

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Кваліфікаційна робота
магістра
на тему: «**ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ**»

Виконав: здобувач вищої освіти
ОС «магістр» GRS1-M21 групи
спеціальності 241 Готельно-
ресторанна справа
Станіслав МАХУН

Науковий керівник:
доктор наук з державного управління,
кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи
Людмила МАТВЕЙЧУК

Рецензент:
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки
підприємства
Наталя МАЗУР

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ	7
1.1. Сутність, базові поняття та класифікація цифрових комунікацій	7
1.2. Особливості міжособистісних комунікацій готельно-ресторанного підприємства.....	17
1.3. Цифровий комунікаційний менеджмент: ключові засади, мета, завдання, принципи, функції, методи та засоби реалізації.....	27
Висновки до розділу 1	34
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ	37
2.1. Аналіз діяльності готельно-ресторанних комплексів України	37
2.2. Опис провідних цифрових системи та програмного забезпечення для управління комунікаціями підприємства.....	54
Висновки до розділу 2	75
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	77
3.1. Сучасні тенденції та практики оптимізації процесів цифрових комунікацій.....	77
3.2. Методологія дизайн-мислення у пошуку інноваційного рішення	86
3.3. Розробка цифрової системи менеджменту та комунікації між підрозділами готельно-ресторанного підприємства	95
Висновки до розділу 3	104
ВИСНОВКИ	106
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	110

ВСТУП

Актуальність теми. Із розвитком технологій та швидкими темпами збільшення їх доступності вагому частку усіх комунікаційних процесів почали займати цифрові комунікації. ІТ-рішення пришвидшують усі виробничі процеси, сприяють зростанню конкурентоспроможності майже у всіх секторах економіки у світі. Технологічна інтеграція набуває глобального характеру, змінюючи процес ведення бізнесу, формуючи інформаційне суспільство і цифрову економіку. Сьогодні більшість готельно-ресторанних підприємств працюють, використовуючи сучасні технології, програмне забезпечення для управління, системи бронювань, тощо. Однак не усі використовують технологічний потенціал власних цифрових систем на максимум. Часто забувають трансформувати певні зв'язки між підрозділами у цифровий вимір, використовують застаріле програмне забезпечення, яке є складне у використанні і з обмеженими функціями. Це може вплинути на ефективність усіх підрозділів і загальні показники успішності підприємства. Саме тому постає величезна необхідність у періодичному аналізі стану інноваційних технологій готельно-ресторанного підприємства, виявлені проблем у всіх комунікаційних процесах (зокрема цифрових) і пошуку нових рішень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питань пов'язаних з розвитком готельно-ресторанної індустрії, пошуку новітніх рішень та застосування цифрових технологій чимало уваги приділяють у своїх працях такі українські науковці: К.Ковтуненко, А. Гурнеко, О. Гашутіна В. Горсул, Н. Балацька, О. Завадинська, Н. Кирніс, О. Осідач, В. Семко, Р. Кожухівська. Дуже важливим сьогодні є питання цифровізації менеджменту, і тому активно відбувається процес формування окремого виду менеджменту – цифрового. На ранній стадії розвитку основним викликом є недостатня кількість наукових праць та досліджень, які б описували та розкривали концепцію даного явища. Вже зараз формується група науковців-першопроходців, серед яких є й українські дослідники. Зокрема В. Мельник, що багато уваги у свої працях приділив концептуалізації даного явища. Зважаючи на новизну питання

цифрового менеджменту, є чудова можливість доєднатися до процесу формування окремої наукової системи знань, і запропонувати власні ідеї та рішення.

Мета і завдання дослідження. Головною метою дослідження є пошук та пропозиція актуального рішення для налагодження цифрової комунікації готельно-ресторанного комплексу, через висвітлення теоретичної площини цифрової комунікації готельно-ресторанного бізнесу, аналіз діяльності суб'єктів господарювання ринку гостинності України і стану розвитку їх цифрових комунікацій, основних тенденцій.

