

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

IMPLEMENTATION OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN HOTEL ENTERPRISES OF UKRAINE

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct67-11>**Бурка В.Й.¹**

к.геогр.н., доцент,
доцент кафедри економічної географії
та екологічного менеджменту
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Підгірна В.Н.²

к.е.н., доцентка,
доцентка кафедри економічної географії
та екологічного менеджменту
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Єремія Г.І.³

к.геогр.н.,
асистентка кафедри
економічної географії
та екологічного менеджменту
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Burka Volodumir

Yuriy Fedkovych Chernivtsi
National University

Pidhirna Valentyna

Yuriy Fedkovych Chernivtsi
National University

Yeremiia Hanna

Yuriy Fedkovych Chernivtsi
National University

У статті розглянуто питання сучасних інформаційних технологій в готельному бізнесі. Визначено місце і роль комп'ютерних систем бронювання на міжнародному та вітчизняному ринку з використанням Інтернету, як одного з найголовніших видів спілкування і передавання інформації між користувачами в Україні та закордоном. Проаналізовано чинники, які впливають на рівень розвитку і впровадження інформаційних технологій у готелях. Встановлено, що автоматизовані системи спрямовані на підвищення продуктивності праці, підняття рівня знань у вищих управлінських працівників. Комп'ютерні програми широко використовують готельні комплекси. З їхньою допомогою відбувається управління резервуванням, облік клієнтів, розподіл кімнат, облік інвентарю і контроль за постачаннями харчування. Виявлено і пораджено заходи з удосконалення системи управління готельним комплексом. Закцентовано увага на відомих програмних ІТ-продуктах вітчизняних і зарубіжних спеціалістів, що суттєво підвищують ефективність роботи готельних господарств.

Ключові слова: готель, інформаційні технології, ІТ-продукт, програмне забезпечення, туризм, бронювання, гостинність.

The article deals with the issue of modern information technologies in the hotel business. The place and role of computer reservation systems on the international and domestic market using the Internet, as one of the most important types of communication and information transfer between users in Ukraine and abroad, is defined. Factors affecting the level of development and introduction of information technologies in hotels are analyzed. After all, at the current stage there is a rapid development of the latest technologies in the field of hotel business. This is due to the fact that with their correct use, you can get the maximum effect for the hotel enterprise. InterHotel, LodginTouch Libitsa – (Libra International), IntellectService (BeCT Pro), UCSUKR, Galaxy, CITEK are considered the most widespread software for IT hotel automation. It has been established that automated systems are aimed at increasing labor productivity, raising the level of knowledge of senior management employees. After all, with their help, reservation management, customer registration, room allocation, inventory accounting and food supply control are carried out. The expediency of automating the process of communication between visitors and staff using mobile messaging applications is highlighted separately. Measures to improve the management system of the hotel complex were identified and proposed. It was determined that the priority direction of innovations in this area is the use of interactive technologies, which are touch tables or panels with an electronic menu. It has been established that the introduction of information technologies will contribute to ensuring the functioning of the entire production process and its elements, will allow to improve the economic indicators of activity, through the coordination of all departments, which will affect the competitiveness of the hotel both on the domestic and foreign markets, will increase the quality of guest service and will contribute to the satisfaction of their needs with taking into account the specific requests of individual groups of consumers.

Key words: hotel, information technology, IT product, software, tourism, reservation, hospitality.

Постановка проблеми. Суспільний розвиток, що супроводжується невідпинним науково-технічним прогресом, проявляється у багатьох чинниках, які впливають і на впровадження сучасних інформаційних технологій в готельному бізнесі. Тому, визначення місця і ролі сучасних інформаційних технологій в діяльності підприємств туристичної індустрії, зокрема в готельних підприємствах є надзвичайно важливим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні і теоретичні принципи впровадження інформаційних технологій в туристичній сфері, зокрема в готельному господарстві, а також сутність їх поняття ще перебувають у стадії становлення.

Дослідження в області застосування сучасних інформаційних систем в готельному бізнесі проведено в наукових працях таких дослідників: Арте-

менко О. І. [1], Зубарева М. А. [3], Козловський Є. В. [4], Мальська М.П., В. Кизима, Жук І. З. [6], Мельниченко С. В. [7], Халілова Ю, Чуваєва Ю., Сорокіна Н. [9], Підгірна В., Данілова О., Ємчук Т. [11], Кітченко О., Ібрагімов Т. [13] та інших.

