ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
ОДЕСЬКИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра управління, фінансів та адміністрування

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри_____
(підпис)
к.е.н., доцент кафедри
Мінакова Олена Олександрівна
(вчене звання, науковий ступінь, ПІБ)

«____»_____2026р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему: «Використання сучасних інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності»

Виконав:
студент групи ІН18-9-22-Б1МГТ(4,0д)
(шифр групи)
Освітньої програми: «Менеджмент туризму та готельного бізнесу»
Спеціальності: 073 Менеджмент
(код і найменування спеціальності)
Сарголого Стефаній Мохаммад

_____
(підпис студента)
Керівник: д.е.н., доцент, професор кафедри

Казарян Генріх Генріхович
(вчене звання, науковий ступінь, ПІБ)

_____
(підпис наукового керівника)

2026 р.

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
Одеський інститут
Кафедра управління, фінансів та адміністрування

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність: 073 Менеджмент
Освітня програма: «Менеджмент туризму та готельного бізнесу»

«Затверджую»
Завідувач кафедри_____
(підпис)
к.е.н., доцент кафедри **Мінакова О.О.**
(вчене звання, науковий ступінь, ПІБ)
«____»_____2026р.

Завдання
на кваліфікаційну роботу студента
Сарголого Стефанія Мохаммадовича
(прізвище, ім´я, по батькові)

1.Тема кваліфікаційної роботи «Використання сучасних інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності»

2. Керівник кваліфікаційної роботи: д.е.н., доцент, професор кафедри Казарян Г.Г.
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи на попередній захист:
Травень 2026 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (рекомендовані науковим керівником та відповідним методичним забезпеченням /окремі аспекти роботи, обсяги роботи/)

Вихідною базою для виконання кваліфікаційної роботи на тему «Використання сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності» слугували такі матеріали:

– нормативно-правові акти України, що регулюють діяльність підприємств сфери гостинності та використання інформаційних технологій;

– наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань цифровізації бізнесу, інтернет-технологій та управління підприємствами готельної індустрії;

– статистичні та аналітичні матеріали щодо розвитку сфери гостинності та впровадження цифрових технологій в Україні та світі;

– офіційні дані та відкриті джерела щодо діяльності готельної мережі «Premier Hotels & Resorts»;

– матеріали веб-сайту підприємства, цифрових платформ бронювання та соціальних мереж;

– внутрішня інформація про організацію діяльності підприємства (структура управління, особливості надання послуг, використання ІТ-рішень);

– навчально-методичні матеріали з дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг», «Інформаційні системи в управлінні»;

– результати власних досліджень автора, отримані в процесі аналізу та узагальнення інформації.

Обсяг кваліфікаційної роботи становить 79 сторінок друкованого тексту, включає таблиці, рисунки та список використаних джерел.

4. Необхідний графічний та аналітичний матеріал за темою дослідження у 5 таблицях та 3 рисунках.

5. Календарний план виконання кваліфікаційної роботи

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строки виконання		Примітки
		Планові	Фактичні	
1	2	3	4	5
1.	Збір та опрацювання наукових джерел і нормативно-правової бази	грудень 2025	грудень 2025	Проведено аналіз літератури
2.	Вступ	січень 2026	січень 2026	Узгоджено з науковим керівником
3.	Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	січень 2026	січень 2026	Теоретична частина завершена
4.	Розділ 2 ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ «НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «PREMIER HOTEL & RESORTS»	лютий 2026	лютий 2026	Проведено аналітичні розрахунки
5.	Розділ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «PREMIER HOTEL & RESORTS»	березень 2026	березень 2026	Розроблено практичні пропозиції
6.	Висновки	квітень 2026	квітень 2026	Сформовано підсумки дослідження
7.	Оформлення списку використаних джерел	квітень 2026	квітень 2026	Перевірено відповідність вимогам
8.	Подання роботи на перевірку науковому керівнику	квітень 2026	квітень 2026	Роботу подано
9.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	травень 2026	травень 2026	Допуск до захисту

АНОТАЦІЯ

Сарголого Стефаній Мохаммад. «Використання сучасних інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності» — Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» — Одеський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП». Одеса, 2026.

Актуальність теми дослідження визначається стрімкою цифровізацією світового ринку послуг та необхідністю інтеграції інноваційних ІТ-інструментів для забезпечення стійкої конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності. В умовах сучасних викликів використання інтернет-технологій трансформується з допоміжного засобу в стратегічну основу управління, що дозволяє оптимізувати бізнес-процеси та забезпечити персоналізацію обслуговування клієнтів.

Метою кваліфікаційної роботи є комплексне оцінювання ефективності впровадження сучасних інтернет-технологій у діяльність підприємств гостинності та обґрунтування практичних рекомендацій щодо вдосконалення їхньої цифрової стратегії в умовах сучасної економіки.

У процесі дослідження використано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема методи аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, системного підходу, економіко-статистичного аналізу, графічного моделювання та розрахунково-аналітичні методи.

Ключові слова: інтернет-технології, сфера гостинності, цифрова трансформація, системи автоматизації управління (PMS), онлайн-бронювання, інтернет-маркетинг, клієнтський досвід.

ANNOTATION

Sargologo Stefanii Mohammad. «Use of Modern Internet Technologies in the Activities of Hospitality Enterprises» — Manuscript.

Qualification thesis for obtaining the educational qualification level of Bachelor — Odesa Institute of PJSC "Higher Educational Institution "IAPM". Odesa, 2026.

The relevance of the research topic is determined by the rapid digitalization of the global services market and the need to integrate innovative IT tools to ensure the sustainable competitiveness of hospitality enterprises. Under modern challenges, the use of Internet technologies is being transformed from an auxiliary tool into a strategic basis for management, allowing for the optimization of business processes and the provision of personalized customer service.

The purpose of the qualification thesis is a comprehensive assessment of the effectiveness of implementing modern Internet technologies in the activities of hospitality enterprises and the substantiation of practical recommendations for improving their digital strategy in the conditions of the modern economy.

In the course of the research, a set of general scientific and special methods was used, including methods of analysis and synthesis, comparison, generalization, systematic approach, economic and statistical analysis, graphical modeling, and calculation-analytical methods.

Key words: Internet technologies, hospitality industry, digital transformation, property management systems (PMS), online booking, Internet marketing, customer experience.

ЗМІСТ

ВСТУП..... 6

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ..... 10

1.1. Сутність, поняття та історичні аспекти використання інтернет-технологій 10

1.2. Види та можливості інтернет-технологій..... 20

1.3. Напрями використання сучасних інтернет-технологій у діяльності підприємств сфери гостинності..... 28

РОЗДІЛ 2 ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ «НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «PREMIER HOTEL & RESORTS»..... 36

2.1. Аналіз організаційної структури та діяльності «Premier Hotels & Resorts» 36

2.2. Аналіз впровадження сучасних інтернет-технологій у діяльність готельної мережі «Premier Hotels & Resorts»..... 42

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «PREMIER HOTEL & RESORTS» 58

3.1. Проблеми застосування інтернет-технологій у сфері гостинності України 58

3.2. Рекомендації щодо впровадження інтернет-технологій у діяльність «Premier Hotels & Resorts»..... 64

ВИСНОВКИ 73

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 76

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні індустрія гостинності трансформується з традиційної сфери послуг у високотехнологічну цифрову екосистему. У світі, де смартфоноцентричність стала нормою, використання сучасних інтернет-технологій перестало бути перевагою — тепер це критична умова виживання бізнесу. Якщо раніше цифровізація сприймалася як відповідь на виклики пандемії, то сьогодні це фундамент для побудови персоналізованого клієнтського досвіду та операційної стійкості.

Впровадження digital-технологій стає стратегічним пріоритетом для підприємств сфери гостинності. Автоматизація та онлайн-присутність дозволяють масштабувати бізнес, оптимізувати операційні витрати та забезпечити бездоганний клієнтський досвід у висококонкурентному середовищі».

Системний аналіз праць зазначених дослідників дозволяє констатувати, що впровадження інноваційних інтернет-інструментів трансформувалося з допоміжного елемента у стратегічний детермінант розвитку суб'єктів індустрії гостинності. Сучасна парадигма цифрового сервісу базується на синергії високої якості обслуговування, клієнтоорієнтованості та максимізації фінансових результатів.

Вагомий внесок у вивчення механізмів цифровізації та управління економічними процесами у цій сфері зробили вітчизняні науковці: Є. Афонін [2], Л.М. Бабак [3], І.І. Гаєва [3], Ю. Бочарова [6], І.Г. Дейнеко [17], В.О. Крамаренко [28], О.В. Литовська [28], І.А. Носенко [46], С.В. Жовнір [20], І.В. Левкович [32], Л.О. Кулинич [32], І.В. Івасенко [32] та інші.

Водночас наукова спільнота акцентує увагу на критичних викликах цифрової трансформації. Поряд із технологічними перевагами, на перший план постає питання кібербезпеки. Дослідники наполягають на впровадженні високих стандартів захисту персональних даних та створенні надійних

протоколів для фінансових транзакцій, оскільки довіра клієнта в цифровому середовищі є базовим активом сучасного бізнесу.

Аналіз наукового доробку підтверджує високий рівень концептуального опрацювання даної проблематики. Праці провідних фахівців формують надійне теоретичне підґрунтя для висновку про те, що цифровізація є безальтернативним вектором інтенсифікації бізнес-процесів та нарощування ринкового потенціалу в індустрії гостинності.

З огляду на це, метою дослідження є комплексний аналіз та теоретико-практичне обґрунтування інструментарію інтернет-технологій у діяльності вітчизняних підприємств сфери гостинності, а також визначення перспектив їхнього впливу на операційну ефективність галузі в умовах цифровізації економіки України.

Для досягнення визначеної мети в роботі було сформульовано та розв’язано такі **завдання**:

- розкрити сутність, термінологічний апарат та ретроспективу розвитку інтернет-технологій у контексті світової економіки.
- систематизувати види та функціональні можливості сучасних інтернет-інструментів, що застосовуються у бізнес-середовищі.
- визначити пріоритетні напрями впровадження інноваційних інтернет-технологій безпосередньо у діяльність суб’єктів сфери гостинності.
- надати комплексну характеристику фінансово-господарської діяльності та ринкових позицій готельної мережі «Premier Hotels & Resorts».
- здійснити критичну оцінку досвіду та ефективності використання інтернет-технологій у системі управління та маркетингу мережі «Premier Hotels & Resorts».
- ідентифікувати ключові бар’єри та системні проблеми, що перешкоджають широкому впровадженню цифрових рішень у сфері гостинності України.

- обґрунтувати стратегічні рекомендації щодо оптимізації діяльності підприємств готельного господарства шляхом інтеграції сучасних інтернет-технологій.

Об’єктом дослідження є сукупність інноваційних інтернет-технологій та цифрових інструментів, що інтегровані в операційну та маркетингову діяльність підприємств сфери гостинності.

Предметом дослідження є організаційно-економічні особливості, прикладні аспекти та результативність впровадження інноваційних технологій у систему управління готельної мережі «Premier Hotels & Resorts».

Методи дослідження. Теоретичну базу кваліфікаційної роботи становлять фундаментальні положення та прикладні напрацювання вітчизняних і зарубіжних науковців у галузі цифровізації економіки, інноваційного менеджменту та стратегічного розвитку індустрії гостинності.

Для досягнення поставленої мети та розв’язання визначених завдань було застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження:

- Монографічний метод — використаний на етапі ініціації дослідження для детермінації мети, завдань, об’єкта та предмета роботи, а також при комплексному аналізі наукових джерел.
- Метод структурно-логічного аналізу — застосований для систематизації теоретичних засад та оцінки сучасного стану інтеграції інтернет-технологій у бізнес-процеси готельних підприємств.
- Методи аналізу та синтезу — покладені в основу розробки перспективних напрямів розвитку галузі, виявлення майбутніх технологічних трендів та моделювання ефективної системи цифрової взаємодії у сфері гостинності.
- Логічне узагальнення — використане для інтерпретації результатів аналітичних розрахунків, обґрунтування авторських пропозицій та формулювання підсумкових висновків дослідження.

Теоретичне значення одержаних результатів полягає у поглибленні та систематизації наукових уявлень про механізми функціонування цифрової екосистеми в сучасній індустрії гостинності. Автором розширено концептуальні засади використання інтернет-технологій шляхом удосконалення термінологічного апарату та уточнення ролі цифрових інструментів у забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу. Теоретичний внесок дослідження також виражається в обґрунтуванні взаємозв'язку між рівнем технологічної зрілості готельних підприємств та динамікою формування клієнтської лояльності в умовах переходу до моделі Smart Hospitality. Виконана робота доповнює теоретичну базу наукових розвідок у сфері інноваційного менеджменту, адаптуючи глобальні технологічні тренди до специфіки функціонування вітчизняного ринку послуг.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та джерел, додатків. Робота викладена на 79 сторінках, у процесі її написання було опрацьовано 39 літературних джерел. Результати дослідження графічно систематизовано у 5 таблицях та 4 рисунках.

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

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

Сучасне готельне підприємство являє собою складну багатофункціональну систему, що інтегрує широкий спектр послуг: від базового розміщення та харчування до комплексної організації дозвілля та сервісного супроводу. Для забезпечення синергії всіх структурних підрозділів готелю та досягнення високого рівня задоволеності гостей необхідна безперебійна координація та операційна ефективність кожної служби.

В умовах тотальної глобалізації спостерігається інтенсивна технологізація всіх сфер суспільно-економічного життя. Цифрова трансформація кардинально змінила ландшафт індустрії гостинності, де технологічні можливості стали ключовим драйвером розвитку. У цьому контексті підприємства галузі змушені адаптуватися до умов жорсткої конкуренції, здійснюючи активний пошук інноваційних форм комунікації для ефективного просування та стратегічного позиціонування свого продукту на ринку [3].

Генезис інтернет-технологій у сфері гостинності пройшов шлях від простих інформаційних сторінок до повноцінних екосистем, що базуються на штучному інтелекті, великих даних (Big Data) та хмарних рішеннях. Сьогодні «інтернет-технології» слід розглядати не просто як набір технічних засобів, а як фундаментальну платформу для побудови взаємодії між готелем та клієнтом, що охоплює всі етапи споживчого циклу: від виникнення потреби до післяпродажного обслуговування.

Стрімкий розвиток цифрових інструментів спричинив трансформацію традиційних ринкових відносин, сформувавши автономну інфраструктуру та зумовивши становлення інформаційної економіки як специфічної сфери діяльності. Широкий спектр прикладних розробок у галузі ІТ дозволяє значно інтенсифікувати ключові бізнес-процеси, що стає фундаментальним чинником зростання операційної ефективності та зміцнення конкурентних переваг сучасного підприємства.

У цьому контексті глобальна мережа Інтернет виступає не лише як комунікаційний канал, а як високоефективне середовище для оптимізації маркетингової стратегії готельних господарств. Це відкриває перед суб'єктами ринку принципово нові можливості для:

- Диверсифікації методів збуту та просування готельного продукту;
- Впровадження систем інтелектуального аналізу споживчих переваг;
- Автоматизації взаємодії з контрагентами та кінцевими споживачами.

Сьогодні, за умов функціонування єдиного загальносвітового інформаційного простору, інтеграція новітніх інтернет-технологій стає домінуючим вектором стратегічного розвитку галузі. Проте для коректної детермінації понять «Інтернет» та «інтернет-технології» необхідно, перш за все, розкрити сутнісну характеристику базової категорії — «інформаційні технології».

Фундаментальним базисом сучасної цифрової економіки є інформаційні технології (ІТ), що ґрунтуються на процесах системної обробки, структурування та зберігання великих масивів даних. В академічній літературі інформаційні технології визначаються як динамічний процес, що використовує сукупність методів та засобів збору, верифікації та передачі первинних даних для генерації інформації нової якості. Кінцевим результатом цього процесу є створення інформаційного продукту, який відображає актуальний стан об'єкта, явища або процесу [32].

