>

50. Стратегія розвитку «Індустрія 4.0». Асоціація підприємств промислової автоматизації України. Грудень 2019. 78 с. URL: <https://appau.org.ua/en/category/pubs>

51. Технологія готельної справи : навчальний посібник. / С. Журавльова, В. Зайцева, Т. Каптюх. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 264 с.

52. Технологія розпізнавання облич та її перспективи в Україні URL: http://kristall-systems.net.ua/ua/novosti/kak_rabotaet_raspoznavanie_lits_perspektivy_tehnologii_v_ukraine/

53. Типи сучасних готелів URL:https://pidru4niki.com/1376102560339/turizm/tipi_suchasnih_goteliv.

54. Фесенко Г. О., Осадчий А. А. Значення колективних засобів розміщення та готельної індустрії у розвитку сфери туризму України. Інвестиції: практика та досвід. 2021, № 23. С. 60–65.

55. Шикіна О.В. Аналіз тенденцій міжнародної готельної індустрії. Інфраструктура ринку. Вип. 39. 2020. С. 56-61.

56. Як VR трансформує бізнес URL:<https://nv.ua/ukr/biz/experts/yak-vr-transformuye-biznes-1871381.html>

57. Як працюють готелі України під час війни"[Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://commercialproperty.ua/analitics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuyut-goteli-ukraini/>

58. Markhonos S. International Tourism in the System of Modern Globalization Processes / S. Markhonos, N. Stezhko, Y. Oliinyk, L. Polishchuk, I. Tyshchuk, A. Parfinenko // International Journal of Management (IJM), 11 (3), 2020, pp. 97–106.

59. Яцюк В. Діджиталізація готельного бізнесу як складова інноваційного розвитку. / XXIII Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки», 4-7 квітня 2023 року.

**Мультибрендовий і вперше мобільний глобальний веб-сайт
RadissonHotels.com.**