Формулювання цілей статті. Досягнення зазначеної мети передбачає вирішення таких завдань, як: дослідження теоретичних аспектів сутності бронювання; охарактеризування найбільш популярних комп'ютерних систем бронювання в готельному господарстві; визначення основних тенденцій на ринку технологій та інновацій з готельному бізнесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтернет як один з видів інформаційних технологій забезпечує можливість спілкування і передання інформації між користувачами (комп'ютерами) по всьому світу. З 1993 р. розпочинається активне

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4246-5522>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6188-803X>

³ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0025-7688>

комерційне використання Інтернету: для прямого маркетингу, електронної торгівлі, як рекламного каналу. У середині 90-х років Інтернет перетворюється на глобальний інформаційний простір. За останні десять років відбулося значне зростання кількості користувачів мережі Інтернет (у 30 разів) [7].

Можливостей для підвищення продажів тут безліч: по-перше, можна реалізувати систему бронювання та зробити сайт готелю прямим каналом продажів для тих, хто самостійно готує свої поїздки; по-друге, навіть з тих мандрівників, які воліє звертатися в турагентства, більшість шукає в мережі інформацію про запропоновані їм готелі. За статистикою 50% туристів не будуть бронювати готель, у якого немає сайту або відгуків на авторитетних ресурсах; по-третє, через якісне веб-представництво на готель можуть вийти не лише поодинокі туристи, а й агентства, посередники, які стануть постійним постачальником клієнтів [3].

Бронювання за різними визначеннями представляє: резервування частини ресурсів, засобів для їх наступного використання в спеціальних цілях. Крупними комп'ютерними системами резервування (бронювання) на міжнародному ринку туризму є системи Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Разом ці системи нараховують приблизно 500 тисяч терміналів, які встановлені в туристичних агентствах усього світі [8].

Деякі науковці дають визначення даного поняття з чіткою спеціалізацією, а саме бронювання готельних послуг на договірних умовах – вид довготривалого співробітництва і партнерських відносин засобами розміщення з туроператорами, турагентами, корпоративними клієнтами на основі укладання взаємовигідних договорів, пов'язаний з такими поняттями, як "продаж по запити" і "вільний продаж" [1].

Україна поступово збільшує різноманітність готельних закладів в яких можуть зупинитись як вітчизняні так і іноземні туристи. Аналізуючи розміщення готельних підприємств, встановлено, що найбільше готельних підприємств розташовано в курортних зонах, районах з багатою історичною спадщиною та розвиненим туризмом. За кількістю готелів можна виділити групи регіонів-лідерів за кількістю відвідувачів якими є: Львів, Одеса, Херсон, Івано-Франківськ, Закарпаття, Київ. На противагу можна навести регіони аутсайди за відвідуваністю туристів це: Тернопільська, Донецька, Рівненська, Сумська, Чернігівська, Кіровоградська та Луганська області.

Класифікація готелю вказує на якість і рівень обслуговування, що надається готелем, і коливається за кількістю присвоєних «зірок» від 1 до 5. Лідерами бронювання готелів є Booking і TripAdvisor, які збирають відгуки про найцікавіші місця, готелі та туристичні об'єкти по всьому

світу. Рейтинг Tripadvisor формується напівавтоматично: він базується на оцінках, якими мандрівники діляться враженнями від готелю після поїздки. Вони конкретно оцінюють співвідношення ціни та якості, розташування готелю, комфортність номерів, чистоту та рівень обслуговування. Covid-19 безпосередньо вплинув на українську індустрію гостинності, але готельний комплекс зміг зберегти свої позиції завдяки інноваціям, співпраці та швидкої адаптації.

Споживання відео в Інтернеті стрімко зростає. Тому не дивно, що 92% маркетологів кажуть, що відео є важливим маркетинговим інструментом у їхній маркетинговій стратегії. Facebook Live, Youtube, Instagram, Snapchat та інші платформи соціальних мереж є одними з найкращих інструментів для відеореклами готелів або подорожей. Краєвиди та красиві місця навколо курорту чи готелю легко привертають увагу глядачів, особливо якщо вони представлені у захопливому відео.