У вужчому, функціональному аспекті виокремлюються інтернет-технології. Це цілісна сукупність програмно-апаратних комплексів та протоколів передачі даних, що забезпечують можливість глобального інформаційного обміну та інтерактивної комунікації користувачів у межах мережі Інтернет.

Сьогодні інтернет-технології у сфері гостинності трансформувалися у складну архітектуру, що охоплює:

1. Програмну складову (хмарні системи керування готелем, модулі бронювання, CRM-платформи).
2. Апаратну складову (серверну інфраструктуру, пристрої IoT, системи терміналів).
3. Мережеву складову (високошвидкісні канали зв'язку та бездротові мережі).

Сутнісна характеристика інтернет-технологій полягає у забезпеченні багатофункціонального середовища для реалізації широкого спектра операцій у глобальному цифровому просторі. Завдяки їх інтеграції користувачі отримують не лише безперешкодний доступ до світових інформаційних ресурсів, а й повноцінний інструментарій для інтерактивної комунікації, здійснення e-commerce транзакцій, використання складних фінтех-рішень та банківських сервісів. Особливої значущості набуває роль інтернет-технологій у трансформації ринку праці та освіти, що проявляється у поширенні моделей дистанційної зайнятості та концепції «освіти впродовж усього життя» (lifelong learning).

У масштабах сучасної глобальної архітектури інтернет-технології виступають каталізатором міжнародної конвергенції. Вони забезпечують миттєву та високоефективну комунікацію між суб'єктами з різних куточків світу, що стимулює розвиток транскордонного співробітництва та зміцнює цілісність глобальної економіки.

Крім того, імплементація інтернет-рішень дозволяє досягти наступних стратегічних цілей [2]:

- радикальне зниження видатків на традиційні канали зв'язку та логістику інформації.
- прискорення процесів прийняття рішень завдяки доступу до даних у режимі реального часу.
- забезпечення рівного доступу до знань та аналітичних масивів, що є критично важливим для інноваційного розвитку будь-якої галузі.

Поряд із незаперечними перевагами, інтенсивна дигіталізація супроводжується низкою деструктивних явищ та ризиків. До ключових викликів сучасності дослідники відносять стрімку ескалацію кіберзлочинності, поширення складних форм інтернет-шахрайства, а також системні загрози приватній конфіденційності та цифровій безпеці особистості. Окрему увагу наукова спільнота приділяє психосоціальним аспектам, зокрема формуванню адиктивної поведінки щодо соціальних медіа та цифрових платформ. Це зумовлює гостру потребу у впровадженні принципів цифрової гігієни, дотриманні високих стандартів кібербезпеки та етичних норм мережевої взаємодії.

Водночас неможливо ігнорувати фундаментальний вплив інтернет-технологій на трансформацію соціокультурного ландшафту та архітектуру суспільних відносин. Цифрове середовище виступає глобальним майданчиком для крос-культурної комунікації, забезпечуючи безперешкодний інтелектуальний обмін та конвергенцію ідей між представниками різних цивілізаційних парадигм.

Сьогодні мережа Інтернет остаточно закріпила за собою статус невід’ємної інфраструктурної складової життєдіяльності, що визначає розвиток ключових сфер [7]:

- Комунікативної: перехід до миттєвої мультимодальної взаємодії.
- Освітньої: демократизація знань через відкриті цифрові платформи.
- Рекреаційної: формування нових форматів споживання контенту та дозвілля.

- Економічної: перетворення бізнес-моделей на цифрові екосистеми.

Архітектурна модель інформаційних технологій у готельній індустрії являє собою складну багатокомпонентну систему. Вона інтегрує глобальні комп'ютерні системи резервування (GDS), платформи для проведення телеконференцій, мультимедійні відеосистеми, локальні інформаційні системи управління (PMS), а також цифрові фінансові шлюзи для електронного переказу коштів. Важливою складовою цієї екосистеми є безшовна інтеграція з інформаційними системами авіаперевізників, сучасними телекомунікаційними мережами та мобільними засобами зв'язку.

На сучасному етапі інформаційні технології стали невід’ємним атрибутом операційної діяльності готелів. Завдяки еволюції комп’ютерних потужностей, сучасні системи демонструють високий ступінь точності, надійності та поліфункціональності. Впровадження спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє вирішувати критичні бізнес-завдання:

- автоматизація управлінських рішень та операційного контролю.
- підвищення рівня захищеності персональних даних та фізичної безпеки гостей.
- масштабування клієнтської бази та реалізація складних стратегій просування продукту.

Фундаментом для функціонування цих систем виступає Інтернет — децентралізована глобальна мережа передачі даних. Вона базується на розвинених засобах адресації та протоколах TCP/IP, що забезпечують стабільний зв’язок між різнотипними мережами, обчислювальними системами та кінцевим (термінальним) обладнанням. Завдяки такій архітектурі користувачі отримують безперешкодний доступ до колосальних обсягів розподілених інформаційних ресурсів та широкого спектра цифрових сервісів [7].

Альтернативні наукові джерела трактують Інтернет як глобальну сукупність обчислювальних систем, інтегрованих у єдиний простір за

допомогою високошвидкісних магістральних мереж. У цьому контексті мережа трансформується у базовий інструмент міжкультурної дифузії та трансляції знань, де кожен вузол системи бере активну участь у процесах обміну даними та спільного використання цифрових сервісів.

У сучасному науковому розумінні Інтернет розглядається як архітектурно складний технічний комплекс — Всесвітня павутина (World Wide Web). Ця глобальна надбудова об'єднує мільйони гетерогенних (різнорідних) мереж та колосальні інформаційні ресурси, що функціонують як єдиний організм. Фізичний рівень цієї системи забезпечується розгалуженою інфраструктурою каналів зв'язку, яка включає:

- волоконно-оптичні магістралі та мідні кабельні лінії;
- супутникові канали зв'язку та системи мікрохвильової передачі даних;
- мережі нового покоління, що забезпечують безперервний доступ до мережевих ресурсів.

Така багаторівнева структура дозволяє Інтернету виступати не лише технічним засобом передачі сигналу, а глобальним когнітивним простором, де акумулюється та репродукується інтелектуальний капітал людства.

У контексті операційної діяльності готельних підприємств мережа Інтернет постає як найпотужніша мультимедійна платформа. Вона дозволяє генерувати загальнодоступну, інформаційно містку та економічно ефективну інфраструктуру, яка за швидкістю транзакцій та низькою собівартістю суттєво випереджає будь-які альтернативні інформаційно-технологічні системи минулих поколінь.

Узагальнюючи представлені в науковій літературі трактування, можна сформулювати наступну дефініцію:

Інтернет — це глобальна конвергентна інфраструктура, архітектура якої забезпечує децентралізований доступ до колосальних інформаційних ресурсів та сервісів зв'язку (електронна пошта, цифрові інформаційні табло, системи

відеоконференцзв’язку, хмарні архіви даних, інтегроване програмне забезпечення тощо) [15].

Така інфраструктурна гнучкість дозволяє готельному бізнесу не лише оптимізувати внутрішні процеси, а й створювати безшовне цифрове середовище для взаємодії з глобальним ринком.

Генезис інтернет-технологій бере свій початок у 1960-х роках і парадоксально пов’язаний із періодом «холодної війни». Розробка глобальної мережі була ініційована урядом США як стратегічна відповідь на виклики геополітичного протистояння. Військові експерти Пентагону та провідні вчені прагнули створити децентралізовану інформаційну архітектуру, здатну зберігати життєздатність навіть в умовах руйнівних наслідків ядерного удару [32].

Ключові віхи еволюції технологій можна представити наступним чином:

- 1962–1969 рр.: Етап активного фінансування Міністерством оборони США технологій міжкомп’ютерної взаємодії. Результатом стало створення у 1969 році мережі ARPANET, яка вперше об’єднала потужні обчислювальні центри університетів та дослідницьких інститутів.
- 1972 р.: Поява та запуск протоколів електронної пошти, що заклало фундамент для асинхронної цифрової комунікації.
- 1990-ті рр.: Становлення World Wide Web (WWW). Цей період став переломним у трансформації мережі з вузькоспеціалізованого військово-наукового інструменту на глобальну цивільну платформу.
- 1993 р.: Вихід першого графічного браузера (Mosaic), що зробив Інтернет доступним для масового користувача. Саме цей момент зумовив експоненціальне зростання телекомунікаційного ринку, появу перших e-commerce гігантів та розробників прикладного програмного забезпечення.

Зі становленням комерційного сегменту Інтернету в середині 90-х років можливості мережі набули глобального характеру. Це дало поштовх для формування сучасної цифрової інфраструктури, яка сьогодні є базою для функціонування світової індустрії гостинності.

Період 2020–2025 років став етапом «великого цифрового стрибка» для сфери гостинності. Спочатку пандемія COVID-19 змусила готельний бізнес терміново впроваджувати безконтактні сервіси та мобільні ключі, проте вже до 2024–2025 років фокус змістився на використання штучного інтелекту.

Сьогодні інтернет-технології дозволяють готелям не просто реагувати на запити клієнтів, а прогнозувати їх за допомогою аналізу Big Data. Використання ШІ-чатботів, які володіють десятками мов, та впровадження систем динамічного ціноутворення на основі алгоритмів машинного навчання стали новими галузевими стандартами. Таким чином, сучасний етап розвитку інтернет-технологій характеризується переходом від простих інструментів продажу до створення складних інтелектуальних екосистем, де технології стають невидимим, але визначальним елементом готельного сервісу.

Більш детально етапи технологічної еволюції представлено нижче (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Еволюційні етапи розвитку та впровадження інтернет-технологій

Період	Назва етапу	Ключові технологічні досягнення	Вплив на сферу гостинності та бізнес
1960-ті – 1980-ті рр.	Фундаментальний (мілітарно-науковий)	Розробка ARPANET, запуск протоколів TCP/IP, поява електронної пошти (E-mail).	Формування бази для передачі даних; перші спроби комп'ютеризації внутрішніх розрахунків
1990-ті рр.	Комерціалізація (Ера WWW)	Винахід HTML, HTTP, створення перших браузерів (Mosaic, Netscape), запуск пошукових систем.	Поява перших вебсайтів готелів; зародження систем онлайн-бронювання та інтернет-маркетингу.
2000 – 2010 рр.	Інтерактивний (Web 2.0)	Розвиток широкосмугового інтернету, поява соціальних мереж (Facebook) та OTAs (Booking.com, Expedia).	Перехід до двосторонньої комунікації; вплив відгуків клієнтів (TripAdvisor); масове онлайн-бронювання.

Продовження Таблиці 1.1

2010 – 2020 рр	Мобільний (Ера смартфонів)	Поширення 4G, хмарних технологій (Cloud Computing), мобільних додатків та систем аналізу Big Data.	Домінування мобільного трафіку (Mobile-first); поява «економіки спільного споживання» (Airbnb); хмарні PMS-системи.
2020 – 2025 рр.	Інтелектуальний (Ера AI та IoT)	Впровадження генеративного ШІ, мереж 5G, технологій безконтактного доступу, біометрії та Internet of Things.	Гіперперсоналізація сервісу; повна автоматизація через AI-чатботів; розвиток «Smart Hotels»; використання VR-турів для збуту.

Джерело: систематизовано автором.

Наведені вище етапи відображають лише ключові вектори еволюції інтернет-технологій, проте саме ці події стали детермінантами формування сучасного цифрового ландшафту. Сьогодні інтернет-технології трансформувалися у фундамент глобального суспільства, інтегрувавшись у всі стратегічно важливі сфери: від академічної освіти та медіапростору до складних бізнес-екосистем і соціокультурних комунікацій.

Ключовим операційним інструментом мережа виступає у процесах акумуляції, верифікації та дифузії знань, дозволяючи суб'єктам виконувати багаторівневі завдання за допомогою широкого спектра мобільних та стаціонарних пристроїв. Серед фундаментальних переваг імплементації інтернет-рішень у сучасну практику слід виокремити:

1. Трансформація комунікаційних моделей. Інтернет-технології забезпечують миттєву мультимодальну взаємодію (e-mail, месенджери, відеоконференцзв'язок, соціальні платформи). Це нівелює географічні бар'єри та радикально скорочує часові витрати на інформаційний обмін [20].

2. Інтелектуалізація та освітня доступність. Мережа відкриває доступ до невичерпних масивів даних, що є критично важливим для наукових досліджень та фахового розвитку. Моделі дистанційного навчання (LMS-

платформи, онлайн-курси) забезпечують безперервність освітнього процесу та адаптивність до потреб ринку праці.

3. Стратегічний інструментарій для бізнесу. Електронна комерція (e-commerce) дозволяє готельним та іншим підприємствам масштабувати діяльність на глобальному рівні, залучаючи цільову аудиторію незалежно від локації. Поява гнучких форм зайнятості (фріланс, дистанційна робота) змінила архітектуру ринку праці, підвищивши мобільність людського капіталу.

Попри масштабні переваги, інтенсивна експлуатація інтернет-технологій супроводжується специфічними ризиками та деструктивними наслідками. Однією з найбільш критичних проблем сучасності є забезпечення кібербезпеки. Глобальний мережевий простір вразливий до несанкціонованого втручання (хакінгу), розповсюдження вірусного програмного забезпечення та інших кіберзагроз, що створює реальну небезпеку втрати конфіденційної інформації, фінансових активів та інтелектуальної власності підприємств.

Окрему увагу в наукових дискурсах приділяють впливу цифрового середовища на соціальну архітектуру та психофізичний стан особистості. Виокремлюються наступні проблемні аспекти:

- Соціально-психологічні ризики: надмірна інтеграція у соціальні мережі може призводити до формування цифрової адикції (залежності) та деградації якості міжособистісних відносин у реальному житті.
- Фізіологічні наслідки: тривала статична робота з електронними пристроями стає чинником виникнення професійних захворювань та загального погіршення стану здоров’я.
- Лінґвокультурна трансформація: під впливом мережевої комунікації відбуваються зміни у мовленнєвій культурі. Активне використання абревіатур, англіцизмів та специфічного інтернет-сленгу формує нові лінгвістичні паттерни, які подекуди ускладнюють інтерпретацію змісту та взаєморозуміння між представниками різних поколінь або соціальних груп [14].

Наявність зазначених викликів не заперечує доцільності використання інтернет-технологій, проте актуалізує питання розробки ефективних стратегій кіберзахисту. Необхідним стає дотримання балансу між цифровою активністю та фізичною реальністю, а також підвищення рівня цифрової грамотності користувачів.

Узагальнюючи, можна констатувати, що інтернет-технології є динамічним інфраструктурним комплексом, який постійно еволюціонує. Це відкриває перед індустрією гостинності безпрецедентні можливості для розвитку, водночас генеруючи нові виклики, що потребують адаптивних управлінських рішень.

1.2. Види та можливості інтернет-технологій

Актуальність інтернет-технологій у сучасних умовах є безальтернативною. Глобальна мережа еволюціонувала з допоміжного джерела інформації у фундаментальний інструмент міжсуб'єктної взаємодії та стратегічної комунікації. Цифрові рішення докорінно трансформували життєдіяльність соціуму, модифікували структуру праці та дозвілля, а також ініціювали появу інноваційних бізнес-моделей і нових сегментів ринку праці.

Комплексний вплив інтернет-технологій на розвиток сучасного суспільства проявляється через низку функціональних можливостей у стратегічно важливих сферах:

- Освітня сфера: реалізація концепції дистанційного навчання (E-learning), забезпечення доступу до відкритих освітніх ресурсів та платформ для самоосвіти, що нівелює територіальні обмеження у здобутті знань.
- Трудова діяльність та зайнятість: впровадження моделей віддаленої роботи, хмарних сервісів для корпоративної взаємодії та систем безпечного обміну даними, що сприяє формуванню гнучкого ринку праці.