Для досягнення встановленої мети необхідно комплексно виконати наступні завдання:

- розкрити поняття «комунікація»; «цифрова комунікація», охарактеризувати її та означити види:
- визначити особливості комунікацій у сфері готельно-ресторанних послуг;
- охарактеризувати сутність визначення «цифровий комунікаційний менеджмент»;
- проаналізувати діяльність вітчизняних закладів розміщення та харчування, оцінити результати та розкрити фактори впливу на них;
- здійснити моніторинг цифрових системи та програмного забезпечення для управління комунікаціями підприємства;
- описати сучасний ринок інноваційних рішень щодо оптимізації процесів цифрових комунікацій;
- запропонувати напрями вдосконалення цифрових комунікацій підприємств готельно-ресторанного господарства.

Об'єкт дослідження – процеси розвитку цифрової взаємодії суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Предмет дослідження – цифрові комунікації в індустрії готельно-ресторанних послуг.

Методи дослідження. Для втілення поставленої мети та вирішення завдань, у роботі було використано наступні методи наукового дослідження. Для змістовного розкриття та засвоєння теоретичної частини - аналізування, порівняння, систематизація, а також узагальнення; для визначення: 1) показників, результатів та оцінки успішності діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу – статистичний та порівняльний аналіз; 2) тенденцій та потенційних рішень розвитку індустрії-гостинності – метод узагальнення. Для формування напрямів розвитку цифрових комунікацій і розробки власного програмного забезпечення автоматизації комунікативних процесів використовувались методи соціологічних та маркетингових досліджень, опитувань, а також метод опису.

Інформаційна база дослідження. В процесі виконання даного дослідження опрацьовувалися законодавчі та нормативно-правові акти, що регулюють готельно-ресторанну діяльність, вітчизняні процеси цифровізації в економіці та окремих її галузях; інформаційні матеріали Державної служби статистики України, Національної туристичної організації України, Державного агентства розвитку туризму України; Кабінету міністрів України; звіти, стратегічні плани розвитку, результати досліджень Міністерства цифрової трансформації України. А також було проаналізовано наукові добірки, праці українських та зарубіжних науковців за темою дослідження. Для опису нових програмних забезпечень - офіційні сайти розробників, стартапів.

Практичне значення результату праці розкривається у третьому розділі. У якому: 1) запропоновано, на прикладі досвіду американської готельної мережі W Hotels, шляхи імплементації цифрового маркетингу у діяльності готельно-ресторанного комплексу; 2) визначено найкращі наявні технологічні рішення автоматизації на українському ринку програмного забезпечення; 3) представлено дизайн-проект автора, «Хвиля» - нової системи управління для готелів і ресторанів, що орієнтується на цифровізацію внутрішньої комунікації між персоналом.

Апробація результатів роботи. Результати дослідження висвітлені у авторських наукових публікаціях: 1) тези «Цифровий комунікаційний менеджмент: теоретична площина»: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної заочної конференції «Психолого-педагогічні передумови успішності функціонування особистості в інформаційному суспільстві» Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара (25-26 листопада 2022 року); 2) стаття «Методологія дизайн мислення у пошуку рішення для покращення цифрової комунікації готельно-ресторанного підприємства», яка надіслана на міжнародний конкурс студентських науково-дослідних робіт по економіці на базі науково-дослідницького центру «Прогрес» при Комратському державному університеті (Молдова) *результати будуть оголошені у грудні 2022 р.*

Структура та обсяги роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг – 115 сторінок. У роботі: 16 таблиць, 12 рисунків, список використаних джерел – 77 найменувань.

ВИСНОВКИ

Орієнтуючись на узагальнення теоретичної площини комунікації, цифрової комунікації, цифрового менеджменту; аналізу діяльності суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу країни і стану розвитку їх цифрових комунікацій у всіх проведених дослідженнях, було встановлено та доведено шляхи розвитку і покращення цифрової комунікації, її інструментів і технічних засобів у сфері готельно-ресторанних послуг.

І на основі усіх здійснених активностей, досліджень, можемо дійти до таких висновків: 1) Комунікація – поняття, яке має сотні різноманітних визначень і трактується науковцями по різному, відповідно до специфіки напрямку дослідження чи наукової галузі. Це пояснюється тим, що дане явище присутнє у всіх проявах життєдіяльності суспільства. Комунікація – одна з ключових ланок функціонування усіх процесів людської діяльності, адже налагоджує взаємодію з оточуючими, допомагає надсилати інформацію, обмінюватися повідомленнями, сприяє впливу, спонукає до дії і просуває виробничі процеси.