Станом на 2021 рік впровадження автоматизованих інформаційних технологій (АІТ) управління є необхідним і стало реальністю в більшості готелів України (75%) і надзвичайно важливо для успішного розвитку бізнесу. В усьому світі та в Україні використання сучасних АІТ стає засобом конкуренції готелів. Так, на сьогодні найвідомішими компаніями, які надають комплексне програмне забезпечення для автоматизації ІТ-готелів, є: «ІнтерГотель», «ЛоджінТуч Лібіца» – (Libra International), «ІнтелектСервіс» (ВеС Pro), «UCSUKR», «Galaxy», «СІТЕК». Ці компанії пропонують свої програмні продукти та послуги [8].

Чат-боти є відносно новою технологією, але швидко стали ключовим компонентом стратегій цифрового взаємодії багатьох компаній. Очікується, що використання чат-ботів буде зростати на 30% на рік. Чат-боти особливо корисні для індустрії гостинності, оскільки вони дозволяють швидко відповідати на запити клієнтів, незалежно від того, чи є у вас персонал, який відповідає на ці запитання. Чат-боти також можуть допомогти потенційним клієнтам на етапі бронювання, пропонуючи стимули для завершення бронювання, а також підтримку з питань, які виникають під час процесу бронювання.

Наприклад, бот Telegram Hotelhunt допомагає відстежувати зміни цін на номери в готелях. У перспективі бот-програми допомагатимуть автоматично вибирати варіанти готелів на основі уподобань користувачів і перевіряти наявність місць, коли вони відсутні. Соціальні мережі – це ефективний спосіб просування мережі готелів. Однак переважна більшість готелів сьогодні не користується цією можливістю. Згідно з дослідженням TravelClick, одного з провідних постачальників послуг електронної комерції готелів, лише 20% готельних закладів користуються Instagram, 10% – Groupon та іншими сервісами колективних знижок і лише

8% – GeoService FourSquare. Найпопулярнішою мережею серед готельєрів є Facebook, якою користуються близько 65% користувачів. Окремо варто відзначити такий інструмент для просування готелів, оскільки він працює з відгуками. «Огляди готелів» – дуже популярний запит, а записи про рекламні послуги є одними з найважливіших питань. Це створює сторінки на TripAdvisor та подібних ресурсах, де персонал готелю може попросити кожного гостя залишити відгук. Українські 5-ти – 4-зіркові готелі добре скористалися цією можливістю, але їм потрібно постійно оновлювати цю інформацію та створювати всі відгуки. Використовуючи Foursquare, Swarp, TripAdvisor, Facebook Places, Google Places і Twitter, готелі можуть ділитися спеціальними знижками, пропозиціями та рекомендаціями, включаючи відпустку, заклади харчування або розваги поблизу певних готелів [8].

Довіра споживачів до рекомендацій лідерів думок досягла безпрецедентних цифр: 92% частіше довіряють блогерам, ніж традиційній рекламі. Індустрія гостинності не є винятком, вона також потребує нових маркетингових інновацій. Готель Shellest на околиці Києва користується великою популярністю у киян, і його відвідали понад 10 блогерів, які опублікували пости з описом переваг готелю.

Щоб пережити кризу, готельєри повинні адаптувати свою продукцію до нової реальності. Наприклад, такі глобальні готельні мережі, як Ribas Hotels Group, Radisson і Accor, об'єднують готелі з офісними центрами та коворкінгами. Ribas Hotel Group розглядає таку можливість для українського ринку.

Розвиток комп'ютерних інформаційних систем та телекомунікаційних технологій призвели до формування досить різноманітних ІТ систем, які вже активно використовуються в туризмі і помітна тенденція для їх подальшого поширення серед усіх суб'єктів тур бізнесу [11].

Безумовно, турбота про навколишнє середовище та екологічна безпека тепер є невід'ємною частиною сучасної індустрії гостинності. Екоготель – це не тільки данина сучасній моді, передові технології дозволяють значно знизити витрати ресурсів підприємств. Використання енергозберігаючих технологій, сортування вторинної сировини, використання екологічно чистих миючих засобів, використання екологічно чистих продуктів харчування, використання екологічно чистих будівельних матеріалів, використання відновлюваної енергії, створення позитивного іміджу «екологічно чистого» готелю.

Важливою перевагою екологічної сертифікації Green Key є забезпечення стандартів екологічної освіти, які сприяють підвищенню екологічної свідомості серед гостей, співробітників і постачальників готелів. Щоб отримати екологічну сертифікацію,

готелі повинні відповідати п'ятдесяти обов'язковим стандартам, після чого щорічно проходить прослуховування та навчання на основі стандартів програми. На кінець 2013 року Україна посіла четверте місце за кількістю еко-готелів, маючи 14 екосертифікованих готелів. Станом на 1 січня 2021 року сертифіковано лише 9 українських готелів.