- Бізнес та економіка: створення цифрових платформ для розвитку підприємництва, використання багатоканального маркетингу та інтеграція протоколів безпечних електронних платежів.
- Медична галузь та телемедицина: забезпечення дистанційного консультування, використання мережевих технологій для діагностики та моніторингу стану здоров'я пацієнтів у режимі реального часу, а також цифровізація медичних реєстрів [12].
- Сфера подорожей та гостинності: автоматизація процесів бронювання засобів розміщення (Booking, системи GDS), купівлі транспортних квитків, мультимедійна навігація та персоналізація туристичного контенту.
- Науково-дослідна діяльність: координація міжнародних наукових проєктів, збір та обробка емпіричних даних у реальному часі, а також оперативна дифузія наукових результатів через спеціалізовані цифрові репозиторії.
- Електронна комерція (E-commerce): оптимізація споживчого досвіду через механізми порівняння цін, системи лояльності та персоналізовані пропозиції в онлайн-середовищі.
- Соціокультурний та політичний сектор: підвищення рівня громадської обізнаності, розвиток цифрової демократії (петиції, електронне врядування) та глобалізація мистецького контенту.

Підсумовуючи, слід зазначити, що інтернет-технології володіють вичерпним потенціалом для модернізації більшості суспільних процесів. Проте ефективність їхнього використання безпосередньо корелює з рівнем кібербезпеки та захисту персональних даних, що є необхідною умовою для підвищення якості життя та сталого розвитку людства в цифрову епоху [13].

Сучасна архітектура інтернет-технологій базується на інструментах для оперативного обміну мультимедійними даними (текст, аудіо, відео, електронна кореспонденція) та засобах розробки й підтримки глобальних інформаційних ресурсів. З огляду на поліфункціональність цифрового

середовища, доцільно класифікувати ключові види інтернет-технологій за їхнім цільовим призначенням:

1. Інструменти доступу та пошуку інформації

- Веббраузери: програмне забезпечення для навігації у Всесвітній павутині, що забезпечує візуалізацію вебсторінок та взаємодію з вебінтерфейсами.
- Пошукові системи: складні алгоритмічні інструменти, що дозволяють здійснювати релевантний пошук інформації за ключовими запитами серед мільярдів вебресурсів.

2. Комунікаційні технології

- Електронна пошта (E-mail): базова система асинхронної передачі формалізованих повідомлень та файлів.
- Месенджери та відеозв'язок: сервіси для синхронної взаємодії в режимі реального часу (текст, аудіо- та відеодзвінки) [14].
- Соціальні мережі: інтерактивні платформи для формування спільнот, генерації контенту та багатосторонньої комунікації.

3. Хмарні та інфраструктурні рішення

- Хмарні технології (Cloud Computing) та Клауд-сервіси: моделі надання доступу до обчислювальних потужностей, сховищ даних та програмного забезпечення (SaaS, PaaS) без необхідності їх локального встановлення.
- Інтернет-додатки: веббазоване ПЗ для виконання прикладних завдань (редагування документів, проектування, аналітика) безпосередньо у вікні браузера.

4. Фінансові та безпекові технології

- Електронні платежі: системи інтернет-еквайрингу та цифрових гаманців, що забезпечують миттєву оплату товарів і послуг.
- Блокчейн-технології: децентралізовані протоколи захищеного зберігання та передачі даних, що гарантують незмінність та безпеку транзакцій [7].

5. Інноваційні та маркетингові інструменти

- Інтернет-маркетинг: сукупність методів (SEO, SMM, контекстна реклама) для просування брендів та управління споживчим попитом.
- Віртуальна реальність (VR): технологія імерсивного моделювання простору, що відкриває нові можливості для віртуальних турів готелями та туристичними дестинаціями.

Потенціал інтернет-технологій є експоненціальним: вони постійно еволюціонують, інтегруючись у повсякденну життєдіяльність та трансформуючи способи пошуку інформації, міжособистісної взаємодії, здійснення транзакцій та організації дозвілля.

Серед усього різноманіття інструментів інформаційний сегмент інтернет-технологій є фундаментальним, оскільки саме він забезпечує доступ до глобальних знань та актуальних даних. У сучасній архітектурі мережі цей сегмент структурується за наступними підтипами:

- Цифрові мас-медіа (ЗМІ): платформи для оперативної трансляції новин та аналітики.
- Вебпортали та агрегатори: багатофункціональні ресурси, що об'єднують різні сервіси та посилання.
- Тематичні блоги та професійні спільноти: ресурси для обміну досвідом та персоналізованою інформацією.
- Пошукові системи: глобальні індексатори мережевого контенту.

Для сфери гостинності критично важливе значення має функціонування спеціалізованих готельних порталів та електронних каталогів. Такі ресурси (наприклад, Booking.com, TripAdvisor, Hotels.com) дозволяють потенційним споживачам та партнерам отримувати верифіковану оперативну інформацію щодо дислокації готельних підприємств, структури їхнього номерного фонду, переліку додаткових послуг та актуальної цінової політики. Це робить ринок готельних послуг прозорим та доступним для глобального клієнта.

Загальна класифікація інструментарію мережі, що детермінує розвиток сучасної цифрової економіки, систематизована та візуалізована нижче (рис. 1.2).

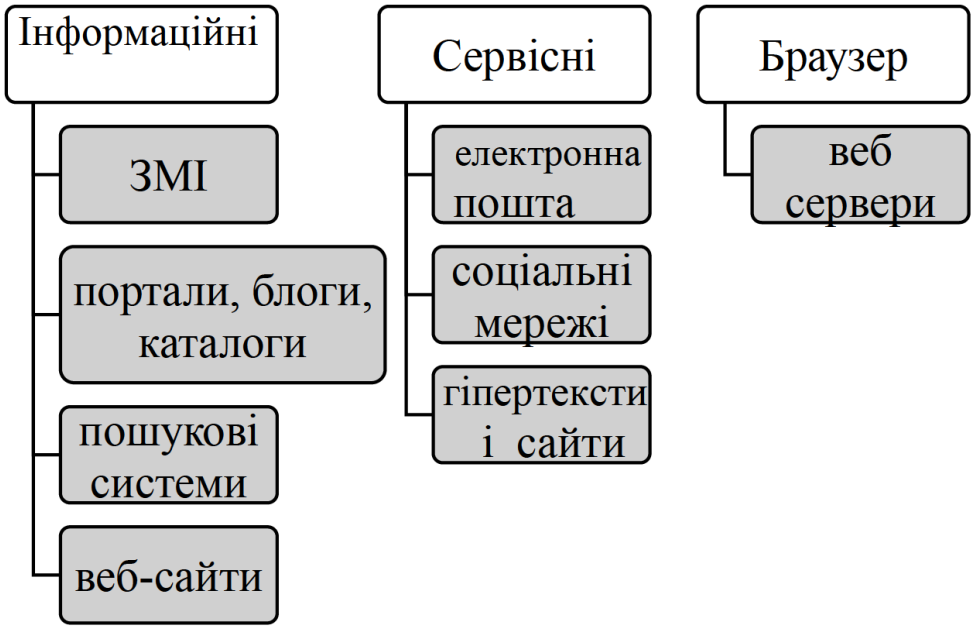

Рис. 1.2. Основні види інтернет-технологій та їх функціональна структура

Корпоративні вебсайти готельних підприємств виступають ключовим інструментом стратегічного позиціонування на ринку. Вони забезпечують трансляцію офіційної інформації, ознайомлюють потенційних гостей з актуальними новинами та інноваційними змінами у сервісній політиці. Власна вебплатформа дозволяє готелю не лише верифікувати бренд, а й суттєво диверсифікувати напрями своєї діяльності.

Якісно спроєктований та ергономічний інтерфейс сайту є потужним чинником конверсії відвідувачів у лояльних клієнтів. Сучасні алгоритми аналізу даних (Big Data та куки-файли) дають змогу збирати інформацію про поведінкові паттерни користувачів, що дозволяє реалізувати механізм гіперперсоналізації — адаптації контенту та пропозицій сайту під індивідуальні потреби кожного суб’єкта.

У сучасній екосистемі туризму споживачі дедалі частіше ініціюють самостійне формування турпродукту, використовуючи мережеві ресурси для:

- комплексного моніторингу та порівняльного аналізу засобів розміщення і підприємств харчування;
- дистанційного бронювання авіаквитків, готельних номерів та оренди транспортних засобів;
- моделювання індивідуальних маршрутів відповідно до власних преференцій.

Крім того, інтернет-середовище забезпечує клієнтам перманентний доступ до динамічної інформації: програм лояльності, актуальних маркетингових акцій, а також безпекових та економічних прогнозів у країнах запланованого перебування.

Важливим інструментом неформальної комунікації та формування репутації є ведення блогів. У науковому дискурсі блог розглядається як інтерактивна мультимедійна форма публікації контенту в режимі реального часу. Це динамічний інтернет-щоденник, який регулярно поповнюється текстовими, візуальними та аудіовізуальними матеріалами [46]. Для індустрії гостинності блоги (зокрема тревел-блогерів та корпоративні блоги готелів) є дієвим засобом впливу на споживчий вибір через створення емоційного зв'язку та демонстрацію "живого" досвіду перебування в закладі.

До переліку найбільш динамічних інтернет-технологій сучасності належать відеоконтент та подкастинг, які демонструють високу ефективність як у сфері розваг, так і в інструментарії просування бізнесу через інтерактивні презентаційні форми.

Подкастинг (англ. *podcasting*, від *iPod* та *broadcasting*) визначається як процес створення та дистрибуції звукових або відеофайлів у цифровому форматі. За своєю сутністю подкасти є цифровим аналогом радіо- чи телепередач, проте з суттєвою перевагою — можливістю асинхронного споживання. Користувач може завантажити контент на персональний пристрій та відтворювати його в офлайн-режимі у зручний час. Фактично, ця

технологія базується на потоковій передачі аудіовізуальних даних. Релевантними прикладами реалізації цього напряму є:

- мультимедійні «живі» журнали та веб-радіо;
- глобальні відеохостинги (наприклад, YouTube), що стали основними платформами для відеомаркетингу в індустрії гостинності.

Окреме місце в ієрархії інтернет-технологій посідають пошукові системи. Їхнє первинне функціональне призначення полягає в оптимізації процесу пошуку верифікованої інформації та забезпеченні максимального комфорту користувача. Сучасні пошукові сервіси постійно еволюціонують, інтегруючи нові інструменти аналітики та штучного інтелекту. Водночас для бізнесу завданням фахівців із пошукової оптимізації (SEO) є релевантне використання алгоритмів цих систем для підвищення видимості та комерційної ефективності інтернет-проєктів.

Еталоном багатофункціональної сервісної екосистеми є корпорація Google, яка акумулює широкий спектр послуг для користувачів: від інтелектуальних поштових сервісів та хмарних сховищ до інструментів соціальної взаємодії та маркетингової аналітики [23].

Окремим високоефективним сегментом інтернет-технологій у сфері гостинності виступають соціальні мережі. Вони забезпечують підприємствам інструментарій для оперативного інтерактивного зв'язку з потенційними клієнтами, сприяють оптимізації маркетингових витрат та стимулюють зростання прибутку через залучення масової аудиторії.

У науковому розумінні соціальні мережі — це інтерактивні онлайн-платформи, архітектура яких сфокусована на побудові та візуалізації зв’язків між людьми, що об’єднані спільними інтересами, професійною діяльністю або соціокультурними вподобаннями. Фундаментальним елементом такої платформи є профайл (профіль) — персоналізована сторінка учасника, яка містить ідентифікаційну інформацію, дані про вподобання та соціальні контакти користувача.

Для реалізації успішної стратегії просування готельних послуг у соціальних медіа (SMM — Social Media Marketing) суб’єктам господарювання необхідно дотримуватися наступних принципів:

- Точне таргетування: ідентифікація та фокусування на релевантній цільовій аудиторії.
- Генерація унікального контенту: створення ексклюзивного візуального та текстового наповнення, що формує емоційну цінність бренду.
- Адаптивність сервісу: постійна модифікація послуг відповідно до динамічних запитів та відгуків споживачів, отриманих через канали зворотного зв'язку [13].

Сучасні соціальні мережі функціонують у транскордонному режимі, нівелюючи географічні, політичні та економічні бар’єри. Попри розважальний аспект, домінуючою мотивацією користувачів залишається пошук та верифікація інформації (через відгуки, рекомендації та візуальний контент).

На сучасному етапі лідируючі позиції в екосистемі соціальних комунікацій займає корпорація Meta, яка об'єднує найбільш потужні платформи для готельного маркетингу: Facebook, Instagram, а також глобальні месенджери WhatsApp та Facebook Messenger. Інтеграція цих інструментів у систему управління готелем дозволяє створити безшовне середовище для комунікації з гостем на всіх етапах його подорожі.

До фундаментальних засобів віддаленого доступу належить електронна пошта (e-mail). Це один із ключових режимів функціонування комп’ютерних мереж, що забезпечує обмін текстовими повідомленнями та графічними об’єктами незалежно від географічного розташування кореспондентів. Дистанція між користувачами може варіюватися від локальних масштабів до тисяч кілометрів, залежно від інфраструктури каналів зв'язку (супутникові, кабельні лінії тощо).

Для гарантування конфіденційності та автентичності ділової кореспонденції в електронному листуванні широко застосовуються технології цифрового підпису та шифрування. Характерною технічною ознакою e-mail є

робота в режимі off-line (асинхронна комунікація), що дозволяє адресату опрацьовувати інформацію у зручний для нього час.

Окремий вектор розвитку інтернет-технологій пов'язаний із вдосконаленням веббраузерів (оглядачів), які виступають інтерфейсом для доступу до складних вебсервісів. Прикладом ефективного впровадження хмарних рішень у сегменті малих та середніх засобів розміщення є система Nimeta.

Функціонування подібних систем базується на моделі SaaS (Software as a Service), що має такі переваги для готельного бізнесу:

- Дистанційне керування: дані про готель та безпосередньо програма управління (PMS) знаходяться на віддаленому сервері в спеціалізованому дата-центрі провайдера.
- Мінімізація витрат: готелю не потрібно інвестувати у дороге серверне обладнання чи штат системних адміністраторів.
- Мобільність: для повноцінної роботи системи достатньо мати комп’ютер або мобільний пристрій із доступом до мережі Інтернет.

Отже, інтернет-технології володіють значним потенціалом для модернізації індустрії гостинності та покращення якості сервісу. Водночас стратегічним пріоритетом залишається забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних користувачів, що є необхідною умовою нівелювання ризиків у цифровому просторі.

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

У сучасних умовах інтернет-технології трансформувалися з допоміжного засобу зв’язку в комплексну платформу для управління всіма аспектами діяльності готелю. Використання інтегрованих систем та мережевих рішень дозволяє готельним підприємствам не лише оптимізувати

внутрішні бізнес-процеси, а й створювати нові канали дистрибуції послуг та підвищувати лояльність клієнтів.