2) Комунікація приймає різні форми і прояви, а також швидко адаптується під сучасні тенденції розвитку суспільства, і, власне, вона є нерозривно пов'язана з трансформаційними процесами суспільства загалом. Саме сьогодні ми є очевидцями і учасниками стрімкої цифровізації, і як наслідок простежується розвиток нової комунікаційної форми – цифрової. Поняття цифрової комунікації є новим у науковому світі, і досі не дослідженим на належному рівні, залишається без загальноприйнятого визначення. Все ж її можна трактувати як спосіб спілкування, передачі повідомлення шляхом кодування інформації цифровим способом поширенням і відтворенням через цифрові канали спілкування. Швидкий розвиток новітніх технологій та імплементування його розробок у всі сфери економічної діяльності, зокрема у готельно-ресторанну індустрію, викликає необхідність налаштування ефективної цифрової комунікації.

3) Внаслідок розвитку цифрової економіки, комп'ютерних та інноваційних технологій, глобалізаційних процесів, виникає нове явище у системі знань і практик управління підприємством – цифровий менеджмент. Він вирішує завдання управління інформаційно-комунікаційними ресурсами, здійснює та контролює процеси обробки цифрової інформації, повідомлень, впроваджує практики використання цифрових каналів зв'язку у виробничому процесі, допомагає створити цифрову культуру підприємства, розвинути цифрові навички та компетенції серед працівників. Це дуже ефективний інструмент, тому менеджери готельно-ресторанної сфери повинні вивчати та застосовувати його у діяльності власних підприємств.

4) Детальний розгляд діяльності готельно-ресторанного господарства України, аналіз статистичних джерел та порівняння допоміг усвідомити готельно-ресторанну сферу, як найпотужнішу сферу туризму. Адже саме у цьому секторі зайнято найбільше фахівців туристичної галузі. Вона створює майже половину робочих місць. А також тут зафіксовано найбільше число зареєстрованих суб'єктів господарювання. Показники реалізованих послуг вражають, так у 2021 році заклади розміщення та харчування продали продуктів та послуг на 107 млрд. 285,3 млн гривень. А найголовніша їх перевага – гнучкість та швидке пристосування до кризових ситуації, що вдалося відстежити при порівнянні їх діяльності протягом останніх 5 років. З кожним роком, не дивлячись на складнощі, вони реалізують все більше послуг, а підприємці наважуються відкривати нові заклади. Найважливішим для нашого дослідження було питання виділення капітальних інвестицій. Це дало зрозуміти, що протягом 2016-2020 років на техніку та обладнання виділялося щонайменше 14,18% від загального числа інвестицій (2019 рік) – закладами харчування і 19,62% - закладами розміщення. Ми побачили, що готельєри та ресторатори можуть витратити на обладнання до 536 млн гривень і до 19 млн гривень – на програмне забезпечення. Що є досить великими показниками, і актуалізує необхідність появи нових технологічних рішень.

5) Опис інноваційних рішень та програмного забезпечення готельно-ресторанної індустрії показав, що для підприємства важливо користуватися такими інструментами цифровізації управління підприємство: PMS, центральні системи бронювання, управління дистриб'юторськими каналами, POS-системи, автоматичні платежі, інтегрування різних інструментів у одну систему, тощо. Станом на 2022 рік найбільше інноваційних рішень пропонують американські ІТ-компанії та компанії-розробники готельно-ресторанного ПЗ. На прикладі декількох стартапів та успішних проектів (Stayflexi, SevenRooms, Canary Technologies, SiteMinder) ми простежили основні тенденції: об'єднання усіх важливих функцій у одній системі (як одного продукту або максимальної сумісності та інтеграції окремих); орієнтованість на цифровізацію і автоматизацію комунікації з гостем (веб-застосунки, мобільні додатки, що дозволяють самостійно заїжджати і виїжджати з номерів, розраховуватись, і т.д); лаконічний та простий дизайн; автоматизація вивчення гостей. Побачили прогалини у створенні рішень для внутрішньої комунікації персоналу, що є можливістю для нових ініціатив. А також вдалося простежити тенденцію збільшення пропозиції подібних програм від українських розробників.