Також, великі готельні компанії з розгалуженими корпоративними мережами використовують єдину систему бронювання, інтегровану в глобальну систему Інтернету. Найвідоміші з них – «Amadeus», «Worldspan», «Galileo», «Sabre», «Fedelio Hotel Bank», «Amadeus» - найпопулярніша система бронювання, що пропонує налагоджену, чітку інформацію. Об'єкти розміщення по всьому світу, включаючи розташування готелю, кошти на 40 номерів, послуги, вартість номерів, інформацію про деякі населені пункти, де розташований готель.

У сучасному готельному господарстві широко використовуються електронні системи управління інформацією та бронюванням. Спеціальна система, призначена для готельних послуг для забезпечення впровадження систем управління та контролю, таких як кількість номерів, використання технічних засобів, облік, охорона тощо. Оскільки технології автоматизації та інформаційної підтримки в індустрії гостинності починають використовувати кваліфіковану робочу силу, серед робочої сили зростає кількість операторів управління інформацією, програмістів і ресепшн. Мобільні пристрої перетворили процес реєстрації в готель в зовсім інший і зручний процес.

Наприклад, у деяких готелях Hyatt лобі-кіоски дозволяють гостям гуляти, збирати ключ-картки та інформацію про реєстрацію. У деяких випадках співробітники iPad підійдуть до гостей, щоб полегшити реєстрацію та відповісти на запитання, усунувши потребу в стійці реєстрації. Послуги на ресепшн традиційно надають готелі вищого рангу, обізнаний персонал, який допоможе гостям.

Цікавим прикладом є додаток Virgin Hotels, персоналізований під іменем Люсі, який допомагає знайти інформацію про місцезнаходження, новини, погоду, інформацію про подорожі та карти, доступні для гостей, і може використовуватися для керування термостатом у вашому номері, замовлення обслуговування номерів та перегляду фільмів. і музика.

Інформаційні системи покликані підвищити ефективність, зменшити кількість помилок при виконанні тієї ж роботи, підвищити комфорт співробітників за рахунок автоматизації процесу отримання та обробки інформації. В останні кілька років сформувалась тенденція до динамічного формування туристичних пакетів у вітчизняних туристичних операторів на базі GDS в режимі реального часу, що значно спрощує розширення асортименту турпродуктів компанії без суттєвих затрат [11].

Сучасний стан комп'ютерної техніки та програмування дозволяє створювати інформаційні системи для автоматизації всього виробництва: від закупівлі товарів і послуг до реалізації готової продукції. Мережа готелів Marriott, один із технологічних лідерів індустрії гостинності, впровадила програму обслуговування номерів HotSOS. Програма сприяє роботі прибиральниць. Щоранку співробітники отримують 41 повідомлення про те, яку кімнату прибрати. За допомогою цієї програми можна відстежувати час, витрачений на прибирання готельного номера, що допоможе організувати ефективний робочий процес. Також легко зв'язатися з прибиральницями, і якщо всі працівники розкидані в різних частинах двадцятитриповерхового готелю, то зробити цю процедуру набагато простіше, ніж її не мати. Дуже приваблива можливість використання різних технічних рішень. Якщо гості мають можливість скористатися тим, що їм навіть не потрібно, у них залишиться приємне враження, яке стане в нагоді в довгостроковій перспективі [8].

Співробітники готелю Ribas спілкувалися з гостями лише через Telegram та WhatsApp під час їхнього перебування та виселення, при цьому спілкування віч-на-віч обмежено. Крім месенджера, мережа Ribas створила чат-бота для робочих процесів у Telegram і є першим ботом в Україні, який використовує штрих-коди в додатку Action під час реєстрації. Такий спосіб реєстрації дозволяє уникнути зв'язку безпосередньо на ресепшені, і знову ж таки, немає необхідності шукати паспорт у валізі.

У готелях Ribas Hotels Group є сканери, які дозволяють адміністраторам зчитувати штрих-коди на документах під час операцій реєстрації. Гостям просто потрібно підтвердити запит на відправку копії цифрового документа в додатку. Цифрова копія документа надсилається в інформаційну систему Servio HMS. Під час передачі даних одержувачу надається цифрова копія електронного документа у форматі PDF (підписана CEP Actions із зазначенням дати, часу та імені одержувача даних), разом з метаданими у форматі JSON та пов'язаною документацією в польових умовах.

