

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра готельно-ресторанного бізнесу**

# **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

## **Digital-технології в управлінні суб'єктами готельного бізнесу**

Студента 3 курсу, 5-с групи  
спеціальності  
073 «Менеджмент»  
освітньої програми  
«Готельний і ресторанный  
менеджмент»

Медвідь Діани  
Олександрівни

Науковий керівник  
д.е.н., проф.

Мельниченко  
Світлана  
Володимирівна

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

Охріменко Алла  
Григорівна

**Київ 2023**

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ****Факультет** ресторанно-готельного та туристичного бізнесу**Кафедра** готельно-ресторанного бізнесу**Спеціальність** 073 «Менеджмент»**Спеціалізація** «Готельний і ресторанный менеджмент»**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри

готельно-ресторанного бізнесу

проф. \_\_\_\_\_ М.Г. Бойко

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**

на випускню кваліфікаційну роботу студентові

***Медвідь Діані Олександрівні****(прізвище, ім'я, по батькові)*

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Digital – технології в управлінні суб'єктом готельного бізнесу»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2418.

**2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** : 03 лютого 2023 р.

**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи**

*Мета роботи* розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад застосування digital-технологій в управлінні суб'єктом готельного бізнесу.

*Об'єкт дослідження* – процеси застосування digital-технологій в управлінні суб'єктом готельного бізнесу.

*Предмет дослідження* – методичні та практичні підходи до удосконалення процесу застосування digital-технологій в управлінні готелем «CITYHOTEL» М. «КИЇВ

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

##### **ВСТУП**

##### **РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЕМ «CITYHOTEL» М. «КИЇВ»**

- 1.1. Оцінка застосування digital-технологій в управлінні готелем.
- 1.2. Дослідження впливу digital-технологій на результати роботи підприємства.

##### **РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЕМ «CITYHOTEL» М. «КИЇВ»**

- 2.1. Основні напрями digital-технологій в управлінні готелем.
- 2.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

##### **ВИСНОВКИ**

##### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

##### **ДОДАТКИ**

## 5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 р.- 30.09. 2022 р.	01.09.2022 р.- 30.09. 2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	30.09.2022 р.- 18.11.2022р.	30.09.2022 р.- 18.11.2022р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 16.12.2022 р.	21.11.2022 р.- 16.12.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	19.12.2022 р. – 23.12.2022 р.	19.12.2022 р. – 23.12.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	27.12.2022 р.- 20. 01. 2023 р.	27.12.2022 р.- 20. 01. 2023 р.
8	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	2301.2022 р. - 27.01.2023 р.	2301.2022 р. - 27.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	27.01.2023 р.	27.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	30.01.2023 р. – 02.02.2023 р.	30.01.2023 р. – 02.02.2023 р.
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	30.01.2023 р. – 02.02.2023 р.	30.01.2023 р. – 02.02.2023 р.
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «1» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, д.е.н, проф.

\_\_\_\_\_ (підпис)

**С.В. Мельниченко**

(ініціали, прізвище)

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

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Л.Г. Охріменко**

(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Д.О. Медвідь**

(ініціали, прізвище)

## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Медвідь Діана Олександрівна виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно затвердженого календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає усім вимогам. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У роботі проаналізовано та узагальнено практичні засади діджитал-технологій в управлінні суб'єктами готельного бізнесу. Проведено оцінку ефективності діяльності готелю та дієвість діджитал-технологій управління. Студенткою було розроблено комплекс заходів щодо удосконалення вже існуючих елементів системи діджиталізації діяльності та обґрунтовано програму удосконалення процесів менеджменту на основі впровадження цифрових технологій.

Робота є завершеною науковою працею, виконана самостійно та рекомендується до захисту у ЕК.

Керівник випускної  
кваліфікаційної роботи

**С.В. Мельниченко**

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Медвідь Д.О.  
(прізвище, ініціали)  
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої  
програми

**А.Г. Охріменко**

\_\_\_\_\_  
(ініціали, прізвище)

Завідувач кафедри

**М.Г. Бойко**

\_\_\_\_\_  
(ініціали, прізвище)

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>1</b>
<b>РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЕМ «CITYHOTEL» М. «КИЇВ».....</b>	<b>4</b>
1.1. Оцінка застосування digital-технологій в управлінні готелем....	4
1.2. Дослідження впливу digital-технологій на результати роботи підприємства.....	10
<b>РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL- ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЕМ «CITYHOTEL» М. «КИЇВ».....</b>	<b>13</b>
2.1. Основні напрями digital-технологій в управлінні готелем.....	13
2.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів.....	19
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>23</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>24</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>26</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Готельне господарство є одним із найбільш конкурентноспроможних бізнесів. Але в сучасному світі ця конкурентність перейшла в інтернет, де нам потрібні Digital – технології для просування і розвитку рекламно-інформаційного готельного підприємства. На сьогоднішній день Digital – технології українського ринку знаходяться в активному розвитку. Одним із головних факторів пошуку готелів є зона Wi-Fi на території готелю. Інтернет-реклама є однією із головних площадок для просування на сьогодні, навіть значною мірою на спадаючому ринку, вона обов'язково забезпечить готель гостями. Кожен підприємець сам обирає способи просування свого закладу, вибір є завжди, чи через таргетовану рекламу, чи через блогерів, але рано чи пізно готелям доведеться звернутись до інтернет-реклами, і цей час вже настав, на сьогодні майже у кожного є смартфон і першим ділом коли людина хоче знайти місце для ночівлі – вона переходить на сайт готелю чи сайти агрегатори. Сайт є одним із головних факторів просування готелю та являє собою як рекламу так і перелік різної інформації. Також, без систем автоматизації, готель не вийде на такий рівень продуктивності який є у інших готелів.

**Рівень дослідженості теми.** З розвитком цифрових та інтернет-технологій їх стали більше розглядати, праці присвячені застосуванню цифрових екранів у готельному господарстві, застосуванню PR-технологій та інформаційних технологій в готельному бізнесі. Однак, щодо сучасних інноваційних підходів розвитку Digital – технологій в готельному бізнесі, зокрема особливостей розвитку готелів з урахуванням інтернет-технологій досить мізерна кількість наукових праць, тому цю тему потрібно розглядати та удосконалювати разом з розвитком цифрових технологій.

**Мета роботи** розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад застосування digital-технологій в управлінні суб'єктом готельного бізнесу.

Для досягнення мети нам необхідно вирішити ряд наукових завдань:

- Оцінити застосування digital-технологій в управлінні готелем «CITYHOTEL»;
- Дослідити вплив digital-технологій на результат роботи підприємства.
- Дослідити діджиталізацію 21-го століття.
- Розглянути пріоритети розвитку Digital маркетингу.
- Розглянути основні тренди і напрямки Digital-технологій в управлінні готелем.
- Обґрунтувати ефективність запропонованих заходів.
- Розглянути системи автоматизацій в 21-му сторіччі.