6) Ще більше цікавих рішень для налагодження цифрової комунікації з гостями допомагає генерувати цифровий-маркетинг. Він передбачає залучення цільової аудиторії через веб-простір (просування бренду через веб-сайти, його SEO-оптимізації для систем пошуку; через соціальні мережі; таргетовану рекламу; створення цифрового контенту, проведення спільних кампаній з лідерами думок). Чи не найголовнішим завдання цифрового маркетингу є нівелювання наяв'язливості у просуванні послуг, а натомість формування довіри, поваги та захоплення серед користувачів.

7) Пошук рішення для покращення цифрової комунікації господарств індустрії гостинності показав, що коли керівники готельно-ресторанного підприємства потребують вдосконалити певні напрямки свого виробничого процесу, вони можуть шукати та імплементувати вже існуючі інструменти. Однак на українському ринку спеціалізованого ПЗ, на жаль, поки немає

великого вибору. У випадках, коли не вдається знайти підходящий аналог, керівникам підприємства не варто боятися спроб ініціювати розробку унікального рішення. Тим паче, в Україні ІТ-сектор розвинутий, і багато компаній постачають доступні послуги на усіх стадіях створення проекту.

8) Вивчення методології дизайн-мислення може допомогти майбутнім менеджерам та керівникам застосовувати його практики, як для визначення наявних проблем на підприємстві, у встановленні причин і при пошуку рішень. А також дасть можливість генерувати ідеї і долучатися до процесів розробки інноваційних продуктів.

Отже, у процесі написання магістерської роботи було опрацьовано дуже великий масив інформації (прочитано чимало наукових статей, публікацій, монографій, інших джерел), проаналізовано статистичні збірники, здійснено низку заходів, які допомогли сформувати комплексну систему уявлень та знань про комунікацію, цифрову комунікацію і готельно-ресторанну індустрію, її розвиток, вплив цифрової комунікації. Сформована база знань допомогла зрозуміти основні напрямки розвитку індустрії гостинності та розробити дизайн-ідею власного продукту готельно-ресторанного програмного забезпечення. Хвиля – це сучасна автоматизована система управління, що пропонує перенести більшість комунікаційних процесів персоналу у цифрову площину через можливість швидко і вільно отримувати доступ до інформації інших підрозділів, бронювати їх послуги, передавати чеки, спілкуватися у зручному вбудованому месенджері, відстежувати виконання завдань. А також зберігає можливість користуватися традиційними інструментами (PMS, Booking Engine, Channel Manager, POS, тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Політологічний енциклопедичний словник. Київ: видавництво МАУП. 1997. 792 с.
2. Сорокін П.О. Загальнодоступний підручник соціології. Москва: видавництво Наука. 1994. 560 с.
3. Леонтьєв А.А. Діяльність. Свідомість. Особистість. Москва: видавництво Політвидав, 1975. 130 с.
4. Урсул. Інформація. Методологічні аспекти. Москва: видавництво Наука. 1971. 293 с.
5. Д. Андерсон. Стратегічні інновації у основі економічної піраміди. 2007. 235 с.
6. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%B2%ED%F4%EE%F0%EC%E0%F6%B3%FF>
7. Гончарук Н.М. Дослідження психологічних аспектів комунікації у прикладних лінгвістичних теоріях. Проблеми сучасної психології. №39, С.90-100.
8. К. Шеннон. Праці з теорії інформації та кібернетики. 1963. 830 с.
9. Н. Вінер. Кібернетика і суспільство. 1954. 196 с.
10. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві, Київ: видавництво НУХТ. 2005. 440 с.
11. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг. Навчальний посібник. Київ: видавництво Центр навчальної літератури. 2012. 384 с.
12. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури. 2003. 348 с.
13. А. Піз. Мова рухів тіла. Київ: видавництво КМ-Букс. 1978. 416 с.
14. Комунікаційні канали, види комунікаційних каналів. Курс лекцій з дисципліни «Соціальні комунікації». URL: <https://studfile.net/preview/5044645/page:3>
15. Баєва Л.В. Віртуальна комунікація: класифікація і специфіка. URL: <https://www.phisci.info/jour/article/view/612/565>

