

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

IMPLEMENTATION OF MODERN TECHNOLOGIES IN DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS

У статті досліджено тенденції розвитку готельного бізнесу. Визначено, що розвиток інформаційних технологій та зростання конкуренції на ринку готельних послуг зумовлюють необхідність активного використання інновацій у діяльності сучасних готелів. Пріоритетними напрямками розвитку індустрії гостинності є: інфраструктурні, технологічні, інтелектуальні, матеріально-технічні, організаційно-управлінські інновації. Все більше готельних підприємств приділяють увагу розширенню своїх послуг та можливостей. Адаптація технологічних інновацій до специфіки готельних послуг є джерелом можливостей і викликів, як для менеджерів і співробітників готелю, так і для самих клієнтів. Досліджено сучасні реалії інновацій у готельній індустрії. За результатами дослідження сформовано пропозиції щодо використання сучасних технологій у діяльності підприємств індустрії гостинності. Отримані результати можуть бути використані в практичній діяльності готельних підприємств при модернізації та вдосконаленні процесу обслуговування.

Ключові слова: індустрія гостинності, інновації, технології, послуги, відвідувачі, розміщення.

The development of market relations in the hospitality industry causes the emergence of new challenges that improve management and strengthen the competitiveness of hotel enterprises. The hospitality industry is a joint activity of various spheres designed to meet the various needs of tourists. This article discusses trends in development of technologies at hospitality business. Continuous improvement of the quality of service, the use of modern technologies gives an advantage to the management of enterprises located in the market position. The development of information technologies and growing competition in the market of hotel services make it necessary to actively use innovations in the activities of modern hotels. Currently, innovation is considered one of the most important competitive advantages in the hospitality industry. At the same time, the range of application of innovations in the hotel enterprise activity is quite multifaceted. The priority areas for the development of the hospitality industry are: infrastructure, technological, intellectual, material and technical, organizational and managerial innovations. An increasing number of hotel companies are paying attention to expanding their services and capabilities. Adaptation of technological innovation to the specifics of hotel services is a source of opportunities and challenges both for hotel managers and employees as well as for customers themselves. The purpose of the research is to offer recommendations for optimizing the use of modern technologies in the activities of a hotel enterprise. The main methods used in the article are the method of system analysis and forecasting. The characteristic features of the development of the hospitality industry in modern conditions are: variable trends occurring in the service market; fierce competition between economic entities and increase the level of consumer requirements for services received. The article deals with the current realities of innovation in the hotel industry. The result of this research is concrete proposals for the use of modern technologies in the activities of enterprises in the hospitality industry. The obtained results can be used in the practical activity of hotel enterprises in the modernization and improvement of the service process.

Key words: hospitality industry, hotel business, innovations, technologies, services, visitors, accommodation.

УДК 640.43:338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure68-28>

Сушко Н.В.

к.і.н., проректор
з навчально-організаційної роботи
Східноєвропейський університет
імені Рауфа Аблязова

Sushko Natalia

Rauf Ablyazov University East European

Постановка проблеми. У сучасному світі існує багато галузей, які стимулюють і розвивають економіку. Однією з галузей, яка займає провідне місце у економічному зростанні є сфера послуг, що забезпечує споживачів нематеріальною роботою та послугами, які звичайна людина не змогла б виконати самостійно. Складовою сфери послуг є індустрія гостинності, яка охоплює низку напрямів задоволення потреб туристів та подорожуючих.

Усі галузі індустрії гостинності орієнтовані виключно на клієнта. Забезпечення якісного обслуговування клієнтів і отримання незабутніх вражень означає, що клієнти, ймовірно, повернуться й отримають ці враження знову, що призводить до стимулювання ринку відпочинку. Ураховуючи технічний прогрес та зростаючі потреби клієнтів, готелям необхідно динамічно розвиватись для максимального задоволення запитів відвідувачів. Потреби та очікування гостей змінилися, і готелі