**Об'єкт дослідження** – процеси застосування digital-технологій в управлінні суб'єктом готельного бізнесу.

**Предмет дослідження** – методичні та практичні підходи до удосконалення процесу застосування digital-технологій в управлінні готелем «CITYHOTEL» м. «Київ».

**Методи дослідження.** В ході написання роботи використані такі способи наукових досліджень як: математичні методи, групування, аналіз і синтез – для структуризації підходів до класифікації, статистичні спостереження, порівняння, метод експертних оцінок – для оцінювання ефективності Digital – технологій в готельному бізнесі, типізації – для порівняння, анкетування – для дослідження особливостей впровадження Digital – технологій управління у підприємствах готельного господарства. Для виявлення розвитку Digital – технологій на підприємствах готельного господарства та систематизації отриманої інформації використовувались методи комп'ютерної обробки.



**Інформаційна база.** Основні інформаційні джерела, що були використані в ході написання випускної кваліфікаційної роботи, є матеріали взяті з наукової спеціалізованої літератури вітчизняних і закордонних вчених, наукових робіт вітчизняних і закордонних вчених і мережі інтернет.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в обґрунтуванні положень та висновків, що можуть бути теоретичними та практичними впровадженнями Digital – технологій в управлінні готельного господарства.

**Структура роботи.** Випускна кваліфікаційна робота складається з завдання, вступу, першого розділу та двох підрозділів, другого розділу та трьох підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Весь обсяг роботи становить 27 сторінок на яких представлена основна інформація, 5 таблиць та 5 додатків.

## РОЗДІЛ 1

# АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЕМ «CITYHOTEL» М. «КИЇВ»

### 1.1. Оцінка застосування digital-технологій в управлінні готелем.

Так сталося, що вже декілька років головний тренд та чинник зростання бізнесу це – діджиталізація, і вона не оминула готель «CITYHOTEL» в м. «Київ». Технології повністю трансформували як бізнес, так і його підходи до клієнтів, особливо на фоні подій пов'язаних з ковідом. Тепер у 2023 році достатньо всього кількох хвилин, аби миттєво забронювати номер у додатку в телефоні чи через веб сайт в ноутбучі чи ПК, прочитати відгуки, загалом можна знайти і орендувати житло у будь-якій частині світу - достатньо лише доступу в інтернет. Саме технології зробили це все можливим і перенесли нас на новий рівень розвитку. Сьогодні Digital-технології стрімко увірвалися в усі сфери нашого життя та кардинально його змінили не залишивши без уваги і індустрію гостинності. Вони все більше запроваджуються в рутинну роботу готельних підприємств міняючи вектор розвитку назавжди. Новітні технології надають готелям все нові ресурси, які їм необхідно обов'язково використовувати та запроваджувати в різні сфери функціонування готельного підприємства, для досягнення своїх цілей.

Сучасні люди вже ніколи не розлучаться зі своєю технікою (комп'ютери, телефони, планшети, ноутбуки та ін.) і більшість повсякденних задач та операцій виконують з їх допомогою. В готельній індустрії за останні роки з'явилося дуже багато способів дати клієнту про себе знати, а саме за допомогою digital технологій таких як Airbnb або Booking, великі готелі вкладають бюджет в розробку свого сайту, до речі готель який розглядається, має свій власний сайт, це й не дивно адже в наш час сайт є майже у кожного бізнесу, адже сучасна людина коли хоче зняти номер в готелі вона в першу чергу заходить на сайт готелю . Приклад - особисті сайти готелів займають

друге місце за обсягами бронювання номерів, наприклад у США на агрегаторах згаданих вище «Airbnb або Booking» бронюють номери 58% опитаних користувачів, а на сайтах готелів – 45% - це є дуже великим відсотком. Сайт готелю є рекламним інструментом, який призначений для просування послуг. Мета кожного готельєра – досягти максимальної ефективності ресурсу. При цьому обов'язково необхідно подбати, щоб ваш сайт та програми виглядали бездоганно, та функціонували швидко та коректно, адже наявність «багів» обов'язково вплине на бажання потенційних клієнтів використовувати ваш сайт чи мобільний додаток.

На початку ХХІ століття увесь цивілізований світ дізнався, що таке digital ринок, впровадження цифрових технологій продемонструвало їх колосальний потенціал для готелю. Сьогодні український ринок digital знаходиться на стадії активного розвитку й зростання. Незаперечним фактом є все більш глибоке проникнення Інтернету в наше життя. На готелях це відбилося новою обов'язковою характеристикою – наявністю на їхній території доступу до мережі Інтернет, 50% гостей сайтів пошуку готелів визначають Wi-Fi як важливий фактор майбутнього місця розташування. Гості подорожують не тільки з ноутбуками, але й і з планшетами та смартфонами. Для маркетингового бюджету готельєрів це означає, що Інтернет – головне джерело клієнтів у наші дні, адже кількість Інтернет-реклами збільшується навіть на падаючому ринку та є чи не єдиним інструментом, який може гарантувати появу гостя в готелі.

До 2012 року готель використовував email-розсилку, але це було не дуже ефективно. Тому з 2020 року готель змінив свій підхід до реклами і почав більш ефективно опановувати digital-технології. Розглянемо етапи розвитку в таблиці, наведеній нижче (таблиця.1.1).

### Аналіз застосованих Digital-технологій в готелі «CITYHOTEL»

За останні 2 роки

Рік	Впроваджені digital-технології	Вплив Digital Технологій для готелю
2020	1. Оптимізація сайту готелю, за допомогою digital-маркетингу SMM, SEO	За допомогою цієї оптимізації трафік сайту значно збільшився з січня 2020р. в піковий момент 4000 з якого абсолютним відхиленням є 3462 відвідувачів органічного трафіку відвідувачів в місяць. Про це свідчить графік в (додаток 1.1). після цього прориву трафік відносно стабілізувався та зафіксувався на 1000 відвідувачів в місяць, абсолютне відхилення відносно початку піар програми 27 січня 2020р. 462 сталого трафіку.
	2. Сайти агрегатори Booking, Agoda.	Основний потік клієнтів є саме завдяки цим сайтам.
2022	3. Мобільний додаток для обслуговування в номерах.	Завдяки телефону гість може вказати температуру, замовити їжу до номеру.
	4. Поточковий сервіс в номерах для телевізорів (наприклад Netflix).	Людина може в будь який час подивитися новий фільм, чи серіал.
	5. Портативні Wi-fi роутери.	В готелі були місця де Wi-fi зв'язок не покривав кімнату, завдяки портативним роутерам ця проблема була вирішена.