Основні функціональні напрями застосування інтернет-технологій у діяльності суб'єктів готельного господарства систематизовано у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Функціональні напрями та можливості використання інтернет-технологій у готельному бізнесі

Напрям діяльності	**Основні інструменти та технології**	**Очікуваний ефект для підприємства**
Маркетинг та збут	Вебсайт готелю, SMM, SEO-оптимізація, контекстна реклама, віртуальні тури (VR).	Розширення ринків збуту, зростання прямого бронювання, підвищення впізнаваності бренду.
Управління бронюванням (Distribution)	Системи GDS та ADS, Channel Manager, модулі онлайн-бронювання на сайті.	Автоматизація продажів, нівелювання ризику овербукінгу, присутність на глобальних OTA-платформах.
Операційне управління	Хмарні PMS-системи (Property Management Systems), ERP-системи.	Синхронізація роботи служб готелю (reception, housekeeping), контроль витрат у реальному часі.
Комунікації та сервіс	AI-чатботи, мобільні додатки, CRM-системи, IP-телефонія, системи відгуків.	Гіперперсоналізація обслуговування, швидкий зворотний зв'язок, підвищення індексу задоволеності (CSI).
Фінансові операції	Інтернет-еквайринг, безконтактні платежі (NFC), блокчейн-транзакції.	Прискорення розрахунків, безпека платежів, автоматизація фінансової звітності.
Аналітика та стратегія	Інструменти Big Data, Google Analytics, системи конкурентного моніторингу.	Прогнозування попиту, динамічне ціноутворення (Revenue Management), обґрунтування інвест-проєктів.

Джерело: [23].

До ключових детермінант, що спонукають сучасні готельні підприємства до активної імплементації інтернет-технологій у свою діяльність, належать:

- значна віддаленість потенційних споживачів від місця надання готельних послуг вимагає наявності доступних цифрових каналів дистрибуції.
- динамічне розповсюдження мережевих рішень супроводжується зростанням їхньої технічної якості при одночасному зниженні вартості апаратно-програмного забезпечення.
- Експансія мобільного маркетингу: стрімкий розвиток мобільних мереж та адаптація веб-ресурсів до портативних пристроїв (Responsive Design), що підтримується інфраструктурними можливостями мобільних операторів.

Застосування цифрових інструментів у діяльності готельного комплексу виступає передумовою його прогресивного розвитку та каталізатором операційної ефективності. Безперервна цифрова трансформація ділової активності забезпечує підприємствам сфери гостинності стійкі конкурентні переваги та максимізацію економічних вигод [17].

Згідно з логічною структурою, наведеною на рис. 1.2, інтернет-технології характеризуються високою часовою ефективністю, мобільністю та можливістю миттєвої передачі великих масивів даних.

Стратегічні переваги застосування інтернет-технологій у готельному менеджменті:

1. Висока оперативність транзакцій. Потенційний клієнт отримує можливість здійснити вибір та оплату готельної послуги в режимі реального часу, незалежно від свого місцеперебування, що значно скорочує шлях від запиту до покупки.
2. Інформаційна відкритість та доступність. Наявність професійної, структурованої інформації в мережі є потужним важелем впливу на ринкову позицію готелю.

3. Синхронізація функціональних ланок. Сучасний готель — це багатокомпонентна система (служба прийому, клінінг, ресторанна служба, відділ продажу).

Рис. 1.2. Переваги застосування Інтернет-технологій у готельній індустрії

Джерело: [14]

Глобальна мережа дозволяє масштабувати інформаційний простір готелю, забезпечуючи диференційований підхід до комунікації: від масового охоплення широкої аудиторії до точкового впливу на специфічні цільові групи [20].

Завдяки дистанційному режиму взаємодія між готельним підприємством та споживачем здійснюється в режимі реального часу, незалежно від фізичної відстані. Інструментарій інтернет-технологій (відеоконференції, інтерактивні чати, месенджери) створює ефект безпосередньої присутності. У випадках, коли пряма участь персоналу в комунікації обмежена часовими рамками, реалізується модель автономного функціонування вебресурсу. За допомогою

засобів програмування та штучного інтелекту сайт компанії перетворюється на автоматизовану торгову точку, що здатна:

- акумулювати та обробляти вхідні замовлення;
- здійснювати транзакційні операції;
- надавати автоматизовані відповіді на типові запити клієнтів (через базу знань або чат-ботів).

Це гарантує цілодобовий доступ користувача до необхідного продукту чи інформації без залучення людського ресурсу готелю.

Важливим аспектом є можливість реалізації персоналізованого підходу, що дозволяє підприємству оптимізувати маркетинговий бюджет. Замість неефективних масових розсилок, інтернет-технології дозволяють фокусувати зусилля виключно на реальних споживачах, які виявляють активний інтерес до конкретного продукту. Така стратегія мінімізує витрати на «віртуальну» (неконверсійну) аудиторію, концентруючи ресурси на клієнтах із високим потенціалом бронювання.

Імплементація інноваційних технологій безпосередньо корелює з рівнем конкурентоздатності готелю. Підвищення якості обслуговування через цифрові канали позитивно трансформує імідж підприємства, стимулює формування бази постійних клієнтів та забезпечує стабільні фінансові надходження [4].

Інтернет-технології сьогодні виступають не лише як допоміжний інструмент, а як стратегічний фундамент функціонування підприємств сфери гостинності. Їх імплементація дозволяє радикально підвищити стандарти обслуговування, стимулювати прямі продажі, оптимізувати рекламні бюджети та забезпечити прозорий контроль над складними бізнес-процесами.

Спираючись на аналіз сучасної практики, можна виокремити такі ключові напрями використання інтернет-технологій у готельній індустрії:

1. Електронна дистрибуція та онлайн-продажі

Системи онлайн-резервування трансформують процес закупівлі послуг у безшовний досвід. Використання власних модулів бронювання на сайтах

готелів та інтеграція з глобальними мережевими сервісами й соціальними платформами дозволяють підприємствам розширювати охоплення ринку та мінімізувати комісійні витрати.

2. Мобільна екосистема сервісів

Розробка та впровадження спеціалізованих мобільних додатків перетворює смартфон клієнта на персонального консьєржа. Це дозволяє здійснювати миттєву оплату, безконтактний check-in, перегляд меню та замовлення додаткових послуг (room service), що суттєво підвищує операційну швидкість обслуговування.

3. Імерсивні технології (VR та AR)

Застосування віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності створює унікальний інтерактивний клієнтський досвід. Віртуальні екскурсії номерним фондом, 3D-тури ресторанами чи культурними об'єктами дозволяють споживачу здійснити «тест-драйв» послуги ще до моменту її придбання, що є потужним інструментом переконання в маркетингу .

4. Стратегічний SMM та управління репутацією

Використання соціальних медіа виходить за межі простої присутності. Це складний інструмент таргетування цільової аудиторії через рекламні кампанії, інтерактивні заходи та пряму комунікацію, що сприяє залученню нових сегментів споживачів та зміцненню лояльності існуючих.

5. Автоматизація та цифровізація управління

Інтернет-технології забезпечують наскрізну автоматизацію бізнес-процесів: від управління складськими запасами до складного фінансового обліку та бронювання. Це веде до оптимізації фонду оплати праці та підвищує коефіцієнт ефективності використання всіх ресурсів підприємства.

6. Аналітика великих даних (Big Data)

Використання аналітичних інструментів дозволяє виявляти приховані закономірності у поведінці клієнтів. Збір та обробка великих масивів даних про вподобання аудиторії дає можливість здійснювати предиктивне

моделювання послуг, адаптуючи пропозиції під індивідуальні запити кожного гостя, що безпосередньо впливає на індекс задоволеності (CSI).

7. Відео- та вебконференції. Вплив пандемії COVID-19 став каталізатором масового впровадження інструментів дистанційної комунікації. Платформи для відеоконференцій (Zoom, Microsoft Teams, Google Meet) дозволяють підприємствам сфери гостинності підтримувати безперервну взаємодію з клієнтами, корпоративними партнерами та постачальниками, суттєво економлячи часові та логістичні ресурси [6].

8. Мобільна диджиталізація сервісів. Мобільні додатки трансформувалися у повноцінний канал продажу та управління лояльністю. Вони забезпечують клієнтам миттєвий доступ до бронювання, меню, промокодів та навігації. Водночас для готелю додаток є інструментом збору первинних даних про споживчі вподобання, що дозволяє формувати персоналізовані пропозиції в режимі реального часу [3].

9. Екосистема соціальних медіа. Соціальні мережі виступають платформою для формування бренд-іміджу та прямого маркетингу. Кожна платформа має свою специфіку використання в готельному бізнесі:

- Facebook: фундаментальна платформа для побудови спільнот, детального інформування та проведення масштабних рекламних кампаній.
- Instagram: візуально-орієнтований ресурс, критично важливий для створення естетичного образу закладу через фото/відео-контент, сторіз та залучення інфлюенсерів.
- Twitter (X): інструмент оперативної комунікації, публікації новин та моніторингу актуальних тенденцій і відгуків у реальному часі.

10. Імерсивні та інтерактивні технології. Використання віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності забезпечує конкурентну перевагу через створення унікального клієнтського досвіду. Віртуальні тури номерним фондом, інтерактивні меню з 3D-візуалізацією страв та віртуальні дегустації дозволяють мінімізувати ефект неочікуваності та підвищити рівень довіри гостя ще до моменту споживання послуги [2].

11. Цифрові системи лояльності. Трансформація паперових карток у цифрові бонусні системи та електронні гаманці дозволяє підприємствам автоматизувати облік привілеїв. Це забезпечує постійний контакт із гостем (Push-повідомлення, персональні знижки) та стимулює повторні продажі [20].

11. Хмарні обчислення та аналітика. Хмарні технології виступають технологічним ядром сучасного готелю. Вони забезпечують централізоване зберігання даних та доступ до систем управління (PMS/ERP) з будь-якої точки світу. Це дозволяє здійснювати глибинний аналіз діяльності, предиктивне прогнозування продажів та значно знижує капітальні витрати на IT-інфраструктуру.

Інтернет-технології сьогодні — це не просто нововведення, а стратегічна перевага готелю. Вони пришвидшують сервіс, роблять бронювання миттєвим та допомагають економити ресурси. Цифрові інструменти стали головним каналом маркетингу та прямого зв'язку з гостями.

Класифікація цих технологій охоплює широкий спектр: від функціональних сайтів до чатів, форумів та платформ онлайн-продажів, які працюють як єдина система програмно-технічних рішень.

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

2.1. Аналіз організаційної структури та діяльності «Premier Hotels & Resorts»

Сьогодні інтернет-технології є невід'ємною частиною сервісу, тому їхній вплив варто вивчати на прикладі провідних гравців ринку. «Premier Hotels & Resorts» — піонер серед українських готельних операторів, який з 2003 року задає стандарти якості в індустрії. Історія успіху мережі почалася з Premier Palace Hotel (Київ) та «Ореанди» (Ялта).

Під керівництвом Олега Болотова мережа масштабувалася, об'єднавши такі відомі готелі, як Premier Hotel Rus та Premier Hotel Lybid у столиці, а також Premier Hotel Dnister у Львові [56]. Високий рівень технологізації цих закладів робить їх показовими об'єктами для нашого дослідження.

Станом на 2025 рік портфель «Premier Hotels & Resorts» включає 17 готельних об'єктів категорій 3, 4 та 5 зірок із загальним номерним фондом понад 2100 одиниць. Фундаментом діяльності мережі є уніфікована система стандартів сервісу, що гарантує сталу якість обслуговування. Водночас стратегія управління передбачає розумний баланс між мережевою ідентичністю та операційною автономністю: кожен готель зберігає унікальну стилістику та має певну свободу у прийнятті управлінських рішень. Така гібридна модель дозволяє кожному об'єкту ефективно функціонувати як у межах єдиного бренду, так і як самостійному суб'єкту господарювання [56].

Окрім безпосереднього управління готельним фондом, компанія приділяє значну увагу професійній освіті та консалтингу. Для цього функціонують два ключові підрозділи:

- Власна вища школа готельного бізнесу — освітня платформа, що пропонує комплексні програми для підвищення кваліфікації персоналу та розвитку управлінської ланки готелів.
- «Premier Hospitality Consulting» — спеціалізований підрозділ, що надає експертну підтримку з питань девелопменту, операційного управління готельним бізнесом, а також підготовки кадрів для галузі.

Портфель «Premier Hotels & Resorts» структурований за категоріями, що дозволяє охоплювати різні сегменти цільової аудиторії:

1. Premier Palace Hotels — флагманський бренд, що об'єднує люксові готелі, орієнтовані на найбільш вимогливих гостей, які цінують розкіш та ексклюзивний сервіс.
2. Premier Hotels — готелі бізнес-класу з вигідним розташуванням у центральних ділових районах міст. Розвиток цього напрямку активно відбувається за моделлю франчайзингу.
3. Premier Compass Hotels — категорія економкласу (2 зірки), що пропонує базовий комфорт за доступною ціною.

Раніше в структурі компанії функціонував бренд Accord Hotels (3 зірки), який спеціалізувався на послугах для бізнес-мандрівників та організації корпоративних заходів. Розширення цього сегмента відбувалося шляхом укладання договорів франчайзингу або контрактного управління. На сучасному етапі ці об'єкти інтегровані в оновлену структуру брендів мережі [56].

Діяльність компанії зосереджена на професійному управлінні мережевими та незалежними готелями, наданні консалтингової і технічної підтримки, а також інвестуванні в реконструкцію курортних об'єктів. Еволюцію мережі можна розділити на кілька ключових періодів.

Етап 1: Формування та активна експансія (2003–2008 рр.)

Мережа розпочала свій розвиток із розширення географії присутності в ключових регіонах України:

- 2003–2004 рр.: Відкриття готелів «Стар» (Мукачево) та «Лондонський» (Одеса).
- 2005–2007 рр.: Приєднання до складу мережі готелю Premier Hotel Dnister (Львів) та запуск Premier Hotel Cosmopolit (Харків). У жовтні 2007 року в Харкові розпочато управління чотиризірковим Premier Hotel Aurora.

Етап 2: Диверсифікація брендів та впровадження інновацій (2009–2012 рр.)

Цей період характеризується залученням значних інвестицій (близько 300 млн доларів від VS Energy) та технологічною трансформацією:

- Під управління перейшов київський арт-готель «Баккара», було створено бренд середнього класу Accord Hotels та мережу економкласу Premier Compass Hotels.
- Мережа однією з перших інтегрувала модуль онлайн-бронювання у соціальну мережу Facebook.
- Запуск програми екологізації готелів «Щасливий світ».
- Входження до мережі готелів у Полтаві (Premier Hotel Palazzo), Донецьку та Ужгороді.

Етап 3: Соціальне партнерство та сервісна інтеграція (2013–2016 рр.)

Мережа зміцнює імідж через освітні проєкти та партнерства:

- Підписання договору з Національним олімпійським комітетом України та меценатство фестивалю «Французька весна в Україні».
- Організація майстер-класів для топменеджменту галузі спільно з «Академією гостинності».
- Відкриття готелів в Одесі (Premier Geneva Hotel), Сумах (Premier Hotel Shafran) та приєднання київського готелю Premier Hotel Lybid.

Етап 4: Міжнародна експансія та цифровізація (2017–2020 рр.)

Сучасний етап розвитку позначився виходом на закордонні ринки та автоматизацією сервісів:

- Початок будівництва п'ятизіркового апарт-готелю в Буковелі спільно з LevDevelopment (2017 р.).

- Участь у координаційній раді з легалізації казино в Україні.
- Запуск першого готельного чат-бота — «віртуального консьєржа» для автоматизації комунікації з гостями.
- Відкриття у грудні 2019 року Premier Hotel Miskolc (Угорщина), що стало першим закордонним проєктом українського оператора [56].

На поточному етапі розвитку індустрії гостинності в Україні готельні мережі класифікують на міжнародні та національні. Характерною рисою діяльності глобальних мереж стало поступове зміщення фокусу з сегментів «люкс» та «верхній мідл-скейл» (4–5*) у бік демократизації послуг. Сьогодні цей тренд підтверджується появою на українському ринку бюджетних операторів (3*), серед яких провідні позиції посідають бренди Ibis та Ramada (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Еволюція присутності міжнародних готельних операторів на українському ринку

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

Продовження Таблиці 2.1

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

Для проведення ґрунтовного стратегічного аналізу необхідно систематизувати внутрішні фактори (сильні та слабкі сторони) та зовнішні чинники (можливості та загрози), які впливають на діяльність компанії.