Усі ці функції комп'ютерних систем тією чи іншою мірою доступні для турагентств, які можуть або використовувати ізольований режим роботи, або взаємодіяти з контрагентами у застосуванні мережних і телекомунікаційних засобів обробки інформації [13].

Цифрові технології є ключовим фактором успіху та прогресу в кожній сфері діяльності. Із збільшенням популярності Інтернету і безперервним зростанням досвіду користувачів все більше підприємств індустрії гостинності звертаються до вебсайту, як до однієї з ключових точок комунікації з споживачами, а значить – і до Інтернет-реклами. Разом з тим використання каналів

digital-маркетингу з метою просування послуг забезпечує підприємствам індустрії гостинності незаперечні конкурентні переваги. Поява нових інструментів, таких як блог, краудмаркетинг надає можливість підприємствам отримувати більший прибуток і виходити на міжнародні ринки [9].

Висновки з проведеного дослідження. На сьогоднішній день спостерігається чітка тенденція до додавання стандартних цифрових послуг. У цьому контексті для українських готельєрів дуже важливо наздогнати своїх передових західних колег за рівнем обслуговування та використання технологій. Україна впроваджує в свої системи все нові й нові інновації. Це, в свою чергу, призведе до повного завантаження і купи позитивних відгуків про готель. Тому, розвиток інновацій є одним із основних шляхів виходу української економіки з кризи та отримання високих корпоративних прибутків. Інноваційна діяльність готельного господарства підвищить туристичну привабливість країни та збільшить потік туристів в Україну. Важливо постійно та всебічно оцінювати інноваційність українських готелів, оскільки це дозволяє побачити лідерів, їхні шляхи та різні варіанти підвищення привабливості країни та окремих регіонів для туристів за допомогою інноваційних розробок.

Однією з найскладніших проблем даної галузі є впровадження світових та вітчизняних досягнень науково-технічного прогресу, що дає можливість якісно поліпшити та ширше застосувати прогресивні технології і максимально автоматизувати надання послуг готельного бізнесу.

Отже, проведені дослідження щодо визначення місця і ролі сучасних інформаційних систем в діяльності готельних підприємств можуть використовуватись фахівцями при створенні автоматизованих систем управління туристичними підприємствами. Подальші наукові розробки будуть спрямовані на визначення ролі інформаційних технологій в розповсюдженні туристичного продукту; обґрунтуванні комплексної системи заходів щодо формування маркетингової політики туристичних підприємств із застосуванням ІТ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Артеменко О. І., Пасічник В. В., Єгорова В. В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. Національний університет «Львівська політехніка». *Інформаційні системи та мережі*. 2015. Вип. 814. С. 3–22.
2. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. *Ефективна економіка*. 2021. Вип. 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf (дата звернення: 28.04.2022).
3. Зубарева М. А. Інструменти популяризації готелю у соціальних мережах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський націо-

нальний університет імені В. О. Сухомлинського. 2015. Вип. 4. С. 738–742.

4. Козловський Є. В. Особливості використання сучасного програмного забезпечення для автоматизації роботи туристичних підприємств. *Географія та туризм*. 2017. Вип. 38. С. 23–32.

5. Ліпінська К. Діджиталізація роботи закладів ресторанного господарства. *Управління розвитком сфери гостинності* : регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Техно-друк. 2022. С. 69–72.

6. Мальська М. П., В. Кизима, Жук І. З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури. 2017. 336 с.

7. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету*. 2010. Вип. 2(6). С. 129–138.

8. Eurostat. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/> (дата звернення: 17.06.2022).

9. Халілова Ю. А., Чуваєва Ю. А., Сорокіна Н. С. (2019) Сучасні тенденції розвитку ІТ технологій у сфері готельного господарства. Матеріали X -Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 21–22 березня 2019 року. Черкаси : ЧДТУ. Вип. 1. 195 с.

10. Підгірна В. Н., Ємчук Т. В. Перспективи розвитку ринку туристичних послуг України в умовах трансформаційних змін. *Інфраструктура ринку*. Одеса, 2020. 49. С. 46–50. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-9>.

11. Підгірна В. Н., Данілова О. М., Ємчук Т. В. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві (на прикладі готелів міста Чернівці). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Том 31 (70). С. 143–149.

12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 20.06.2022).

13. Кітченко О., Ібрагімов Т. Social media marketing як інструмент просування продуктів підприємства на ринок. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Вип. 3 (14). С. 179–184.