Окремо виділимо системи АСУ – автоматичні системи управління. На початку 2021 року керівництво вирішило імплантувати системи автоматизації процесів готелю такі як: OPERA Enterprise Solution, Інтелектуальна система від Larnitech. Ці системи допомагають економити ресурси, підвищують безпеку приміщень, забезпечують повний контроль над освітленням, системами клімат-контролю. Завдяки цій системі можна бронювати номери на вхідні

запити з інтернету, контролювати систему охорони та безліч інших функцій які раніше виконувалися за допомогою додаткового персоналу.

Розглянемо які digital-технології використовує готель по сьогоднішній день та оцінимо їх рівень в готелі «CITYHOTEL».

Таблиця 1.2

### Аналіз та оцінка застосованих digital-технологій

		Оцінка використання технології L – погано М – середня Н - добре	
№	Найменування технології	Короткий опис	Оцінка
1	Власний сайт готелю	Оптимізація, налаштування для пошукових систем Google	L
2	Системи автоматизації	Opera Enterprise Solution, система від Larnitech	H
3	сторінки в соціальних мережах	Facebook, Twitter, Youtube, Instagram та ін.	M
4	Сайти агрегатори	Booking, Agoda	H

*Джерело складено автором*

Наступним плюсом є те, що з'явилися цифрові технології, а разом з ними і нові способи співпрацювати з інформацією. Одним з таких елементів є відгуки реальних відвідувачів закладу. І даним елементом клієнти користуються вкрай часто. Якщо колись компаніям, щоб отримати відгук, навіть доводилося вдаватися до хитрощів - дарували знижки, подарунки, дисконтні карти та ін., то сьогодні кожен третій відвідувач із задоволенням самостійно буде ділитися враженнями про проживання в готелі, в таких соціальних мережах як INSTAGRAM, FACEBOOK, TWITTER, GOOGLE. І не має різниці, які це були враження - позитивні чи негативні - люди все одно будуть освітлювати свої відчуття та враження через пости, сторіс, публікації та фото чи відео.

Таблиця 1.3

## Аналіз платформ на яких присутній «СІТУНОТЕЛ»

№	Платформа (---) – платформа не ведеться	Кількість підписників	Контент оновлюється та доповнюється (+) - так) (-) - ні	Загальна оцінка ведення платформи (L-Погано M- Середня H-Добре)
1	Facebook	1.8тис.	+	H
2	Instagram	1.1тис.	+	H
3	YouTube	6	-	L
4	Twitter	129	-	L
5	TikTok	---	---	---

По підрахункам майже близько 60% користувачів соціальних мереж зізналися, що перед відвідуванням будь-якого місця вивчають його сторінку в соціальних мережах і тільки після цього приймають рішення щодо відвідування. І якщо ви раптом думаєте, що може краще взагалі не мати сторінки в Facebook або Instagram, щоб не отримувати негативний рейтинг то ви помиляєтеся, адже на сьогодні відсутність або поганий вигляд сторінки за замовчуванням призведуть до небажання потенційних клієнтів відвідувати ваш заклад. Тому в наш час, обов'язково потрібно бути присутніми в популярних на сьогодні соціальних мережах, та бути там активним і мати відмінний рейтинг інакше будь-яке підприємство сфери обслуговування буде втрачати клієнтів. Основні джерела збуту послуг.

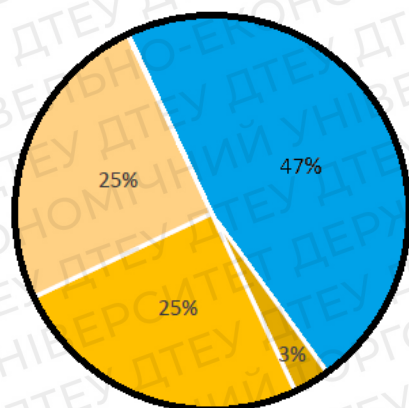


Рис 1.1

47% - Сайти агрегатори Booking, Agoda

25% - Соціальні мережі

25% - Власний сайт

3% - e-mail розсилка

### Рис 1.1 Основні джерела збуту послуг

Ще одною великою перевагою є те, що сучасні люди вкрай цінують мобільність. Маєтеся на увазі те, що сучасний ритм життя змушує людей постійно бути в русі. Ми виконуємо майже всі завдання та робимо всі справи у смартфонах та інших гаджетах. А саме тому важливо відповідати заданому ритму. Потенційний клієнт повинен за лічені секунди мати можливість знайти інформацію про ваш готель, в онлайн-режимі, та отримати усі відповіді на питання, що його турбують, а якщо ваша компанія до того ж ще і надає можливість забронювати номер, стіл або послугу в режимі онлайн, то максимальна кількість потенційних клієнтів скористаються вашими послугами. Згідно з міжнародними прогнозами вже до 2025 року понад 70 відсотків бронювань готелів, ресторанів та інших активностей у сфері готельно-ресторанної справи будуть відбуватися онлайн через сайти та мобільні додатки. Часи коли люди використовували телефони більшою мірою для дзвінків вже безповоротно минули, а отже і чекати що більшість ваших клієнтів будуть бронювати номери чи дізнаватися інформацію що їх цікавить не варто. Більшість актуальних питань сьогодні можна вирішувати у месенджерах чи мобільних додатках. Дослідження компанії Trip Advisor, у якому приймало участь понад 23 тисячі респондентів, лише підтвердило дану теорію. Лише 1% людей сьогодні бронюють готелі, ресторани, чи житло через дзвінок по телефону.

Проведемо аналіз на що витрачається бюджет готелю при використанні Digital-технологій, а саме канали збуту, та підтримка технологій

Таблиця 1.4

#### Аналіз щомісячних витрат на digital-технології готелю «CITYHOTEL»

Найменування	Вартість (приблизно)	Витрати за рік (приблизно)
1. Поточкові сервіси	5000 грн	60000 грн
2. Хостинг (підтримка сайту)	600 грн	7200 грн
3. Витрати на піар	5000 грн	50000 грн

## Продовження таблиці 1.3

4. Підтримка сторінок в соціальних мережах	3500грн	40000грн
5. Підтримка та забезпечення стабільної роботи автоматизованих систем	15000грн	160000грн
<b>Загальні витрати для готелю</b>	<b>Щомісяця 29100 грн</b>	<b>За рік 317200 грн</b>

Розглянемо недоліки, насправді не все так добре як здається на перший погляд, нові технології застосовуються але належним чином не обслуговуються. Приклад – власний сайт готелю виглядає недоробленим, з купою недоліків, людина коли переходить по посиланню вона в першу чергу, хоче дізнатись як можна більше інформації, а на сайті «CITYHOTEL» все що ми бачимо це 2 статичні фото, одна з них це «слайдер» який не працює. Змінюючи мову на англійську, зникають спеціальні пропозиції, а якщо на російську то головне меню зовсім змінює свій вигляд. Переходячи по вкладці «3D-тур» сайт готелю перенаправляє на встановлення програми для комп'ютеру, встановивши програму функція все одно не працює. Дослідивши сайт була виявлена зовсім непрацююча сторінка (додаток 1.2). Тому зробивши висновок - керівництво майже, або зовсім перестало займатися власним сайтом а зосередило увагу на сайтах «агрегаторах» Booking, Agoda. Після того як закінчилась піар-реклама в SMM (Facebook,Telegram,Instagram), 20 листопада 2020р. трафік сайту впав з 3000 відвідувачів на місяць до 1000 (додаток 1.1). Зауваживши ще те, що готель досі використовує застарілі зразки замків і їх потрібно замінити на ключ карти чи більш сучасні мобільні замки, адже це все сервіс.