Нижче представлено структуру та зміст таблиці 2.2, яка відображає поточний стан мережі «Premier Hotels & Resorts».

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз готельної мережі «Premier Hotels & Resorts»

Сильні сторони (Strengths)	**Слабкі сторони (Weaknesses)**
• Перший та найбільший український оператор із впізнаваним брендом. • Наявність готелів різних категорій (3*, 4*, 5*), що охоплюють різні сегменти ринку. • Наявність Вищої школи готельного бізнесу для підготовки персоналу. • Впровадження інновацій (чат-боти, модулі онлайн-бронювання). • Єдина система сервісу при збереженні індивідуальності кожного об'єкта.	• Основна частина активів зосереджена в Україні, що створює високі геополітичні ризики. • Деякі об’єкти мережі потребують глибшої модернізації порівняно з новими флагманами. • Пошук балансу між мережевим стандартом та самостійністю окремих готелів може сповільнювати певні процеси.

Продовження Таблиці 2.2

Можливості (Opportunities)	**Загрози (Threats)**
• Подальший вихід на ринки Європи (за прикладом проєкту в Угорщині). • Зростання попиту на безпечні та якісні готелі всередині країни. • Впровадження AI-технологій для персоналізації досвіду гостя. • Активне розширення мережі через залучення нових партнерів без значних капітальних інвестицій.	• Коливання курсу валют, зниження купівельної спроможності населення. • Форс-мажорні обставини, пов'язані з воєнним станом в Україні. • Посилення позицій міжнародних мереж (Accor, Marriott), які виходять у бюджетні сегменти. • Зростання популярності альтернативних видів розміщення (апартаменти, сервісні квартири).

Джерело: [8]

Проведений аналіз підтверджує, що внутрішнє середовище мережі «Premier Hotel & Resorts» є визначальним чинником її ринкової стійкості. Внутрішній потенціал підприємства формується як сукупність контрольованих елементів — стратегічного планування, організаційної структури, кадрового складу та корпоративної культури, — які в синергії визначають загальну ефективність функціонування мережі.

Узагальнені результати проведеного SWOT-аналізу свідчать про те, що найбільш перспективним та стратегічно виправданим вектором розвитку готельної мережі є інтенсифікація використання інтернет-технологій. Це особливо актуально для вдосконалення інформаційної взаємодії з бізнес-сегментом (B2B), який вимагає високої оперативності, прозорості та технологічності процесів.

Таким чином, впровадження інноваційних інтернет-рішень є не просто тактичним кроком, а необхідною умовою адаптації підприємства до вимог цифрової економіки. Це дозволяє перетворити цифрову інфраструктуру на

потужний драйвер зростання лояльності та капіталізації бренду в довгостроковій перспективі.

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

Протягом останніх років готельна мережа «Premier Hotels & Resorts» проводить комплексну цифрову трансформацію, спрямовану на персоналізацію клієнтського досвіду та оптимізацію операційних процесів. Використання інноваційних інтернет-рішень дозволяє мережі не лише відповідати сучасним стандартам гостинності, а й формувати конкурентні переваги на вітчизняному ринку.

Розглянемо ключові напрями впровадження інтернет-технологій у діяльність мережі:

- Цифрова інфраструктура зв'язку: Забезпечення стабільного безкоштовного доступу до високошвидкісної мережі Wi-Fi в усіх номерах та зонах загального користування. Це є базовим елементом сервісу, що задовольняє потреби як бізнес-туристів (workation), так і відпочивальників.
- Мобільна екосистема: Розробка та підтримка фірмового мобільного додатка «Premier Hotels», який виступає персональним цифровим асистентом гостя. Функціонал додатка охоплює швидке бронювання, доступ до програми лояльності, перегляд спеціальних пропозицій та інтерактивний гід містом.
- Безконтактні технології та безпека: Впровадження систем електронних ключів (Digital Key), що інтегровані з мобільними пристроями гостей. Це не лише підвищує рівень фізичної безпеки, а й мінімізує зайві контакти, що стало критично важливим у постпандемічний період.
- Інтегровані онлайн-сервіси: Офіційний вебсайт мережі функціонує як потужна платформа електронної комерції. Завдяки вбудованим

модулям прямого бронювання (Booking Engine), гості можуть миттєво резервувати не лише номери, а й додаткові послуги: столики в ресторанах, конференц-зали або SPA-процедури.

- Автоматизовані системи управління (PMS та CRM): Використання хмарних систем управління готелем дозволяє автоматизувати повний цикл обслуговування — від моменту бронювання до виїзду. Це мінімізує ризик людського фактора, пришвидшує обробку великих масивів даних та дозволяє здійснювати моніторинг якості сервісу в режимі реального часу.
- SMM та комунікаційна стратегія: Активна присутність у соціальних мережах (Facebook, Instagram, LinkedIn) використовується для створення емоційного зв'язку з аудиторією. Мережа застосовує таргетовану рекламу та інтерактивний контент для залучення нових клієнтів і збору зворотного зв'язку.
- Технології віддаленої взаємодії: Впровадження професійних систем для відеоконференцзв’язку та віртуальних консьєржів (чат-ботів). Це дозволило мережі адаптуватися до вимог дистанційної роботи та забезпечити проведення корпоративних заходів у гібридних форматах.

Системне впровадження інтернет-технологій у «Premier Hotels & Resorts» свідчить про високу адаптивність мережі до глобальних трендів цифровізації. Поєднання інструментів автоматизації з індивідуальним підходом до гостя дозволяє підприємству підтримувати лідерські позиції та забезпечувати високий рівень лояльності споживачів [57].

Офіційний сайт готельної мережі є центральним елементом її цифрової екосистеми. Його аналіз дозволяє оцінити рівень інформативності, зручності інтерфейсу (UI/UX) та технологічної оснащеності ресурсу.

1. Структурна наповненість та контент-стратегія

Веб-ресурс характеризується високим рівнем деталізації та логічною архітектурою. Головна сторінка виконує функцію агрегатора ключової інформації, надаючи користувачу миттєвий доступ до візуального контенту (фотогалереї), рейтингів та геолокації.

Основні контентні блоки включають:

- Категорійні розділи: «Номери», «Послуги», «Ресторани та бари», «Конференц-сервіс». Кожен підрозділ містить розгорнуті технічні характеристики та перелік додаткових опцій.
- Стимулювання продажів: Блок «Акції та спецпропозиції» інтегрований у головну сторінку для підвищення конверсії. Детальна інформація про умови та терміни акцій дозволяє гостю здійснити швидке бронювання за вигідними тарифами.
- Корпоративний блок: Розділи «Про нас» (історія, місія, цінності) та «Кар'єра» формують імідж бренду як прозорого та надійного роботодавця й партнера.

2. Навігація та архітектура вибору (UX-дизайн)

Сайт побудований за принципом «мінімальної кількості кліків» для досягнення цілі.

- Мультибрендовий підхід: Розділ «Наші готелі» дозволяє сегментувати пошук за містами та об'єктами. Кожен готель у складі мережі має персоналізовану цільову сторінку (landing page) з повним набором унікальних характеристик.
- CTA-елементи (Call to Action): Кнопки «Забронювати» та «Оплатити» є наскрізними та супроводжують користувача на всіх етапах перебування на сайті.

3. Функціональні модулі та сервіси

Сайт інтегрований із внутрішніми системами управління готелем (PMS), що забезпечує роботу в режимі реального часу:

- Booking Engine: Форма онлайн-бронювання дозволяє не лише обрати дати, а й миттєво верифікувати наявність вільних місць.
- B2B-інструментарій: Окремий функціонал для конференц-сервісу дозволяє оцінити місткість залів, технічне оснащення та надіслати запит на організацію бізнес-подій у режимі онлайн.

- Програма лояльності: Наявність особистого кабінету для зареєстрованих користувачів сприяє персоналізації сервісу та утриманню клієнтів.

4. Технічна адаптивність та мобільна версія

Враховуючи глобальний тренд переходу трафіку на мобільні пристрої (Mobile First), сайт мережі розроблений за технологією респонсивної верстки.

- Гнучкість інтерфейсу: Сайт коректно відображається на різних типах екранів (смартфони, планшети, десктопи) без втрати функціональності.
- Швидкість взаємодії: Мобільна адаптація спрощує процес навігації пальцем, має оптимізовані форми вводу даних, що критично важливо для бронювання «на ходу».

Веб-сайт «Premier Hotels & Resorts» відповідає світовим стандартам готельного маркетингу. Поєднання інформаційної глибини з високою швидкістю бронювання та мобільною адаптивністю робить його ефективним каналом прямих продажів, що мінімізує залежність мережі від зовнішніх агентів (OTA) [56].

Для систематизації результатів проведеного аналізу веб-ресурсу готельної мережі доцільно згрупувати виявлені особливості у вигляді порівняльної аналітичної таблиці. Такий підхід дає змогу більш структуровано представити отримані дані, чітко виокремити сильні сторони цифрового ресурсу, а також визначити проблемні аспекти та зони, що потребують удосконалення. Завдяки цьому забезпечується наочність результатів дослідження та підвищується рівень їх інтерпретації.

Використання порівняльного аналізу дозволяє не лише зафіксувати поточний стан веб-ресурсу, але й провести оцінку його ефективності у порівнянні з конкурентами або галузевими стандартами. Це, у свою чергу, створює підґрунтя для формування обґрунтованих управлінських рішень щодо модернізації цифрової платформи, покращення користувацького досвіду та підвищення загальної ефективності онлайн-комунікації з клієнтами.

Таблиця 2.3

Порівняльна характеристика функціональних рис сайту «Premier Hotels & Resorts»

Позитивні	Негативні
– Наявність онлайн-бронювання готелів на сайті з можливістю вибору типу номеру, дати заїзду та виїзду, кількості осіб тощо. – Інформативність сайту: на сайті присутня достатня кількість інформації про кожен з готелів мережі, включаючи фотографії, опис номерів, послуг та інші важливі деталі. – Привабливий дизайн сайту, який викликає довіру та зацікавленість у відвідувачів.	– Деякі сторінки сайту мають довгі часи завантаження, що може вплинути на користувацький досвід. – Не забезпечується можливість підписки на новини та акції готелів мережі через електронну пошту. – Не використовується можливість чат-ботів або онлайн-консультантів, що може ускладнити комунікацію з потенційними клієнтами. – Не всі сторінки сайту мають достатню адаптивність до різних типів пристроїв, що може ускладнити користування сайтом на мобільних пристроях.

Джерело: систематизовано автором.

Для роботи з корпоративним сегментом та бізнес-туристами готельна мережа використовує комплексний підхід, що поєднує маркетингові інструменти, гнучку цінову політику та систему внутрішньої мотивації:

1. Активне розповсюдження таргетованої рекламної інформації, орієнтованої на ділові кола, через цифрові канали та профільні заходи.

2. Застосування методів «психологічного ціноутворення» та системи динамічних тарифів, що дозволяє підвищити привабливість пропозицій для бізнес-клієнтів.

3. Впровадження системи преміювання та бонусів для співробітників за високі показники продажів та якісне обслуговування корпоративних замовників.

Важливим елементом взаємодії є багатоканальність процесу бронювання. Клієнт може обрати найбільш зручний для нього спосіб:

- Пряме онлайн-бронювання через офіційний веб-сайт мережі (найбільш технологічний метод);
- Електронна пошта: надсилання запиту на офіційну e-mail адресу відділу бронювання;
- Телефонний зв'язок: усне резервування через контакт-центр;
- Традиційні методи: використання факсимільного зв’язку (переважно для державних установ або специфічних корпоративних протоколів).

Процедура опрацювання запитів у мережі «Premier Hotels & Resorts» є стандартизованою та відбувається за чітким алгоритмом.

Ця процедура є фундаментом комунікаційної стратегії «Premier Hotels & Resorts», що дозволяє перетворювати потенційні запити на реальні бронювання з високим рівнем конверсії.

Рис. 2.1. Схема технологічного процесу бронювання номерів у мережі «Premier Hotels & Resorts»

Ефективна організація процесу бронювання є фундаментальною умовою якісного сервісу. Інформація про вподобання клієнта, отримана на етапі резервування, має стратегічне значення для всіх подальших адміністративних

функцій готелю. Саме ці дані дозволяють сформувати персоналізований підхід до кожного гостя, забезпечуючи наявність підготовленого номера до моменту його прибуття.

У готельній мережі «Premier Hotels & Resorts» застосовується диференційований підхід до категорій клієнтів через два види бронювання:

- Гарантоване бронювання: Використовується переважно для роботи з юридичними особами. Воно забезпечує готелю фінансову стабільність, а клієнту — впевненість у наявності номера незалежно від часу прибуття (за умови оплати або наявності гарантійного листа).
- Негарантоване бронювання: Найчастіше застосовується для фізичних осіб, які здійснюють бронювання самостійно. У цьому випадку номер зберігається за гостем до визначеної години (зазвичай 18:00), після чого бронь автоматично анулюється.

Під час оформлення заявки обов’язковим є надання стандартного пакета даних: прізвище та ім’я гостя, точні дати та час перебування, а також бажаний тип номера. Окрім прямої взаємодії, мережа активно співпрацює з посередниками, інтегруючи свої послуги у сучасні збутові канали (GDS, OTA тощо).

Основними бізнес-клієнтами мережі є українські та іноземні громадяни, які перебувають у тривалих відрядженнях. Для таких гостей критично важливим є поєднання високого рівня сервісу з домашнім затишком. Для утримання цієї аудиторії «Premier Hotels & Resorts» використовує сучасну CRM-систему (базу даних), що дозволяє:

- фіксувати історію перебування кожного гостя;
- підтримувати постійний комунікаційний зв'язок (інформування про спецпропозиції та привітання зі святами за згодою клієнта);
- впроваджувати програми лояльності, надаючи постійним відвідувачам знижки на проживання та додаткові послуги.

Процес бронювання в мережі реалізується за чіткою логічною схемою:

1. Отримання запиту через офіційний сайт, пошту або телефон.

2. Пошук номерів, що відповідають вимогам клієнта та доступні в системі на вказані дати.

3. Внесення замовлення до загальної бази даних.

4. Надсилання клієнту фінального документа про резервування.

5. Складання звітів з бронювання для прогнозування завантаженості готелю.

Центральну роль у цій системі відіграє офіційний сайт мережі, який є повноцінним інструментом самообслуговування, де клієнт може ознайомитися з готелем, візуально оцінити номерний фонд та миттєво здійснити бронювання.

Проведений аналіз діяльності та цифрової стратегії мережі «Premier Hotels & Resorts» дозволяє зробити висновок, що компанія є одним із лідерів українського ринку гостинності у сфері впровадження інноваційних рішень. Системне використання інтернет-технологій перетворилося на фундаментальний фактор підтримки конкурентоспроможності мережі та забезпечення високої якості обслуговування.

Незважаючи на досягнуті успіхи, динаміка технологічного ринку диктує потребу в подальшій трансформації. Для зміцнення ринкових позицій у 2025–2026 роках компанії доцільно зосередитися на таких напрямах:

1. Глибока інтеграція штучного інтелекту (AI): для прогнозування попиту, динамічного ціноутворення та створення гіпер-персоналізованих пропозицій для кожного окремого гостя.

2. Вдосконалення мобільної екосистеми: подальший розвиток мобільного додатка як єдиного інтерфейсу взаємодії гостя з готелем (від замовлення їжі в номер до керування системами «розумного дому»).

3. Технічна оптимізація: підвищення швидкості завантаження медіа-контенту та спрощення користувацького шляху (UX) для максимальної конверсії мобільного трафіку.

Таким чином, «Premier Hotels & Resorts» демонструє високий рівень цифрової зрілості, проте подальше вдосконалення технологічної бази є

необхідною умовою для масштабування бізнесу та виходу на нові міжнародні ринки.