- 16.Шик З. Комунікація і PR організації. Харків: видавництво Гуманітраний центр. 2021. 264 с.
- 17.Дафт Р.Л. Менеджмент. Санкт-Петербург. 2010. 704 с.
- 18.Стадник В.В. Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. Київ: видавництво Академвидав. 2006. 464 с.
- 19.Дяченко Т.О. Організаційна культура: теорія і практика: монографія. Київ: Логос. 2012. 323 с.
- 20.Варенко В.М. Інформаційно-аналітична діяльність. Навчальний посібник, Київ: університет «Україна». 2013. 416 с.
- 21.Pavel K. What is the Difference Between Daily Kanban Meeting and Scrum Stand Up. UPL: <https://medium.com/hygger-io/how-to-boost-the-efficiency-of-your-agile-daily-meeting-198d523b4b96>
- 22.Шорубора І.М. Менеджмент вищої освіти. Хмельницький: ХГПА. 2015. 256 с.
- 23.Лисов О. Е. Менеджмент. Навчальний посібник. 2004. 147 с.
- 24.Мельник В. Концептуалізація цифрового менеджменту як реалізація і вираження креативності освіти та особистості. UPL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/26533/Melnyk%20Viktoriiia.pdf?sequence=1>
- 25.Воронкова В. Г. Формування smart-суспільства як фактор сталого розвитку та його вплив на становлення нової освітянської парадигми. Київ: Гілея. 2017. С.24-30.
- 26.Гуренко А.В., Гашутіна О.Е. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. Економіка і суспільство. 2018. N 19. С.739-745.
- 27.Бут-Гусаїм О.Г., Ковтуненко К.В. Цифровий менеджмент: проблеми та перспективи розвитку. Харків: Бізнес Інформ. 2020. UPL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifroviy-menedzhment-problemi-ta-perspektivi-rozvitku/viewer>

28.Пиріг С.О. Цифровий менеджмент: метод, вказівки до лабораторних занять. Луцьк: ЛНТУ. 2022. 52 с.

29.Тупкало В.М. Цифрова економіка: зміна парадигми менеджменту підприємств. UPL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/50242/1/EV-2021-19_p177-181.pdf

30.Шпак Н. О. Комунікаційний менеджмент: сутність та розвиток. UPL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2010/10.pdf

31.Програма стимулювання економіки для подолання наслідків COVID-19 UPL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/18%20-%20Department/Prezentacii/Programa%20Ekonomichne%20stymylyuvannia/analitichni-materiali-do-programi-stimulyuvannya-1.pdf>

32.Бойко М.Г., Гопалко Л.М. Організація готельного господарства: підручник. Київ: КНТЕУ. 2006. 448 с.

33.Сервіс визначення видів економічної діяльності КВЕД-2010. UPL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/56/KVED10_56_30.html

34.Національна система туристичної статистики. UPL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html

35.Туристичний барометр України. Київ: НТОУ. 2020. 206 с. UPL: <https://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-barometer-2020.pdf>

36.Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. UPL: <https://www.ukrstat.gov.ua>

37.Цифрова грамотність населення України: звіт опитування. Київ: Міністерство цифрової трансформації. 2021. 134 с.

38.Тестування Цифрограм. UPL: <https://osvita.diia.gov.ua/digigram>

39.Рябенюк М.О., Троян В.В., Молдавець Т.М. Застосування новітніх інформаційних систем управління готелем. Прага: Education and Science. 2014. С.94-101.

40.Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ: Знання. 2008. 664 с.