Отже, готель почав використовувати власний сайт, але належним чином не налаштував його, і тому основних клієнтів готель отримує через сайти «агрегатори» Booking, Agoda. Також готель опанував низку digital-технологій таких як мобільний додаток та системи оптимізації, за допомогою яких



оптимізував роботу персоналу а також підвищився рівень сервісу – про що може свідчити оцінка на Booking (Додаток 1.3)



## 1.2. Дослідження впливу digital-технологій на результати роботи підприємства.

Цифрова трансформація в сфері гостинності – це вже необхідність в наш час. Мандрівникам стала потрібна не просто ніч в готелі, а широкий вибір сервісів, зручність бронювання, яке вони отримають в потрібний час. Прийшов час готелям переосмислити свій підхід до бізнесу і перейти на технології нового покоління, які допоможуть реалізувати концепцію комплексного купівельного досвіду. Дослідимо такі технології як «OPERA Enterprise Solution» та Інтелектуальна система від «Larnitech» - це мережева основа, яка дозволяє забезпечувати високу мобільність та надає новітні сервіси автоматизації для номерів, що створює незабутній досвід перебування у готелі. Саме рішення «Larnitech» та «OPERA» в індустрії гостинності оптимізують ефективність використання персоналу, та спрощують ІТ-операції, а також допомагають керівництву максимізувати показник заповнюваності. Крім того, данні рішення дозволяють збільшити дохід та що не менш важливо підтримувати конкурентну диференціацію. Однією з основних властивостей диференціації в індустрії гостинності у випадку зростаючої конкуренції став саме гостьовий досвід. Гостьовий Wi-Fi, програми лояльності для постійних клієнтів та звісно орієнтовані на гостей мобільні програми це сьогодні перші пункти для продуманого інвестування у цифрову трансформацію готельного бізнесу. Більшість туристів подорожують як мінімум з кількома електронними пристроями, і, опинившись у готелі, вони одразу бажають під'єднатися до мережі, розслабитись та відчутти себе як удома. Швидке поширення Інтернету у світі, як і кількість електронних пристроїв серед гостей і співробітників, вже призвело до того, що у готелі обов'язково повинно бути над швидке інтернет з'єднання, та при цьому воно також має бути безпечним. У сучасному середовищі витрати на інтернет вже є не лише однією з опцій для інвестицій у цифрові технології, а реальною необхідністю, без якої готель вже буде не дуже привабливим для гостей. Для підтримання цифрової трансформації, мережа інтернет дійсно має бути най

першим активним компонентом у створенні гостьового досвіду та надання додаткових сервісів, щоб забезпечити готелям нові джерела доходу. «OPERA Enterprise Solution» забезпечує необхідну основу для інноваційних готельних сервісів та їх цифрової трансформації. «Larnitech» не тільки позбавляє готелі від необхідності брати участь у технічно складних операціях, а і дозволяє їм зосередитися виключно на веденні бізнесу, до того ж робить ще один важливий крок вперед для досягнення бізнес-цілей готелю, надаючи йому розширені гостьові сервіси для підвищення лояльності клієнтів, та розгортає найновітніші рішення для підвищення ефективності персоналу також суттєво допомагає готелю виділитися як інноваційний бренд для диференціації від конкурентів та залучення нових клієнтів. І це все завдяки 2 впровадженим технологіям, більшість закладів готельної сфери розуміють, що сучасні люди цінують свій час, тож діяти потрібно швидко та оперативно, а комунікація повинна бути правильно побудована. Далі розглянемо digital-маркетинг. Наведу приклад як саме технології вплинули на роботу готелю. Для початку хочу продемонструвати ефективність сайту, в той час коли готель використовував піар в соціальних мережах, налаштування сайту для пошукових систем - трафік піднявся на дуже високий рівень про це свідчить (Додаток 1.1), завдяки цьому в цей період прибуток для готелю був в рази більше аніж ціна піару, наведемо приклади впроваджених технологій та їх вплив.

Таблиця 1.2

### Орієнтований прибуток. Технології та їх вплив на роботу готелю

Технологія	Орієнтований прибуток для готелю, та вплив на роботу
SEO, SMM	Наведемо приклад з трафіку в момент піару (додаток 1.1) в піковий період за місяць близько 4000 відвідувачів, також 67% відмов - це ті хто закривав сайт через хвилину, а 33% це 993 відвідувачі які були на сайті довше ніж більшість, припустимо що 40 з них забронює номер, середня ціна номеру 4556грн. А це майже 200тис. грн

<b>Системи автоматизації</b>	Це вкладення окупиться з часом, тому що обладнання всього готелю коштує великих грошей, завдяки цим система потрібно значно менше персоналу. Просто кажучи – «це гра в довгу», також не потрібно забувати що це збільшення сервісу.
<b>Мобільний додаток</b>	Моб. додаток доповнює рівень сервісу, за незначні вкладення.
<b>Сайти «агрегатори» Booking, Agoda</b>	Оскільки сайти «агрегатори» не беруть плату за розміщення, а лише фіксований % за всі реалізовані бронювання з його допомогою, тому готель майже в повному вигаши.

Digital-маркетинг в готелі «CITYHOTEL» став комплексом різноспрямованих складових, таких як: глибоке вивчення онлайн-аудиторії; залучення всіх можливих сегментів аудиторії; цифрова комунікація співробітників готелю з гостем, організація взаємодії з клієнтом після виселення. Отже дослідивши які технології використовує «CITYHOTEL», вони мають як власний сайт, так і свої сторінки в соціальних мережах та на «агрегаторних» платформах. Також готель опанував системи автоматизації завдяки яким сервіс та робота готелю вийшли на новий рівень. І це означає, що готель рухається в правильному напрямку про це свідчать відгуки як в google maps так і на платформах по типу Booking.

## РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЕМ «CITYHOTEL» М. «КИЇВ»

### 2.1. Основні напрями digital-технологій в управлінні готелем.

Розглянемо digital-маркетинг, залучення клієнтів через інтернет є дуже ефективним, адже в наш час телефон є мабуть у кожної людини, а тому і доступ до інтернету і це в свою чергу дуже велика база клієнтів. Для того щоб звернути увагу людини в інтернеті передбачено низку інструментів, найбільш затребуваними серед яких є:

1. SEO - пошукова оптимізація;
2. Google places – сервіси пошукових систем;
3. SMM – просування у соціальних мережах;
4. Власні сайти готелів.

Візьмемо «SEO» За даними статистики, щомісяця близько 450 мільйонів людей вводять у вікно пошукової системи приблизно 11 мільярдів запитів. До 90% відвідувачів приходять на веб-ресурси із сайтів пошукових систем. Згідно з дослідженням NPD Group, (компанія що вивчає маркетинговий ринок) пошукові системи Google наводять на сайт близько 55% покупців.

#### Плюси «SEO»

**Рентабельність.** SEO – це трафік користувачів, які шукали конкретну послугу або товар і прийшли на сайт із пошуку. Можна сказати, що це клієнти, які готові купити/замовити/оформити заявку. Тобто підвищуючи видимість сайту в пошуку, SEO підвищує дохід бізнесу.

**Довгостроковий ефект.** Ефект від робіт зберігається тривалий час. Те, що за конкретними запитами сайт зайняв високі позиції у видачі, означає, що сторінка сподобалася пошуковим роботам і добре ранжуватиметься, доки не зміняться алгоритми пошукових систем.

**Довірливі стосунки із клієнтом.** Багато користувачів надають перевагу сайту в топах, замість рекламних оголошень.

### **Наступна технологія Google places(Google maps)**

Завдяки цій геотехнології, потенційний клієнт може отримати всю необхідну йому інформацію про готель (контакти, відгуки, фотогалерею, посилання на соціальні сторінки, список послуг), не заходячи на сайт і цим заощадити час. Українські компанії все частіше сприймають цей сервіс не як звичайну карту, а як повноцінний бізнес-інструмент. Завдяки тому що ваш готель з'явиться на картах, це дозволить вашій компанії потрапляти в результати пошуку через Google. Завдяки цьому сервісу, можна тримати зв'язок з клієнтами, бачивши оцінки та відгуки власник буде знати що люди думають про його готель. Також можна відповідати на відгуки клієнтів і цим самим збільшувати ступінь довіри людей до компанії. Клієнти можуть підписатися на оновлення і тоді вони завжди знатимуть про події та спеціальні пропозиції. Також за допомогою цього інструменту Google, власники компаній можуть керувати інформацією про компанію, перевіряти статистику, наприклад, дізнатися, як часто клієнти бачать вашу компанію в мережі Google і як ці показники змінювалися з часом.

### **Розглянемо «SMM»**

**«SMM»** - це - оригінальна маркетингова стратегія просування компанії та послуг на товари у соцмережах.

### Ключові переваги SMM:

1. **Велика аудиторія** – для компаній SMM дає можливість рекламувати себе на величезну аудиторію потенційних клієнтів.
2. **Невисока вартість послуг спеціалістів**, SMM вимагає з боку замовника мінімальних вкладень на старті рекламної кампанії, наприклад вартість SMM в 2-5 разів дешевше ніж реклама в пошукових системах.
3. **Ефективна популяризація**, завдяки соціальним мережам можна за короткий проміжок часу продвинути свій готель серед потенційних клієнтів.

В наш час у кожної другої людини є своя сторінка в соціальних мережах, таких як - Facebook, Instagram, Telegram, TikTok. По зібраним даним від Global Digital в 2021 році щодня 4,2 мільярди людей користуються соціальними мережами. Соцмережі це дуже велика платформа, за допомогою якої у бізнесі з'являється багато можливостей. Для готельного бізнесу дуже важливо мати свої сторінки в соцмережах, адже завдяки їм можна здійснювати комунікацію з клієнтом за дуже короткий проміжок часу.

### Наступною технологією є власний сайт готелю

В наш час, власний сайт є майже у кожного готелю і «CITYHOTEL» м. «Київ» не є винятком, тому що він дає ряд переваг для власників готельного бізнесу.

Наприклад:

1. **Розширення основи клієнтів.** Розробляючи сайт, можна локалізувати його для різних географічних ринків і клієнтів з інших міст та країн.
2. **Економія часу та грошей.** Для того, щоб надати інформацію потенційним клієнтам, менеджери готелю витрачають багато сил та часу. Сайт заощадить час персоналу та забезпечить зручність

клієнтам. На сторінках веб-ресурсу можна розмістити всю необхідну інформацію.

### 3. Збір відгуків. Збір та аналіз зворотного зв'язку клієнта допоможе визначити цільову аудиторію, її інтереси та головні потреби.

Отже із всіх вище перелічених технологій digital-маркетингу в готелі «CITYHOTEL» використовуються всі 4 перелічені пункти «SEO, Google places, SMM, власний сайт» Далі розглянемо системи автоматизацій в готельному бізнесі. Автоматизація в готелі це - системи управління, які дозволять полегшити роботу персоналу і зробити її ефективнішою. В кожному готелі існує набір стандартних технологій по здійсненню поточних операцій і обслуговуванню гостей. Наведемо приклад в таблиці.

Таблиця 2.1

#### Напрями digital-технологій в управлінні готелем «CITYHOTEL»

<p><b>Мобільні програми</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 44% забезпечують збір в режимі реального часу звернень гостей (guest feedback),</li> <li>• 41% надають внутрішню інформацію чи функцію типу консьерж,</li> <li>• 38 % пропонують пошук об'єктів нерухомості на базі GPS та надійний доступ до облікового запису,</li> <li>• 34% включають в себе можливість замовити ресторан та зробити бронювання..</li> </ul> <p>Щоб бути успішними, готелям треба по-новому будувати концепцію та впорядковувати послуги. Це означає оптимізацію персональних послуг за допомогою пристроїв.</p>
<p><b>Планшети</b></p>	<p>Не дивлячись на те, що люксові та бутик-готелі лідирують по кількості планшетів в готельних номерах, спеціалізованих пристроїв для читання, музики і т.д., вони також пропонують гостям користуватись</p>



## Продовження таблиці 2.1

	своїми власними пристроями. Це означає, що технології організації Wi-Fi доступу повинні бути оптимізовані для мобільних пристроїв.
<b>Кіоски та гостьові комп'ютери</b>	Власники готелів вже давно оцінили гостьові комп'ютери та інформаційні кіоски в лоббі готелю та інших місцях загального користування готелю для реєстрації і виписки з готелю та для відображення оперативної внутрішньої інформації. По прогнозам експертів інтерес до цих технологій буде продовжувати рости.
<b>Ключ-карти для готельних номерів</b>	Впровадження електронних замків в поєднанні з технологіями унікальних ідентифікаторів дозволили готельній галузі зробити крок на новий рівень якості послуг, що надаються. Тепер власникам готелів куди простіше вирішувати питання безпеки та здійснювати контроль доступу в номери.
<b>Мобільні платежі</b>	На протязі найближчих 2-х років по прогнозам експертів 39% готелів планують реалізувати мобільні рішення оплати.