Для забезпечення операційної діяльності київського об'єкта мережі «Premier Hotels & Resorts» використовується комплекс апаратних та програмних засобів. Поточний стан технічного оснащення готелю представлений наступними складниками:

1. Апаратне забезпечення та мережева інфраструктура

Технічний парк підприємства включає:

- Комп'ютерна мережа: 12 персональних комп'ютерів, об'єднаних у локальну мережу для оперативного обміну даними.
- Периферійне обладнання: 6 лазерних принтерів (HP LaserJet 2300) та 2 факсимільні апарати (Panasonic KX-FP 148).
- Телекомунікації: внутрішня цифрова мережа на базі міні-АТС, що обслуговує 24 телефонних апарати (Panasonic KX-TS2365RUW) та 4 зовнішні телефонні лінії. Послуги зв'язку та доступ до мережі Інтернет забезпечує провайдер «Авангард».
- Мультимедіа: підключення до каналів супутникового мовлення для забезпечення дозвілля гостей.

2. Системи безпеки та життєзабезпечення

Для гарантування безпеки відвідувачів та персоналу в готелі функціонують:

- Комплексна система відеоспостереження (зовнішній периметр та внутрішні зони);
- Протипожежна сигналізація моделі «Сигнал-20».

3. Програмний комплекс (Software)

Програмне забезпечення готелю розподілено за функціональними напрямами:

- Фінансовий та податковий облік: «1С: Підприємство 8.2» у поєднанні з програмою «Контур-Екстерн» для електронної звітності.

- Юридична підтримка: інформаційно-правова система «Ліга:Закон».
- Офісний пакет: Microsoft Office 2010 (Word, Excel, Access, Outlook).
- Комунікації та веб-серфінг: браузер Internet Explorer, поштові клієнти The Bat та Outlook Express.
- Спеціалізований софт: графічний редактор Adobe Photoshop, електронні перекладачі та антивірусний захист ESET NOD32.

Незважаючи на наявність базового набору технічних засобів, поточний стан IT-інфраструктури потребує суттєвої модернізації. Обслуговування техніки штатним системним адміністратором забезпечує стабільність роботи, проте загальний рівень оснащення має певні критичні недоліки:

- Моральна застарілість ПЗ: Використання Microsoft Office 2010 та Internet Explorer не відповідає сучасним протоколам безпеки та стандартам швидкодії 2025–2026 років.
- Відсутність спеціалізованої PMS: У переліку програм відсутня сучасна система управління готелем (Property Management System), що є критичним для автоматизації фронт-офісу.
- Невідповідність класу готелю: Описаний рівень технологізації є прийнятним для готелів малого класу (міні-готелів), проте для мережі «Premier Hotels & Resorts», яка позиціонується у верхніх сегментах ринку (4–5 зірок), такий набір інструментів є недостатнім.

Для підтримки високих стандартів сервісу готелю необхідно перейти на хмарні версії офісного ПЗ, впровадити інтегровану систему управління готелем та оновити парк периферійної техніки для підвищення енергоефективності та швидкості обслуговування гостей.

Основою автоматизації управлінських процесів у готелі «Premier Hotel & Resorts» є автоматизована система управління (АСУ) ORAK Готель R5. Дана система призначена для комплексної підтримки операційної діяльності фронт-офісу та суміжних служб.

Відповідно до архітектури програми, ключові можливості зосереджені в таких напрямах:

1. Система дозволяє вибудовувати гнучку архітектуру номерів, оперуючи необмеженою кількістю категорій та статусів. Основне робоче вікно забезпечує візуалізацію поточного стану готелю (вільні, заброньовані, зайняті номери, виручка за зміну), що є критичним для оперативного управління.

2. Універсальний інструмент дозволяє об’єднувати в одній броні різні типи номерів з індивідуальними тарифами та планами харчування. Система забезпечує єдиний стандарт роботи з приватними особами, корпораціями та туроператорами.

3. Автоматичне збереження історії відвідувань дозволяє системі миттєво заповнювати картку клієнта при повторному візиті. Доступна повна візуалізація фінансової історії гостя (оплачені та неоплачені рахунки).

4. Можливість налаштування спеціальних прейскурантів та відсоткових знижок для агентів і корпоративних партнерів з подальшим аналізом ефективності цих тарифів у звітах.

5. Підтримка безготівкових розрахунків на основі магнітних карток, які виконують роль ключів, талонів на харчування та засобів оплати, що дозволяє виключити готівковий обіг серед лінійного персоналу.

6. Модуль забезпечує закріплення покоївок за об’єктами, формування графіків прибирання та заміни білизни, а також облік витрат мінібарів.

7. Окремий модуль для погодинного планування роботи сауни, конференц-залів та масажних кабінетів.

Попри широкий базовий функціонал, система ORAK Готель R5 має низку суттєвих обмежень, які стримують розвиток готелю «Premier Hotel & Resorts» у сучасному цифровому середовищі:

- Брак наочного відображення розпланованих послуг на календарі призводить до неоптимального розподілу ресурсів та виникнення часових конфліктів.

- Відсутність віддаленого доступу до системи (Cloud access) унеможливлює оперативне управління об’єктом поза межами офісу, що є критичним недоліком для менеджменту мережі.
- Відсутність вбудованої системи підказок підвищує поріг входження для нового персоналу та збільшує ризик виникнення технічних помилок при введенні даних.
- Відсутність функцій обліку робочого часу та логування всіх дій користувачів у системі знижує рівень внутрішньої безпеки та прозорості роботи.
- Найважливішим недоліком є відсутність можливості обміну даними з іншими інформаційними системами (Channel Manager, бухгалтерські програми, зовнішні CRM), що заважає створенню єдиної цифрової екосистеми готелю.

Сучасні вимоги до мережевих готелів преміум-класу вимагають вищого рівня інтеграції та мобільності. Поточна АСУ ORAK Готель R5 виконує роль локального інструменту обліку, проте для подальшого розвитку готелю «Premier Hotel & Resorts» необхідна модернізація системи або її заміна на більш гнучке хмарне рішення з підтримкою відкритого API.

Впровадження сучасної АСУ є критичним кроком для переходу готелю на новий рівень операційної ефективності. Перехід від локальної автоматизації до комплексної цифрової екосистеми дозволить досягти наступних стратегічних цілей:

- Мінімізація операційних витрат: Автоматизація рутинних процесів вивільняє час персоналу для безпосередньої взаємодії з гостями.
- Підвищення лояльності клієнтів: Швидка реєстрація та персоналізований сервіс на основі даних CRM формують позитивний імідж бренду.
- Ефективний аудит та контроль: Прозора система звітності унеможливлює фінансові зловживання та помилки при розрахунках.

Для вибору оптимального програмного забезпечення було проведено порівняльний аналіз систем, що відповідають сформульованим вимогам. Найбільш релевантними рішеннями для мережевого готелю преміум-класу є Opera Enterprise Solution та KEI-Hotel.

Opera Enterprise Solution — це комплексне модульне рішення, побудоване на базі потужної СУБД Oracle. Система вважається світовим еталоном у готельній індустрії завдяки своїй здатності об'єднувати всі функціональні підрозділи закладу в єдину інформаційну мережу.

Ключові технологічні переваги:

- Серверна частина сумісна з провідними операційними системами (Windows NT/2000, AIX, Sun Solaris), що забезпечує стабільність при високих навантаженнях.
- Дозволяє персоналу працювати через звичайний веб-браузер. Це радикально знижує витрати на апаратне забезпечення, спрощує процес оновлення та дозволяє здійснювати віддалене управління готелем.
- Завдяки модульній структурі, готель може активувати лише необхідні компоненти, поступово розширюючи функціонал.

Однією з найбільш вагомих переваг системи є технологія проведення нічного аудиту. На відміну від ORAK чи інших застарілих АСУ, Opera не потребує зупинки роботи бази даних або переривання сесій користувачів.

- процедура триває лише 15 хвилин.
- нічні аудитори можуть формувати звіти у фоновому режимі, не перешкоджаючи роботі служби прийому та розміщення, що важливо для обслуговування гостей, які приїжджають пізно вночі.

Opera ES виступає центральним вузлом готельної IT-інфраструктури, підтримуючи понад 350 сторонніх інтерфейсів. Це дозволяє створити єдиний розрахунковий простір, підключивши:

- Системи життєзабезпечення та сервісу: електронні замки, автоматичні міні-бари, платне телебачення.

- Фінансові модулі: авторизація кредитних карток, безпосередній зв'язок із бухгалтерією.
- Комунікації: тарифікація телефонних дзвінків та інтернет-трафіку.
- F&B (Food and Beverage): повна синхронізація з ресторанними системами для автоматичного нарахування рахунків за харчування на номер гостя.

Для підвищення швидкості обслуговування на стійці реєстрації (Front Desk), Opera використовує продуману систему навігації:

- «Гарячі клавіші» (Hot Keys): використання комбінацій клавіш замість багаторазових кліків мишею значно прискорює рутинні операції.
- Візуальні підказки: спеціальне меню з іконками наочно ілюструє призначення функцій, що полегшує навчання нового персоналу та мінімізує кількість помилок через «людський фактор».

Система Opera ES є універсальною: вона однаково ефективна як для окремих невеликих об'єктів, так і для великих готельних ланцюгів. Для мережі «Premier Hotel & Resorts» це означає можливість створення єдиної хмарної бази даних, де інформація про гостя, який зупинявся в Києві, буде миттєво доступна адміністратору готелю цієї ж мережі в іншому місті.

Незважаючи на значні функціональні переваги, впровадження Opera Enterprise Solution потребує ретельного фінансового та кадрового планування. Основним стримуючим фактором для багатьох підприємств є вартість системи, яка відображає її статус як преміального продукту на ринку автоматизації.

Другим кандидатом на впровадження у готельну мережу «Premier Hotels & Resorts» є вітчизняна АСУ KEI-Hotel. Ця система базується на передових мікропроцесорних технологіях та спеціалізованому програмному забезпеченні, пропонуючи гнучке рішення для автоматизації готельного бізнесу.

Система KEI-Hotel розроблена як центральне ядро IT-інфраструктури готелю. Її архітектура дозволяє акумулювати дані з усіх периферійних

підсистем: телефонних станцій, ресторанних комплексів, систем платного телебачення та засобів безпеки.

Ключові переваги та особливості:

- Головною перевагою є простота візуалізації даних, що значно знижує витрати часу на навчання персоналу та полегшує щоденну експлуатацію системи.
- Програма легко адаптується до специфіки готелів будь-якого формату — від невеликих апарт-готелів до великих мережевих об'єктів.
- Система охоплює повний цикл обслуговування гостя: від створення броні до фінального розрахунку та виписки.

Модульна структура KEI-Hotel:

1. Служба розміщення (Reception): Забезпечує максимально швидку реєстрацію (Check-in) та виписку (Check-out) гостей. Модуль мінімізує паперову роботу, дозволяючи персоналу зосередитися на безпосередньому спілкуванні з клієнтом.
2. Служба бронювання: Повністю автоматизує процес резервування номерів. Важливою функцією є вбудований аналіз майбутнього завантаження готелю за різними категоріями номерів, що допомагає відділу маркетингу планувати продажі.
3. Аналітичний модуль: Надає керівництву інструменти для оперативного моніторингу діяльності. Унікальною особливістю є можливість віддаленого доступу до аналітичних звітів через Інтернет або мобільні пристрої, що відповідає одній із ключових вимог до нової АСУ для «Premier Hotels & Resorts».
4. Фінансовий та податковий блок: Автоматизує роботу з рахунками, підтримує розрахункову, депозитну та змішану системи оплати. Система автоматично формує статистичні звіти та журнали реєстрації для паспортного столу, що значно спрощує роботу бухгалтерії та комерційного відділу.
5. Модуль адміністрування: Дозволяє гнучко налаштовувати права доступу для різних категорій співробітників, створювати складні системи

сезонних знижок та редагувати шаблони документів згідно з актуальними вимогами законодавства.

Порівняно з Opera ES, система KEI-Hotel виглядає як більш доступне та локалізоване рішення.

- Плюси: швидка адаптація до української бухгалтерської звітності, мобільний доступ до аналітики «з коробки», інтуїтивно зрозумілий інтерфейс.
- Мінуси: менша кількість готових інтерфейсів зі світовим готельним обладнанням порівняно з Opera та потенційно вужчі можливості для управління надскладними міжнародними мережами.

KEI-Hotel є потужною альтернативою, яка повністю задовольняє вимоги щодо віддаленого доступу та автоматизації Front Office, що робить її серйозним претендентом для оновлення технологічної бази готелю «Premier Hotel & Resorts» в м. Київ.

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

3.1. Проблеми застосування інтернет-технологій у сфері гостинності України

Попри стрімку цифровізацію світового ринку, українська індустрія гостинності стикається з низкою бар'єрів, які обмежують ефективність використання сучасних IT-інструментів.

Системний аналіз галузі дозволяє виділити ключові деструктивні чинники:

1. Дефіцит власного веб-представництва

Значна частина малих та середніх об'єктів розміщення в Україні досі не має офіційних веб-сайтів або використовує застарілі сторінки-візитки.

- Це призводить до надмірної залежності готелів від міжнародних онлайн-агрегаторів (OTA), таких як Booking.com, що тягне за собою високі комісійні витрати (до 15–25%) та втрату прямого контакту з клієнтом.
- Навіть за наявності сайту, часто відсутні модулі прямого бронювання та онлайн-оплати, що відлякує сучасного споживача.

2. Низька якість інтерфейсів та інформативність (UI/UX)

Більшість існуючих ресурсів не відповідають сучасним стандартам юзабіліті. Основні недоліки включають:

- Неінтуїтивна навігація: Користувачам складно знайти критично важливу інформацію (ціни, наявність вільних номерів, додаткові послуги).
- Неактуальність даних: Ціни та опис номерного фонду на сайтах часто не збігаються з реальними показниками, що нівелює довіру до бренду.
- Відсутність мультимовності: Для міжнародної мережі, якою є «Premier Hotels & Resorts», відсутність якісного перекладу на англійську та

інші іноземні мови є критичним бар'єром для залучення іноземних бізнес-туристів.

3. Технічна відсталість та відсутність мобільної адаптації

У 2026 році понад 75% туристичних запитів генеруються через мобільні пристрої. Багато українських готельних сайтів досі не мають адаптивної верстки, що призводить до некоректного відображення контенту на смартфонах і, як наслідок, до втрати конверсії.

4. Психологічні та економічні бар'єри

- Певна частина українських користувачів та власників бізнесу все ще побоюється здійснювати фінансові транзакції через сайт, віддаючи перевагу розрахунку на місці.
- Впровадження складних систем (як-от Opera ES, про яку йшлося раніше) потребує значних інвестицій, які в умовах економічної нестабільності часто відкладаються «на потім».

Для готельної мережі «Premier Hotels & Resorts» подолання цих загальногалузевих проблем є пріоритетом. Розв'язання питань низької інформативності та технічної недосконалості сайтів дозволить не лише випередити конкурентів, а й значно покращити клієнтський досвід (Guest Experience), перетворюючи випадкового відвідувача сайту на лояльного гостя.

Поряд із технічними недоліками, існують критичні фактори ризику, пов’язані з ринковою динамікою та управлінням капіталом:

- Інтернет зробив ринок абсолютно прозорим. Клієнт має можливість за лічені секунди порівняти ціни та відгуки десятків готелів. Для «Premier Hotel & Resorts» це означає, що будь-яка технологічна затримка (наприклад, повільне завантаження сайту або відсутність актуальних фото номерів) миттєво призводить до переходу потенційного гостя до конкурентів. Маркетингова стратегія має бути не просто активною, а персоналізованою, базуючись на аналізі великих даних (Big Data).
- Створення сучасної IT-інфраструктури вимагає суттєвих інвестицій, які часто мають тривалий термін окупності. Витрати включають:

- оновлення серверного та мережевого обладнання;
- купівля ліцензій на АСУ (PMS), CRM-системи та модулі бронювання;
- постійне навчання персоналу та утримання висококваліфікованих системних адміністраторів. Для великих мереж ці витрати виправдані масштабом, проте вони створюють значне фінансове навантаження на операційний бюджет.