- 41.Скопєць М.М. Інформаційні системи і технології маркетингу в туризмі. Київ: Каравела. 2010. 336 с.
- 42.Мельниченко С.В. Автоматизовані системи бронювання у туризмі. Сімферополь: Культура народів Причорномор'я. 2008. N 110. С.96-100.
- 43.Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. Київ: КНТЕУ. 2012. 608 с.
- 44.Сазонець О.М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньо-економічною діяльністю. Київ: Центр наук. літератури. 2014. 256 с.
- 45.Офіційний сайт Hotels 24. UPL: <https://hotels24.ua/uk/about>
- 46.Офіційний сайт Booking. UPL: <https://www.booking.com/index.uk.html>
- 47.LodgingTouch Property Management System. UPL: <https://www.hospitalityleaderonline.com/doc/lodgingtouch-property-management-system-0001>
- 48.Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Чернівці: ЧТЕІ КЕНТУ. 2003. 662 с.
49. Офіційний сайт Y Combinator. UPL: <https://www.ycombinator.com/about>
- 50.Офіційний сайт операційної системи «Stayflexi» для підприємств готельно-ресторанної індустрії. UPL: <https://business.stayflexi.com>
- 51.Steve Carran. Stayflexi to Debut Revolutionary Magic Link Technology UPL: <https://www.hospitalitynet.org/news/4111288.htm>
- 52.Paul Stevens. Stayflexi raises \$1.6m in seed round funding. UPL: <https://shorttermrentalz.com/news/stayflexi-seed-round>
- 53.Офіційний сайт SiteMinder. UPL: <https://www.siteminder.com/hotel-commerce>.
- 54.HotelTechReport. Top Hotel Management Software in 2022. UPL: <https://hoteltechreport.com/news/best-hotel-software>
- 55.Офіційний сайт Canary Technologies. UPL: <https://www.canarytechnologies.com/customers>
- 56.Jair Hilburn. America's Best Startup Employers. UPL: <https://www.forbes.com/lists/americas-best-startup-employers/?sh=296c0fdd2ad7>

57.Overview. Hospitality CRM, Data & Guest Profiles. UPL: <https://sevenrooms.com/en/platform/crm-data-guest-profiles>

58.Sean O'Neill. SevenRooms Raises \$50 Million for Hospitality Tech. UPL: <https://skift.com/2020/06/26/sevenrooms-raises-50-million-for-hospitality-tech-travel-startup-funding-this-week>

59.Офіційний сайт EasyMS. UPL: <https://easyms.ua/ua>.

60.Презентація послуг передачі цифрових копій документів для готелів. UPL: <https://diia.gov.ua/news/mandrujte-ukrayinoyu-z-pasportom-u-smartfoni>

61.Закон "Про внесення змін до Закону України "Про Єдиний державний демографічний реєстр та документи, що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус. UPL: <https://www.rada.gov.ua/news/Povidomlennya/205866.html>

62.Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Маркетинг туристичного бізнесу: Навчальний посібник. Київ: видавництво Кондор. 2012. 336 с.

63.Скибінський С. В., Іванова Л.О., Моругн О.Ф. Маркетинг готельних послуг. Львів: ЛТЕУ. 2000. 246 с.

64.Бабченко Л.В., Москаленко В.А., Марченко А.О. Сучасні тенденції застосування інструментів digital-marketing у діяльності підприємства. Миколаїв: Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2019. N 4. С. 229–233.

65.Писаренко Н.Л. Діджитал маркетинг: Навчально-методичний комплекс дисципліни. Київ: КПІ. 2020. 100 с.

66.Стамат В.М. Маркетинг готельно-ресторанного господарства: конспект лекцій. Миколаїв: НУХТ. 2021. 161 с.

67.Офіційний веб-сайт Marriot International. UPL: <https://www.marriott.com/marriott/aboutmarriott.mi>.

68.Офіційна веб-платформа W Hotels. UPL: <https://w-hotels.marriott.com>

69.Зубарева М.А. Головні тренди готельного бізнесу на digital-ринку. UPL: <http://ea21journal.world/wp-content/uploads/2022/04/ea-V153-09.pdf>

70.Офіційний сайт W The Store. UPL: <https://europe.whelsthestore.com/en/the-w-hotels-bed>

71.Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати. Київ: видавництво ArtHuss. 2022. 256 с.

72. Браун Т. Design Thinking. UPL:
<https://readings.design/PDF/Tim%20Brown,%20Design%20Thinking.pdf>

73.Phillimore В. Design Thinking: putting people first. UPL:
<https://uxdesign.cc/design-thinking-putting-people-first-8e5c6e61b692>

74.Бернет Б. Дизайн-мислення. Спроектуй своє життя. Київ: Наш формат. 2018. 224 с.

75. Gibbons S. Design Thinking 101. Nielsen Norman Group. 2016. UPL:
<https://www.nngroup.com/articles/design-thinking>

76.Stevens E. What Is Design Thinking? A Comprehensive Beginner's Guide. Career Foundry. 2021. UPL: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-design-thinking-everything-you-need-to-know-to-get-started>

77.Браун Т. Дизайн-мислення в бізнесі: від розробки нових продуктів до проектування бізнес-моделей. 2018. 256 с.