Наведемо приклад більш сучасної автоматизації готелів, за допомогою програмного забезпечення, а саме: АСУ - Автоматизована система управління. За останнє десятиліття в позиціюванні готелю з першого плану зійшли на ланку нижче такі чинники як сервіс, ціна, інтер'єр номерів – звісно вони залишаються невід'ємними але останнім часом в світовій тенденції з'явилися такі параметри як прискорення процесів роботи з гостями тобто бронювання, швидкий заїзд та від'їзд. Велику роль у наданні цих послуг належить системам автоматизації діяльності готелів. Застосування

комп'ютерних технологій дозволяє зробити основні процеси життєдіяльності готелю максимально ефективними за досить короткий час, а також автоматизувати не лише всі етапи роботи з гостем, а й більшість сфер господарської діяльності готелю. Ці системи стають одним з головних пріоритетів готелю.

В АСУ є комплекси інтегрованих підсистем, що створюють ефективне середовище взаємодії співробітників, клієнтів та ділових партнерів готелю - туристичних агентств і туроператорів. Таких систем існує дуже багато такі як - "Micros Fidelio", "Lodging • Touch LIBICA", Hospitality Enterprise Resource Planning "Cenium", Epitome PMS, Amadeus PMS, OPERA і вони з кожним роком все більш досконаліші. Саме в готелі який досліджується «CITYHOTEL» використовується технологія OPERA Enterprise Solution – ця технологія не має аналогів на ринку для готелів від світового лідера у виробництві автоматизованих систем управління «Micros-Fidelio» OPERA пропонує нову концепцію роботи та покращення рівня обслуговування гостей, поєднуючи в собі такі переваги як швидкість, надійність, функціональність, простота використання. Ця система складається з багатьох модулів які можна налаштувати згідно з потреб готелю, наприклад; систему управління заходами (OPERA Activity Scheduler); систему оптимізації прибутку (Revenue Management); систему автоматизації відділу продажів і маркетингу (Sales and Catering); служби прийому й розміщення гостей (Property Management System); і це лише початок. Система автоматично контролює всі фінансові потоки готелю. Рахунки в готелі управляються спеціальною програмою. З її допомогою система відкриває, управляє, направляє та проводить інші необхідні операції з будь – якими рахунками. Вся інформація надходить до системи бухгалтерії автоматично та зберігається там, що дозволяє зекономити багато часу.

## 2.2 Обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

Раніше для того щоб себе прорекламувати, потрібно було витратити чи мало коштів, а в наш час завдяки технологіям це дешевше, та ефективніше в десятки разів. Якби не автоматичні системи управління то для готелю потрібно було б як найменше в два рази більше персоналу - це додаткові витрати, а якщо у вас мережа готелів то це ще більше витрат. Мабуть однією з найбільших цінностей, яку нам принесла діджиталізація - це можливість збирати та обробляти неймовірно об'ємну кількість даних про клієнтів та швидко її аналізувати та обробляти, для того, щоб пропонувати індивідуальні та максимально персоніфіковані пропозиції. Саме тому наполягаємо на тому, що вкрай важливо дбати про те, що б комунікація саме вашого готелю з потенційними клієнтами була саме у такій формі: детально таргетована реклама у соціальних мережах, сегментовані розсилки і чіткі меседжі для кожної аудиторії. Саме технології зробили це все можливим і перенесли нас на новий рівень розвитку. Згідно прогнозів до 2026 року понад \$100 млрд перемістяться від старих гравців туристичного бізнесу до новаторів, які не хещтують перевагами діджиталізації, не бояться змін, та можуть імплементувати новітні технології та прогресивні рішення у бізнес та адаптують свою маркетингову стратегію до теперішніх вимог часу.

Тому якщо дивитися зі сторони фінансів та ефективності, не використовувати всі ці технології буде великою помилкою і ваш готель навряд зможе конкурувати з іншими готелями які використовують digital технології. Також хочу зауважити на власному сайті готелю. Керівництву потрібно звернути більше уваги до сайту, наведу приклади можливих покращень та їх вартості в таблиці.

## Приклади змін для сайту варіанти, та їх вплив

**№1 Створення сайту з нуля** - В цьому випадку готель повністю лишає свій сайт, та звертається до компаній щоб створити абсолютно новий та унікальний сайт. Ціновий діапазон дуже різниця, ціна залежить від об'єму роботи, та його індивідуальності. В нашому випадку готелю потрібно близько 10 сторінок розроблених з унікальним дизайном, ціна починається від 25тис грн. ціни були взяті в компанії «Studio Ifish» в *додатку 2.3* продемонстровані ринкові ціни в Україні. Часу на розробку потрібно від 1 до 3х місяців. Клієнт коли заходить на сайт і бачить якісь інтерактивні елементи, йому стає цікаво, це як з красивою обгорткою для товару в магазині. Тому розробка нового якісного сайту є гарним рішенням але бюджет потрібен значно більше ніж в наступному рішенню.

**№2 Оновлення існуючого сайту та усунення недоліків** – Це більш бюджетне рішення адже не потрібно з самого початку розробляти новий сайт достатньо полагодити та модифікувати існуючий. Для порівняння для чого саме потрібні всі ці оновлення приводимо в приклад сайт готелю «ELEVEN MIRRORS» та його дизайн (*додаток 2.2*). Чому це потрібно? Клієнта потрібно утримати на сайті, а якщо у вас сайт статичний, не інтерактивний, з багами – це тільки відторгає. Також запропонуємо готелю частіше використовувати піар в соц. мережах, не на постійній основі а в потрібний момент, наприклад 27-30 квітня, у Києві проходив «The Kiev Major 2017» - міжнародний кіберспортивний турнір з комп'ютерної гри. В цей період люди зі всього світу приїжджали переглянути цей турнір, і що їм було потрібно на ніч? - звісно місце проживання. Тому піар потрібно використовувати доречно, інакше це будуть марні витрати та мінімальний ефект. Загалом готель рухається в правильному напрямку, отже підведемо висновок, для покращення роботи готелю потрібно, оновити власний сайт готелю та доречніше використовувати піар адже це не великі вкладення, а результат має бути гарним. Наводимо можливі витрати з бюджету готелю на вище запропоновані рішення в таблиці.