- У 2026 році дані клієнтів (платіжні реквізити, паспортні дані, історія переміщень) є головною мішенню для кіберзлочинців. Забезпечення безпеки — це вже не додаткова опція, а базова вимога виживання. Несанкціонований доступ до бази даних «Premier Hotel & Resorts» може призвести до:
  - прямих фінансових втрат через судові позови;
  - репутаційної кризи, яку майже неможливо нівелювати в сегменті люкс;
  - втрати довіри з боку корпоративних партнерів та міжнародних організацій.

Окрім технічних та фінансових аспектів, успішна трансформація готелю стримується факторами, які важче піддаються автоматизації — компетенціями персоналу та психологією споживача.

1. Дефіцит кваліфікованих IT-кадрів та маркетологів

Ефективне використання інструментів на кшталт Opera ES чи сучасних CRM-систем потребує не просто операторів, а фахівців з аналітичним складом розуму.

- Через обмеженість бюджетів на розвиток персоналу, багато лінійних співробітників використовують лише 20–30% функціоналу складних АСУ.
- Брак спеціалістів, які одночасно розуміють технічну сторону веб-аналітики та психологію гостя, призводить до того, що дорогі інтернет-рішення не приносять очікуваного прибутку (ROI).

2. Культурні та ментальні бар’єри споживачів

Український ринок має специфічні особливості споживчої поведінки, які неможливо ігнорувати:

- Значна частина внутрішніх туристів досі остерігається вводити дані банківських карток на сайтах, побоюючись шахрайства. Це стимулює високу частку «негарантованих бронювань», які підвищують ризик простою номерів.
- Менталітет багатьох гостей передбачає, що «надійніше» забронювати номер через телефонний дзвінок, щоб почути голос адміністратора та отримати підтвердження усно. Для таких клієнтів повністю автоматизований сервіс (Self-check-in) може здатися «холодним» або неякісним.

Для мережі «Premier Hotel & Resorts» критично важливим є усвідомлення того, що навіть найдорожча АСУ (як-от Opera ES) не буде ефективною без відповідного середовища.

1. Дефіцит практичних цифрових навичок (Digital Literacy)

Низька комп'ютерна грамотність лінійного персоналу часто стає «вузьким місцем» у технологічному ланцюжку.

- Працівники, які не впевнено володіють інструментарієм, схильні уникати використання нових функцій програми, повертаючись до звичних, але застарілих методів обліку (наприклад, дублювання записів у паперових журналах).
- Необхідне впровадження системи безперервного внутрішнього навчання (LMS-платформи), де кожен співробітник проходить обов'язкову сертифікацію на знання функціоналу системи.

2. Інфраструктурна нестабільність

Навіть у столичному регіоні використання складних хмарних технологій та інтерактивних засобів (наприклад, терміналів самообслуговування чи «розумних» дзеркал) стикається з технічними перешкодами:

- Мережеві обмеження: Нестабільність інтернет-з'єднання або низька швидкість каналу можуть призвести до зависання системи в момент розрахунку гостя, що негативно впливає на сервіс.
- Апаратна обмеженість: Багато інновацій (як-от системи Mobile Key) потребують повної заміни замкової інфраструктури та встановлення додаткових сенсорів, що є тривалим і дорогим процесом.

3. Необхідність гібридного сервісу

Цифровізація не повинна бути самоціллю. У сегменті преміум-готелів, до якого відноситься «Premier», завжди залишається категорія клієнтів (особливо старшого віку або VIP-гостей), які цінують виключно традиційне обслуговування.

- Готель має забезпечити рівноцінний доступ до послуг обома шляхами. Якщо клієнт не бажає використовувати додаток для реєстрації, він повинен отримати бездоганний сервіс на рецепції.
- Технології мають звільняти персонал від рутини для того, щоб вони могли приділяти більше часу особистій увазі до гостя, а не замінювати людину повністю.

Інтернет-технології сьогодні визначаються як сукупність комунікаційних, інформаційних та сервісних рішень, що функціонують на базі глобальної мережі та виступають фундаментальним чинником розвитку постіндустріального суспільства. Попри сучасний динамізм, генезис інтернет-технологій охоплює понад 60 років — від перших розробок протоколів міжкомп'ютерної взаємодії у 1960-х роках до створення локальних мереж, електронної пошти та їх подальшої трансформації у всеосяжну цифрову екосистему.

У контексті готельного бізнесу особливого значення набувають наступні властивості ІТ, що визначають ефективність підприємства:

- Перетворення даних на стратегічний актив для майбутнього розвитку.

- Підвищення швидкості та точності обміну інформацією всередині організації.
- Участь у формуванні складних ланцюгів створення цінності у сервісній сфері.
- Створення платформ для безпосередньої взаємодії між постачальником послуг та споживачем.
- Вплив на якість управлінських рішень та накопичення нових знань про ринок.

Розвиток інтернет-технологій — це складний, багатогранний процес, що суттєво трансформує існуючі ціннісні орієнтири та бізнес-моделі. Для сфери гостинності, і зокрема для мережі «Premier Hotels & Resorts», цей вплив проявляється у двох вимірах:

1. Створення нових бізнес-моделей: Цифровізація породжує нові форми надання послуг (онлайн-бронювання, безконтактний сервіс), які вимагають кардинально нових підходів до маркетингу та управління.

2. Трансформація кадрового потенціалу: Новий технологічний устрій вимагає фахівців «нового типу». Традиційний процес формування компетенцій тепер обов'язково включає цифрову грамотність, здатність працювати з великими даними (Big Data) та навички управління клієнтським досвідом у віртуальному середовищі.

Для успішної реалізації запропонованих шляхів вдосконалення, керівництво готелю має розглядати інтернет-технології не просто як допоміжний інструмент, а як основу нового технологічного устрою, що вимагає постійного інвестування в інтелектуальний капітал та освітні програми для персоналу.

3.2. Рекомендації щодо впровадження інтернет-технологій у діяльність «Premier Hotels & Resorts»

З огляду на стратегічне значення Інтернет-технологій для розвитку сучасного готельного бізнесу, доцільно сформулювати ключові рекомендації щодо їх удосконалення та ефективного впровадження в діяльність готельної мережі «Premier Hotels & Resorts».

Передусім, необхідно приділити особливу увагу розвитку та постійному оновленню офіційного веб-сайту готельної мережі. Він має відповідати сучасним вимогам UX/UI-дизайну, бути інтуїтивно зрозумілим, адаптивним для мобільних пристроїв і забезпечувати швидкий доступ до основної інформації. Важливою складовою є інтеграція стабільної системи онлайн-бронювання номерів, яка повинна працювати безперебійно, підтримувати багатомовність та бути доступною для користувачів з різних країн.

Окрім цього, веб-ресурс повинен містити повну, актуальну та структуровану інформацію про готелі мережі, перелік послуг, тарифи, спеціальні пропозиції та програми лояльності. Значну роль відіграє якісний мультимедійний контент — професійні фотографії, відеоогляди номерів, конференц-залів та інфраструктури, що формує позитивне візуальне сприйняття бренду та підвищує рівень довіри потенційних клієнтів.

Як приклад ефективної цифрової присутності можна розглядати веб-сайт «Premier Hotels & Resorts» у місті Київ, який характеризується зручним інтерфейсом, логічною структурою та привабливим дизайном, що сприяє комфортній взаємодії користувачів із сервісом [17].

Наступним важливим напрямом є впровадження сучасної системи управління готельним бізнесом (HMS). Доцільно використовувати спеціалізоване програмне забезпечення, яке забезпечує комплексну автоматизацію ключових бізнес-процесів. Така система повинна включати функціонал управління бронюваннями, контролю номерного фонду, обліку

ресурсів, ведення клієнтської бази, аналізу поведінки гостей, а також формування фінансової та статистичної звітності.

Ефективним прикладом такого рішення є Oracle Hospitality OPERA, яка дозволяє оптимізувати операційну діяльність готелів, підвищити швидкість обробки даних і покращити якість обслуговування гостей. Її використання сприяє зменшенню ручних операцій, мінімізації помилок та підвищенню загальної ефективності управління готельною мережею.

Продовжуючи розгляд напрямів удосконалення цифрової діяльності готельного підприємства, слід відзначити, що особливого значення набуває комплексне використання інструментів соціальних мереж та онлайн-реклами як ключових каналів просування готельних послуг. Сучасні маркетингові підходи орієнтовані на постійну цифрову присутність бренду, що дозволяє не лише залучати нових клієнтів, але й підтримувати довгострокову взаємодію з постійними гостями. У цьому контексті актуальним є систематичне розміщення інформації про готель, акційні пропозиції та спеціальні програми лояльності на таких платформах, як Facebook, Instagram та TikTok.

Зазначені соціальні мережі виконують різні функції у цифровій комунікації. Facebook є однією з найбільших соціальних платформ у світі, що забезпечує широкі можливості таргетованої реклами та взаємодії з аудиторією. Instagram орієнтований переважно на візуальний контент, що є особливо важливим для готельного бізнесу, оскільки дозволяє ефективно демонструвати інтер’єри, сервіс та атмосферу закладу. TikTok, у свою чергу, виступає динамічною платформою коротких відео, яка забезпечує високий рівень залучення користувачів та швидке поширення інформації серед цільової аудиторії.

Додатково важливим інструментом підвищення ефективності продажів є використання спеціалізованих онлайн-платформ бронювання, таких як Booking.com, Expedia та Hotels.com. Їх застосування дозволяє суттєво розширити канали збуту, підвищити впізнаваність бренду та забезпечити стабільне завантаження номерного фонду.

Ефективність цифрового маркетингу значною мірою залежить від правильного використання інструментів таргетування. Рекламні кампанії доцільно спрямовувати на чітко визначені сегменти аудиторії з урахуванням демографічних, географічних, поведінкових та інтересних характеристик користувачів. Такий підхід дозволяє підвищити релевантність рекламних повідомлень і забезпечити більш високу конверсію.

Наприклад, готель може просувати спеціальні пропозиції через Facebook, налаштовуючи показ реклами для користувачів із конкретного регіону або для осіб, які цікавляться подорожами, відпочинком чи діловими поїздками. Крім того, ефективним є використання банерної реклами на тематичних веб-ресурсах, що сприяє підвищенню впізнаваності бренду та збільшенню кількості бронювань [1].

Окрему увагу слід приділити впровадженню технології Інтернет речей, яка є одним із ключових напрямів цифрової трансформації готельного бізнесу. Її використання дозволяє автоматизувати низку внутрішніх процесів, зокрема управління енергоспоживанням, контроль запасів, організацію прибирання номерів та моніторинг технічного стану обладнання. Це сприяє оптимізації витрат, підвищенню операційної ефективності та створенню більш комфортних умов перебування для гостей.

Не менш важливим аспектом є забезпечення належного рівня безпеки даних та інформаційних систем. Впровадження Інтернет-технологій супроводжується ризиками кіберзагроз, тому готелі повинні приділяти особливу увагу захисту ІТ-інфраструктури. До ключових заходів належать шифрування даних, використання сучасних систем захисту від несанкціонованого доступу, вірусів та інших загроз, а також регулярний аудит безпеки.

Зокрема, доцільно застосовувати електронні платіжні системи із захищеними протоколами шифрування для зберігання платіжної інформації гостей, а також систематично проводити перевірки та оновлення програмного забезпечення для мінімізації ризиків кіберінцидентів [32].

Важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності готелю є розвиток його онлайн-присутності. Сучасні споживачі насамперед шукають інформацію про заклади розміщення в Інтернеті, тому важливе значення має не лише наявність офіційного веб-сайту, а й його якість, зручність і доступність [14].

Не менш важливим є впровадження персоналізованого підходу до обслуговування гостей. Орієнтація на індивідуальні потреби клієнтів, врахування їх попереднього досвіду перебування, уподобань і запитів дозволяє значно підвищити рівень задоволеності та сформувати лояльність до готелю.

Ефективним інструментом розширення клієнтської бази є співпраця з туроператорами та онлайн-сервісами бронювання. Таке партнерство сприяє залученню нових гостей і збільшенню обсягів реалізації послуг. Водночас важливо обирати надійних партнерів і будувати взаємовигідні відносини, що забезпечують стабільний розвиток готелю.

Використання технологій Big Data є важливим інструментом підвищення ефективності діяльності підприємств готельного господарства. Завдяки аналізу великих масивів даних готелі отримують можливість приймати більш обґрунтовані управлінські рішення. Збір та обробка інформації про поведінку клієнтів, їхні вподобання і потреби дозволяє краще розуміти цільову аудиторію та підвищувати рівень персоналізації обслуговування. Наприклад, аналізуючи дані про вибір номерів гостями з різних країн або їх зацікавленість у додаткових послугах, готель може формувати більш привабливі та індивідуалізовані пропозиції, що сприяє зростанню задоволеності клієнтів.

Не менш перспективним є впровадження системи підтримки прийняття рішень, які дозволяють оптимізувати процес управління на основі комплексного аналізу даних. Такі інтелектуальні системи допомагають ефективніше планувати діяльність підприємства, прогнозувати попит, коригувати цінову політику та підвищувати результативність маркетингових

заходів. Зокрема, вони можуть аналізувати динаміку попиту на номери, рівень цін і конкурентне середовище, формуючи рекомендації щодо встановлення оптимальних тарифів і стратегій просування. Це сприяє зниженню витрат і одночасному підвищенню якості обслуговування та конкурентоспроможності готелю [16].

Ще одним важливим напрямом удосконалення діяльності готелів є впровадження систем управління готельним бізнесом (HMS). Такі системи забезпечують комплексну автоматизацію основних процесів, зокрема управління бронюваннями, облік номерного фонду, контроль запасів, організацію розрахунків із гостями та підвищення рівня безпеки.

Використання HMS дозволяє централізувати всю інформацію в єдиній системі, що сприяє підвищенню точності даних, оперативності обробки інформації та загальної ефективності роботи персоналу. Прикладом сучасного рішення є Oracle Hospitality OPERA, яка забезпечує управління всіма ключовими аспектами готельного бізнесу — від процесу бронювання до формування фінансової звітності.

Завдяки впровадженню таких систем готель може оптимізувати управлінські витрати, підвищити продуктивність праці та забезпечити більш високий рівень обслуговування клієнтів.

Підприємства готельного господарства можуть ефективно застосовувати Інтернет-технології для підвищення рівня безпеки та комфорту гостей. Зокрема, впровадження технологій Інтернет речей дозволяє створювати так звані «розумні номери», у яких гості можуть керувати освітленням, кліматом та побутовими пристроюми за допомогою власного смартфона або спеціальних додатків. Це не лише підвищує зручність перебування, а й сприяє енергоефективності.

Крім того, доцільним є використання сучасних систем контролю доступу до номерів, що функціонують на основі смарт-карт або мобільних застосунків. Такі рішення дозволяють значно підвищити рівень безпеки,

обмежити несанкціонований доступ і забезпечити надійний захист як гостей, так і персоналу готелю [21].

Використання сучасних цифрових технологій відкриває нові можливості для підвищення якості обслуговування у готельному бізнесі. Зокрема, застосування радіомаяків iBeacon дозволяє гостям легко орієнтуватися в просторі готелю, наприклад у конференц- та конгрес-залах, а також отримувати персоналізовані сервіси. У ресторанах такі технології дають змогу зчитувати інформацію зі смартфона клієнта та формувати індивідуальні пропозиції меню з урахуванням його вподобань. Якщо гість є учасником програми лояльності, йому можуть автоматично надаватися додаткові бонуси чи «компліменти».