14. Сохацька О. Т. Олексин. Монетизація соціальних медіа у глобальному інформаційному просторі. *Журнал європейської економіки*. 2012. Вип. 11. 1. С. 104–114.

REFERENCES:

1. Artemenko O. I., Pasichnyk V.V., Yehorova V.V. (2015) Informatsiini tekhnolohii v haluzi turizmu. Analiz zastosovan ta rezultativ doslidzhen [Information technologies in the field of tourism]. *Informatsiini systemy ta merezhi*, vol. 814, pp. 3–22.

2. Dzhyndzhyoyan V. V. (2021) Suchasni innovatsiyni tekhnolohiyi v menedzhmenti turizmu ta hostynnosti [Modern innovative technologies in tourism and hospitality management]. *Efektivna ekonomika*, vol. 6. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf (accessed: 28.04.2022).

3. Zubarieva M. A. (2015) Instrumenty populiaryzatsii hoteliu u sotsialnykh merezhakh. [Tools for hotel promotion in social networks]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 4. pp. 738–742.

4. Kozlovskiy Ye. V. (2017) Osoblyvosti vykorystannia suchasnoho prohramnoho zabezpechennia dlia avtomatyzatsii roboty turystychnykh pidpriemstv. [Osoblyvosti vykorystannia suchasnoho prohramnoho zabezpechennia dlia avtomatyzatsiyi roboty turystychnykh pidpriemstv]. *Heohrafiia ta turizm*, vol. 38. pp. 23–32.

5. Lipinska K. (2022) Didzhytylizatsiya roboty zakladiv restorannoho hospodarstva [Digitization of the work of restaurant establishments]. *Proceedings of the Upravlinnya rozvytkom sfery hostynnosti : rehional'nyy aspekt (Chernivtsi, 5 May 2022)*, Chernivtsi: Tekhnodruk, pp. 69–72.

6. Malska M. P., Kyzyma V., Zhuk I. Z. (2017) Upravlinnya sferoyu hotel'noho hospodarstva: teoriya ta praktyka [Hotel management: theory and practice]: pidruchnyk. Kyiv: Tsentru uchbovoyi literatury. 336 p.

7. Melnychenko S. V. (2010) Informatsiini tekhnolohii v turizmi: teoretychni ta praktychni aspekty. [Information technologies in tourism: theoretical and practical aspects]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, vol. 2(6), pp. 129–138.

8. Eurostat. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat> (accessed: 17 June 2022).

9. Khalilova Yu. A., Chuvayeva Yu. A., Corokina N. S. (2019) Suchasni tendentsiyi rozvytku IT tekhnolohiy u sferi hotel'noho hospodarstva [Modern trends in the development of IT technologies in the hotel industry]. *Materialy Kh -Mizhnarodnoyi naukovopraktychnoyi konferentsiyi «Turystychnyy ta hotel'no-restorannyy biznes v Ukraini: problemy rozvytku ta rehulyuvannya»: 21–22 bereznya 2019 roku*. Cherkasy: ChDTU. Vyp. 1. 195 p.

10. Pidhirna V. N., Yemchuk T. V. (2020) Perspektivy rozvytku rynku turystychnykh posluh Ukrayiny v umovakh transformatsiynykh zmin [Prospects for the development of the tourist services market of Ukraine in the conditions of transformational changes]. *Infrastruktura rynku*, vol. 49, pp. 46–50. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-9>.

11. Pidhirna V. N., Danilova O. M., Yemchuk T. V. (2020) Vykorystannia instrumentiv sotsialnykh media v hotelnomu hospodarstvi (na prykladi hoteliv mista Chernivtsi). [The use of social media tools in the hotel industry (on the example of hotels in the city of Chernivtsi)]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika i upravlinnia*, vol. 31 (70), no. 3, pp. 143–149.

12. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 20 June 2022).

13. Kitchenko O., Ibrahimov T. (2019) Social media marketing yak instrument prosuvannya produktiv pidpriemstva na rynek [Social media marketing as a tool for promoting the company's products to the market]. *Ekonomika ta upravlinnya pidpriemstvamy*, vol. 3 (14), pp. 179–184.

14. Sokhatska O. T. Oleksyn. (2012) Monetyzatsiia sotsialnykh media u hlobalnomu informatsiinomu prostori [Monetization of social media in the global information space]. *Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky*, vol. 11. 1, pp. 104–114.