Таблиця 2.2

№	Рішення	Етапи розробки		Кінцева ціна
1	Створення сайту з нуля	<b>Етап 1 – розробка дизайну</b>	<b>Етап 2 – Розробка сайту по дизайну</b>	46000 грн.
		Розробка дизайну до 15 сторінок обійдеться в 21000 грн	Ціна починається від 25000 грн.	
2	Оновлення існуючого сайту	<b>Етап 1 – оцінка об'єму роботи компанією розробника</b>	<b>Етап 2 – Оновлення та усунення недоліків</b>	Кінцеву ціну назвати неможливо, адже цей варіант повністю індивідуальний
		Це індивідуальний підхід ціна коливається але буде значно менша ніж розробка дизайну	Багато впливає на ціну те, як був розроблений сайт в деяких випадках дешевше буде створення нового сайту.	

З точки зору ефективності та економності як часу так і бюджету - кращим та економнішим варіантом буде створення сайту з нуля.

Вище були наведені рекомендації щодо digital-маркетингу, далі розглянемо оновлення в готелі базових функцій таких як замки до номерів. Так сталося що готель «CITYHOTEL» в наш час використовує замки застарілих зразків, так це надає класики, але вигідніше мати ключ карти чи мобільні ключі. Для чого саме, вони мають явні переваги.

**Зручність** - Однією із значних переваг використання карт-ключів від готелів є те, що вони прості та легкі. Карти-ключі від готелів легші та зручніші у використанні, ніж Металеві ключі. Гості можуть замикати та відкривати свої кімнати за допомогою електронного ключа розміром із дебетову карту, який вони можуть покласти в гаманець чи сумочку. Металеві замки коштують значно більше ніж ключ карти, приводимо самий простий приклад клієнт утратив ключ, потрібна його заміна, більш проблемні випадки; ключ зламався

в замку – це в більшості випадків зміна замку. Людина закрилася (їй стало зле) в номері ключ в замку зі сторони клієнта – тобто відчинити можна тільки силою.

**Економність** - Металеві замки коштують значно більше ніж ключ карти, приводимо самий простий приклад клієнт утратив ключ, потрібна його заміна, більш проблемні випадки; ключ зламався в замку – це в більшості випадків зміна замку. Людина закрилася (їй стало зле) в номері ключ в замку зі сторони клієнта – тобто відчинити можна тільки силою і в більшості випадків це заміна або ремонт замка – це витрати, а з ключ картою можна як відчинити номер готелю, якщо клієнт замикнувся та не відповідає, а у випадку коли ключ втрачається заміна коштує близько 36 гривень. Навідміну від металевого ключа чи замка вскриття коштує близько 300гривень, заміна (нові комплектуючі) ще близько 500 гривень. Підведемо висновок зі сторони витрат для готелю

Таблиця 2.3

### Витрати для вдосконалення готелю «CITYHOTEL»

Найменування	Вартість (приблизно)	Витрати за весь період роботи (приблизно)
1. Власний веб-сайт	-	-
- Створення дизайну та макету	44500 грн	Разове вкладення
- Наймання компанії що розробляє веб-сайти	36600 грн	В середньому робота займає 3 місяці, кінцева вартість 109800 грн
- Налаштування сайту для пошукових систем Google	5300 грн	Разове вкладення, подальша підтримка та зміни під вимоги пошукових систем 1200грн в місяць
- Хостинг сайту	1000 грн	Оплата проводиться кожного місяця, за рік 12000 грн

## Продовження таблиці 2.3

- Розкрутка в соціальних мережах	9000 грн	Приблизні витрати за рік 110000 грн Ціна на піар коливається
2. Заміна металевих замків	-	-
- Наймання бригади працівників	65000 грн	Разовий платіж
- Закупівля матеріалів	500 грн (ціна за 1 одиницю)	В готелі 124 номера Вартість всіх матеріалів 62000 грн
Підсумок всіх витрат (приблизно)	<b>296600 грн</b>	

Також буде потрібно закрити готель на 2-3 дні для проведення роботи по заміні всіх замків, та налаштування програмного забезпечення. Висновок готелю потрібно вдосконалити, переробити технології які вже впроваджені за для більш ефективної роботи, всі запропоновані нововведення сприятимуть підвищенню сервісу, а також це вкладення в майбутнє готелю.

## ВИСНОВКИ

У ході проведення дослідження щодо ефективності впровадження Digital – технологій в управління готелем «CITYHOTEL» м. Київ:

1. Доведено, що Digital – технології є одним із важливих на сьогоднішній день способів збільшення прибутку, адже вони регулюються управляючою ланкою та являють конкретну систему цінностей, та установок, що поєднують у собі дослідницький потенціал та практичний досвід, певне світовідчуття і перспективне мислення.
2. Досліджено які існують digital-технології та проведено аналіз якими технологіями користується готель «CITYHOTEL», оцінка в якому стані вони знаходяться та підсумок витрат на їх обслуговування.
3. Проаналізувавши поведінку користувачів ми можемо стверджувати, що у майбутніх перспективах новий тренд буде мати назву «спонтанні мандрівники». Тим самим термінове бронювання з мобільних пристроїв, додатків допоможе готелю підвищити свою популярність. Digital – ринок – є невід'ємною частиною готельного бізнесу.
4. Встановлено, що ефективність Digital – технологій залежить від рівня задоволеності потреб гостей. Оскільки на сьогоднішній день простежується тенденція надбудови над стандартними послугами Digital – технологій. Це є нормою, бо фахівців стає менше, адже зараз однією з основних тенденцій є – робота в інтернеті, а розвиток технологій прискорюються.
5. На формування управління Digital – технологій в готелі «CITYHOTEL» м. Київ прямо впливає концепція готелю, специфіка цільової аудиторії та ресурсний потенціал.
6. Проаналізовано, основні тренди Digital-ринку, пріоритети розвитку Digital-маркетингу, досліджено автоматизацію діджиталізації 21-го сторіччя, основні напрями Digital – технологій в управління готелем



«CITYHOTEL» м. Київ, вплив Digital – технологій на результати роботи готелю.

7. Digital-маркетинг є одною з основних підгруп діджитал технологій, для готельного бізнесу, цифровий маркетинг є дуже ефективним способом просування готельних послуг, цифровий маркетинг охоплює більшу частину потенційних клієнтів, надає змогу збирати данні від гостей після проживання – оцінка, відгук. Для ефективного залучення цифрового маркетингу власник повинен чітко розуміти що саме йому потрібно і таким чином витрати будуть менші, а дохід значно вище
8. З'ясовано що PR-відділ працює в половину, після дослідження було виявлено що працівники ведуть лише декілька сторінок в соціальних мережах.
9. Проаналізовано можливі витрати з бюджету за для вдосконалення існуючих digital-технологій, та освоєння нових. Запропоновано, удосконалення та рекомендації щодо застосування Digital – технологій в управлінні готелем «CITYHOTEL» м. Київ.