У зв’язку з активним використанням мобільних пристроїв готелі змушені адаптувати інфраструктуру, зокрема шляхом модернізації зон загального користування. Все частіше впроваджуються бездротові зарядні станції, розраховані на одночасне обслуговування кількох пристроїв, а також інтерактивні меблі, наприклад столи з функцією підзарядки смартфонів.

Окремим напрямом інновацій є використання роботизованих технологій. У деяких готелях гостей зустрічають роботи, які виконують функції ресепшену або допомагають організувати комунікацію з партнерами на відстані за допомогою відеозв’язку.

Водночас у сфері маркетингу важливу роль відіграє візуальний контент. За результатами досліджень, близько 65% користувачів соціальних мереж активніше реагують саме на візуальні матеріали, а значна частина інформації сприймається людиною візуально. Аналіз понад 500 мільйонів сайтів показав, що 86% відвідувачів, які відкривають галерею, переглядають щонайменше 10 зображень [30].

З огляду на це, цифровий маркетинг у готельному бізнесі має формуватися як комплексна система, що включає дослідження онлайн-аудиторії та її поведінки, залучення різних сегментів споживачів, активну

участь персоналу в цифровій комунікації з гостями, а також підтримку взаємодії з клієнтами навіть після завершення їхнього перебування в готелі.

У міжнародній практиці індустрії гостинності особливого значення набувають мобільні технології, які виступають ефективним каналом зв'язку між готелем і споживачем, забезпечуючи швидкий доступ до послуг і підвищуючи рівень клієнтського досвіду.

Однією з найбільш актуальних інновацій у готельному бізнесі є використання технологій аналізу відгуків клієнтів. Відгуки, які гості залишають після перебування, стають важливим джерелом інформації не лише для оцінювання якості послуг, а й для формування майбутнього попиту. Вони фактично впливають на прийняття рішень потенційними клієнтами під час вибору готелю.

За сучасними оцінками, близько 70% користувачів обирають готелі, орієнтуючись саме на відгуки та рейтинги. Провідні онлайн-платформи, зокрема Booking.com, здійснюють постійний моніторинг і аналіз уподобань користувачів, надаючи їм персоналізовану інформацію, спеціальні пропозиції, акції та знижки.

У таких умовах готелі змушені активно працювати над формуванням позитивної репутації в онлайн-середовищі. Користувач, обираючи готель на сайті, може залишити власний відгук і оцінку, які безпосередньо впливають на рейтинг закладу. На основі зібраних даних формується база користувачів, що дозволяє платформам у подальшому надсилати персоналізовані повідомлення через різні канали комунікації, зокрема SMS або електронну пошту.

Таким чином, управління відгуками та їх аналітика стають важливими складовими цифрової стратегії готелів, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності та рівня довіри з боку клієнтів [26].

У міжнародній практиці індустрії гостинності все більшого поширення набувають інноваційні підходи до оцінювання якості обслуговування, зокрема використання емодзі-рейтингу. Такий інструмент передбачає оцінювання сервісу за допомогою простих візуальних символів, що відображають рівень

задоволеності клієнта. Завдяки цьому гостям значно легше та швидше оцінити комфорт, якість персоналу та загальний рівень сервісу в готелі.

Важливим інструментом стратегічного планування в готельному бізнесі є також використання дорожніх карт розвитку (roadmaps). Вони дозволяють підприємствам визначати та систематизувати набір цифрових рішень, мобільних сервісів і документів для ефективної взаємодії між мережами готелів і партнерами. Це сприяє більш узгодженому впровадженню інноваційних технологій та підвищенню якості управління.

Сьогодні інформаційні технології відіграють ключову роль у процесах обслуговування гостей, стаючи невід'ємною частиною готельної діяльності. Якщо раніше більшість цифрових рішень залишалися «невидимими» для клієнта, то наразі вони безпосередньо впливають на його досвід перебування. Без IT-систем сучасний готельний бізнес практично неможливо уявити, адже вони значно спрощують роботу персоналу та формують позитивне враження у гостей.

Фахівці у сфері інформаційних технологій відзначають, що найбільш значущими є ті рішення, які забезпечують пряму взаємодію з клієнтами. У світі спостерігається стабільне зростання частки онлайн-бронювань. Наприклад, у Великій Британії цей показник становить близько 5–7%, у США — приблизно 10%, а в окремих великих містах, таких як Нью-Йорк і Сан-Франциско, онлайн-бронювання в ресторанах досягає 25–30%. Це свідчить про зміну поведінки споживачів, які дедалі частіше віддають перевагу онлайн-пошуку та бронюванню послуг, оскільки це швидше та зручніше, ніж телефонні дзвінки.

В Україні також спостерігається тенденція активного використання Інтернету для пошуку закладів розміщення, однак остаточне бронювання все ще часто здійснюється телефоном. У зв'язку з цим подальший розвиток інтернет-технологій у готельній сфері буде спрямований на підвищення рівня цифровізації процесів та повний перехід до онлайн-взаємодії з клієнтами [41].

Веб-хостинг дає можливість готельним підприємствам орендувати програмні рішення, що розміщуються на віддалених серверах у країнах перебування клієнтів і доступні через захищені веб-ресурси. Це забезпечує гнучкість, масштабованість і зниження витрат на IT-інфраструктуру.

У найближчій перспективі в індустрії гостинності активно впроваджуватимуться технології blockchain, інтерес до яких у світі стрімко зростає. Вони можуть застосовуватися для забезпечення прозорості розрахунків, захисту даних та управління програмами лояльності.

Також важливим інструментом є використання онлайн-таблиць, які дозволяють збирати та обробляти дані в режимі реального часу. На відміну від класичних таблиць, вони забезпечують автоматичну перевірку, консолідацію інформації та оперативні розрахунки, що підвищує ефективність управлінських рішень.

Готельний digital-маркетинг повинен розглядатися як комплексна система, що включає дослідження поведінки онлайн-аудиторії, залучення різних сегментів клієнтів, інтеграцію персоналу в цифрову комунікацію з гостями, а також підтримку взаємодії після їхнього виїзду з готелю.

Аналіз впливу Інтернету на готельний бізнес, зокрема дослідження компанії eMarketer, підтверджує активну цифровізацію галузі. Сьогодні для користувачів стали звичними онлайн-бронювання, моніторинг рейсів та віртуальні екскурсії. У сучасних готелях широко застосовуються технології моніторингу інженерних систем — водопостачання, опалення, ліфтів, ескалаторів і систем безпеки. Подібні підходи також використовуються в інших галузях, наприклад в авіації, де датчики дозволяють контролювати стан літаків і завчасно прогнозувати необхідність технічного обслуговування.

Таким чином, цифрові технології допомагають підприємствам аналізувати власну діяльність і поведінку користувачів, що сприяє підвищенню якості послуг. У міру розвитку та здешевлення технологій рівень їх впровадження в готельному бізнесі буде лише зростати [52].

Узагальнюючи, слід відзначити, що в межах розділу 3 визначено основні проблеми впровадження Інтернет-технологій у сфері гостинності України, серед яких: висока конкуренція; значні витрати на впровадження інновацій; питання кібербезпеки; нестача кваліфікованих кадрів; культурні та ментальні бар'єри; недостатній рівень комп'ютерної грамотності персоналу.

Водночас сформульовано ключові напрями удосконалення, зокрема: впровадження систем управління готелем; розробка та оновлення веб-сайтів; використання соціальних мереж та онлайн-реклами; застосування технологій Інтернет речей; забезпечення інформаційної безпеки; розвиток онлайн-присутності; персоналізація сервісу; співпраця з туроператорами та бронювальними платформами; використання digital-маркетингу та систем підтримки прийняття рішень.

Отже, впровадження сучасних Інтернет-технологій у діяльність підприємств готельного господарства є ключовою умовою підвищення якості обслуговування, оптимізації витрат і зміцнення конкурентних позицій. Водночас ефективність їх використання залежить від врахування специфіки готельного підприємства та особливостей цільової аудиторії.

ВИСНОВКИ

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

1. Інтернет-технології є невід'ємною складовою сучасного суспільства, що стали доступними для широкого кола користувачів. Їх використання суттєво впливає не лише на способи комунікації, а й на трансформацію бізнес-процесів, культурних практик і повсякденного життя. Інтернет-технології можна визначити як сукупність інструментів і сервісів, що забезпечують взаємодію та обмін інформацією через глобальну мережу. До них належать соціальні мережі, електронна пошта, пошукові системи, онлайн-торгівля та інші цифрові сервіси. Історія їх розвитку бере початок у 1960-х роках і характеризується поступовим розширенням доступу до глобальної мережі. Сьогодні вони є ключовим інструментом у більшості сфер діяльності та широко застосовуються у всьому світі. Водночас важливим є забезпечення безпеки їх використання та захисту персональних даних.

2. Інтернет-технології відкривають широкі можливості для пошуку інформації, комунікації, здійснення покупок, організації дозвілля та отримання різноманітних послуг. Особливо важливу роль відіграють інформаційні ресурси, такі як медіапортали, блоги, пошукові системи та новинні сайти. У сфері гостинності значне значення мають готельні портали та каталоги, які забезпечують оперативний доступ до інформації про заклади розміщення. Власні веб-сайти готелів сприяють розширенню ринку збуту, підвищенню впізнаваності та залученню нових клієнтів. Крім того, Інтернет дозволяє споживачам самостійно здійснювати пошук, порівняння та бронювання туристичних послуг, що значно підвищує зручність і швидкість прийняття рішень.

3. Сучасні Інтернет-технології мають значний потенціал для розвитку підприємств готельної сфери. Їх використання сприяє підвищенню

ефективності управління, покращенню якості обслуговування, залученню нових клієнтів і зниженню витрат. Особливо важливими є інструменти digital-маркетингу, соціальні мережі та системи онлайн-бронювання. Водночас ефективне впровадження технологій потребує чіткої стратегії, врахування специфіки бізнесу та забезпечення інформаційної безпеки. Використання хмарних технологій, аналітики даних і автоматизації процесів дозволяє оптимізувати діяльність готелів і підвищити їх конкурентоспроможність.

4. Аналіз діяльності готельної мережі «Premier Hotel & Resorts» засвідчив активне впровадження Інтернет-технологій у практичну діяльність підприємства. Компанія використовує сучасний веб-сайт, соціальні мережі та цифрові маркетингові інструменти для залучення клієнтів і підвищення якості сервісу. Водночас існує потенціал для подальшого розвитку, зокрема у напрямі впровадження мобільних додатків, персоналізації сервісів та використання штучного інтелекту для підвищення рівня обслуговування.

5. Сфера гостинності в Україні активно впроваджує Інтернет-технології, однак існує низка проблем: недостатній рівень цифровізації сервісів, обмежена функціональність онлайн-бронювання, відсутність повної інтеграції онлайн-оплати, нестача кваліфікованих IT-фахівців та недостатня інформативність окремих веб-ресурсів. Вирішення цих проблем потребує інвестицій у цифрову інфраструктуру, підвищення рівня підготовки персоналу та активної співпраці між бізнесом і IT-сектором.

6. Для підвищення ефективності діяльності готельних підприємств доцільно впроваджувати комплекс Інтернет-технологій, зокрема: системи управління готелем (HMS), сучасні веб-сайти, соціальні мережі та онлайн-рекламу, технології Інтернету речей (IoT), інструменти персоналізації, аналітичні системи, а також забезпечувати кібербезпеку інформаційних систем. Важливим також є розвиток онлайн-присутності, співпраця з туроператорами та використання цифрових каналів продажу.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що впровадження Інтернет-технологій є ключовою умовою розвитку сучасного готельного бізнесу. Вони

сприяють підвищенню якості обслуговування, розширенню клієнтської бази, оптимізації витрат і зміцненню конкурентних позицій підприємств. Ефективність їх використання залежить від стратегічного підходу, рівня цифровізації та врахування потреб цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеєва О. М. Інформаційні технології в готельному бізнесі. Київ: КНТЕУ, 2022.

2. Барановський М. В. Digital-маркетинг у туризмі. Львів: ЛНУ, 2023.

3. Booking.com. Official website. URL: https://www.booking.com (дата звернення: 05.04.2026).

4. Buhalis D., Amaranggana A. Smart Tourism Destinations. Information and Communication Technologies in Tourism. Springer, 2015.

5. Chen Y., Wang Y. Big Data Applications in Hospitality Industry. Journal of Tourism Studies, 2023.

6. Діденко І. Маркетинг у сфері гостинності. Одеса: ОНУ, 2022.

7. Expedia Group. Official site. URL: https://www.expediagroup.com (дата звернення: 05.04.2026).

8. Європейська комісія. Digital Tourism Strategy. Brussels, 2023.

9. Жукова Т. Інновації у сфері гостинності. Київ: КНУКіМ, 2021.

10. Зайцева В. С. Управління готельним бізнесом. Харків: ХНЕУ, 2022.

11. Іванова Н. Цифрові технології в туризмі. Львів: ЛТЕУ, 2023.

12. IoT in Hospitality Industry: Trends and Applications // Hospitality Technology Journal. 2024.

13. Коваленко О. Big Data у бізнес-аналітиці. Київ: КПІ, 2024.

14. Кравченко С. Інтернет-маркетинг підприємств. Дніпро: ДНУ, 2022.

15. Литвиненко О. Соціальні мережі в готельному бізнесі. Київ: КНТЕУ, 2023.

16. Львівський туристичний портал. URL: https://lviv.travel (дата звернення: 15.03.2026).

17. Premier Hotels & Resorts. Official website. URL: https://www.premierhotels.co.za (дата звернення: 11.03.2026).

18. Marriott International. Digital Transformation Strategy. URL: https://www.marriott.com (дата звернення: 20.04.2026).

19. Мельник А. Системи управління готелем. Київ: КНУ, 2022.

20. Міністерство економіки України. Туризм в Україні. URL: https://www.me.gov.ua (дата звернення: 11.04.2026).

21. Назаренко І. Digital transformation in hospitality. Journal of Hospitality Studies, 2023.

22. ООН Туризм (UN Tourism). Global Tourism Trends 2024.

23. Oracle Hospitality OPERA PMS. Official documentation. URL: https://www.oracle.com (дата звернення: 05.04.2026).

24. Петрова Л. Інформаційні системи в туризмі. Харків: ХНУ, 2022.

25. Платформа Meta. Facebook & Instagram Business Guide. URL: https://about.meta.com (дата звернення: 09.03.2026).

26. Поліщук Т. CRM системи в готельному бізнесі. Київ: НАУ, 2023.

27. Романенко О. Кібербезпека в готельному бізнесі. Київ: КПІ, 2024.

28. Statista. Online Travel Market Statistics. URL: https://www.statista.com (дата звернення: 03.02.2026).

29. Сидоренко В. Персоналізація сервісів у туризмі. Львів: ЛНУ, 2023.

30. Смирнов І. Електронна комерція в туризмі. Київ: КНЕУ, 2022.

31. Стратегія розвитку туризму України 2030. URL: https://www.tourism.gov.ua (дата звернення: 25.03.2026).

32. Ткаченко Н. Інновації в індустрії гостинності. Одеса: ОНЕУ, 2023.

33. UNWTO. Digital Transformation in Tourism. Madrid, 2023.

34. Укрстат. Статистика туризму та готелів. URL: https://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 18.04.2026).

35. Федоренко Ю. Хмарні технології в бізнесі. Київ: КПІ, 2022.

36. Цифрова трансформація економіки України. Київ: Мінцифри, 2024.

37. Шевченко М. Інтернет-технології у сфері послуг. Харків: ХНЕУ, 2023.

38. WTO. Tourism and Technology Report. Geneva, 2024.

39. Zeng B., Gerritsen R. What do we know about social media in tourism? Tourism Management Perspectives, 2022.