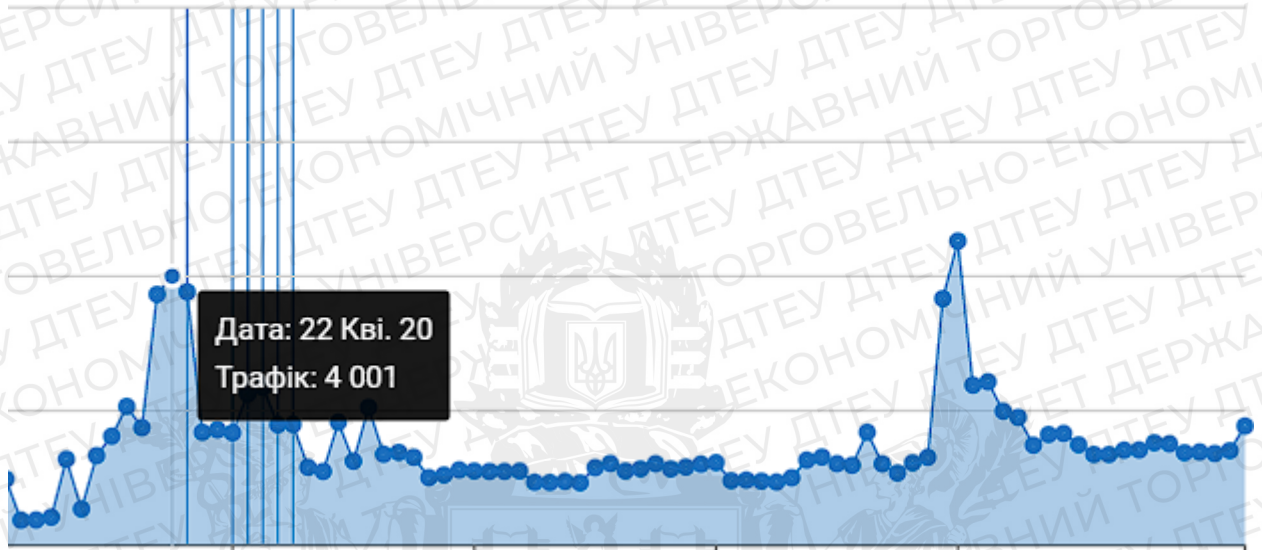
## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бізнеси на картах плюси та нові технології / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://economics.segodnya.ua/economics/business/biznes-na-kartah-v-chem-plyusy-novyh-tehnologiy-516967.html>
2. В. Я. Брич. Поява комп'ютерних систем бронювання - Київ Видавництво Ліра - К, 2020. – 133 с.
3. В. Я. Брич. Готельні послуги у глобальній комп'ютерній мережі Інтернет - Київ Видавництво Ліра - К, 2020. – 139 с.
4. Головні тренди готельного бізнесу на digital-ринку / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ea21journal.world/wp-content/uploads/2022/04/ea-V153-09.pdf>
5. Доцільність впровадження ІТ-технологій в готельних підприємствах / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/konferbe10/7.pdf>
6. Інтернет як інструмент просування послуг для індустрії гостинності / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/skorbenko.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/skorbenko.htm)
7. Плюси та мінуси SEO і як перевернути недоліки SEO у переваги / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://star-marketing.com.ua/blog/plyusy-i-minusy-seo-i-kak-obratit-nedostatki-seo-v-dostoinstva/>
8. Приклад гарного дизайну / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://11mirrors-hotel.com/uk>
9. Пріоритети розвитку Digital-маркетингу в сфері готельного бізнесу. / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/401/388/>

10. Сайт агрегатор / [Електронний ресурс]. - Режим доступу:  
<https://www.booking.com>
11. Сайт готелю для порівняння / [Електронний ресурс]. - Режим доступу:  
<https://11mirrors-hotel.com/uk/careers>
12. Сайт досліджуваного готелю / [Електронний ресурс]. - Режим доступу:  
<https://cityhotel.ua/>
13. Статистика сайту / [Електронний ресурс]. - Режим доступу:  
[https://serpstat.com/uk/domains/index/?se=ua&query=cityhotel.ua&search\\_type=root\\_domain](https://serpstat.com/uk/domains/index/?se=ua&query=cityhotel.ua&search_type=root_domain)
14. Ціни на розробку власного сайту / [Електронний ресурс]. - Режим доступу:  
<https://ifish.com.ua>
15. Чому власний сайт готелю це важливо / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ifish.com.ua/baza-znaniy/hotel-website/>

# ДОДАТКИ

Додаток 1.1



Джерело: <https://serpstat.com>

Додаток 1.2

- Досуг
- Огляди
- О нас
- На карті
- Галерея
- Досуг
- Огляди
- О нас
- На карті
- Галерея
- Досуг
- Огляди

English Find reservation Sign In / Create an account  
Kiev, 56A, Bohdana Khmelnytskyoho str 16.36 +38 (044) 393-59-00

CITYHOTEL 2023-01-27 2023-01-28 1 1 0 0 Promocode

English Find reservation Sign In / Create an account  
Kiev, 56A, Bohdana Khmelnytskyoho str 16.36 +38 (044) 393-59-00

CITYHOTEL 2023-01-27 2023-01-28 1 1 0 0 Promocode

BOOK NOW

Джерело: <https://cityhotel.ua>

## Додаток 1.3



**CITYHOTEL** ★★★★★

Шевченковский, Киев [Показать на карте](#) 1,4 км от центра

Рядом с метро

⚠ На нашем сайте здесь нет свободных мест с 27 янв. по 28 янв..

На эти даты еще есть места, но они могут закончиться:

<b>28 янв. – 29 янв.</b> 1 ночь От UAH 3 340	<b>28 янв. – 30 янв.</b> 2 ночи От UAH 6 680	<b>28 янв. – 31 янв.</b> 3 ночи От UAH 10 020	<b>28 янв. – 1 фев.</b> 4 ночи От UAH 13 360
--	--	---	--

Превосходно 9,1  
2 059 отзывов

Расположение 9,5

Джерело: <https://booking.com>

## Додаток 2.2



ELEVEN MIRRORS  
Design Hotel

UA

ПОДІВНИТИ

БРОНЮВАТИ

# Ми працюємо!

Ваш комфорт та безпека є пріоритетом для нас. Із запровадженими заходами ми можете ознайомитись [ТУТ](#).

ПЕРЕГЛЯНУТИ ВІДЕО

Джерело: <https://11mirrors-hotel.com/uk>

## Додаток 2.3

Тип сайту	Ціна сайту на основі готового шаблону, грн	Ціна індивідуального рішення, грн
Landing або односторінковий сайт	до 15 000	від 25 000
Сайт візитівка, до 10 сторінок	до 25 000	від 25 000
Корпоративний сайт	до 45 000	від 55 000
Сайт каталог, вітрина товарів	до 60 000	від 70 000
Інтернет магазин	до 70 000	від 100 000
Портал чи онлайн-сервіс	не існує	від 400 000

Джерело <https://ifish.com.ua/>