повинні адаптуватися до всіх мінливих вимог гостей і створювати незабутні враження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Незважаючи на значний інтерес до етапів розвитку індустрії гостинності, на сьогодні залишаються не вирішеними питання максимального задоволення потреб громадян у високоякісних готельних послугах. Питання гостинності постійно перебувають у полі зору дослідників, а відтак існує безліч підходів та поглядів до дослідження даної галузі. Так, В. Федорченко вважає, що важливими ресурсами, які є основою індустрії гостинності, є людські ресурси (кваліфікований персонал) [1]. Економічні аспекти розвитку даної індустрії досліджували – Г. Круль [2], Т. Тлейбердінова [3], Д. Уссенова [3], О. Юрченко [4] та ін. Серед зарубіжних дослідників існує загальна думка, що індустрія гостинності є спільною діяльністю сфери послуг, спрямованою на задоволення потреб відпочиваючих.

Отже, термін «гостинність» у повсякденному розумінні визначається як симпатія до гостя, але економічний зміст цього визначення має більш складний характер, у зв'язку з цим у фахівців є деякі відмінності в розумінні змісту індустрії гостинності. Сфера гостинності має глибокі коріння та походить від латинського слова «*hospes*», що означає «господар» (той, хто надає житло чи розваги для гостя чи відвідувача) [5]. Стародавні греки використовували слово «*xenia*» для визначення священного правила гостинності: щедрість і ввічливість, які виявляють до тих, хто знаходиться далеко від дому або до друзів і дозволяють почувати себе бажаним.

Індустрія гостинності поєднує в собі туризм, готельно-ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок та розваги, організацію конференцій та зустрічей, вважає Дж. Волкер [6]. Згідно з глосарієм М. Вебстера, «індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з такого роду послуг, які базуються на принципах гостинності, що характеризуються щедрістю та доброзичливістю до гостей» [7]. Відтак, у наукових колах заходу прийнято вважати, що індустрія гостинності – це спільна діяльність різних сфер, призначена для задоволення різних потреб туристів.

Вітчизняні дослідники, вважають, що індустрія гостинності – організаційно значуща, більш складна сфера діяльності, яка зосереджена на задоволенні попиту не лише туристів у вузькому розумінні, які подорожують, а також клієнтів, що проживають у місцевих підприємствах готельного типу [8].

Отже, індустрія гостинності стосується різноманітних видів діяльності та послуг, пов'язаних із відпочинком і задоволенням клієнтів. Визначальним аспектом індустрії гостинності також є той факт, що вона зосереджується на ідеях розкоші, задоволення, насолоди та досвіду, на відміну від обслуговування найнеобхідніших речей. Проте, в умовах трансформації всіх сфер суспільства виникає питання прогресивного розвитку індустрії відповідно до вимог клієнтів.

Постановка завдання. Метою статті є визначення основних пріоритетів розвитку індустрії гостинності з використання сучасного інструментарію проектування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на те, що первісна концепція гостинності майже не змінилася з моменту її виникнення – задоволення основних потреб мандрівників, таких як забезпечення їжею та розміщенням, вона й наразі залишається актуальною. Дана сфера постійно розширюється завдяки тому, що сама концепція гостинності застосовується до всіх галузей які мають справу з обслуговуванням клієнтів та їхнім задоволенням.

Індустрія гостинності, як сфера задоволення потреб клієнтів, охоплює: сектор розміщення,

харчування, туризму та розваг. Так, сектор розміщення займається наданням клієнтам місця для проживання на тимчасовій основі. Найчастіше це пов'язано зі сферою туризму, де люди бронюють відпустку чи подорожі та потребують житла, проте, сектор розміщення також обслуговує місцевих жителів, які шукають тимчасове житло з будь-якою метою.

Сфера харчування, у свою чергу, забезпечує предметами першої необхідності, адже вона пропонує людям спосіб проведення дозвілля, а також можливість спілкуватися та насолоджуватися враженнями. Варто зазначити, що заклади харчування, як складова сфери гостинності, обслуговують чимале коло клієнтів, включаючи туристів, місцевих жителів, іноземців і перехожих.

Не зважаючи на свою давню історію, індустрія гостинності стрімко почала розвиватись протягом останнього десятиліття. Проте, через пандемію COVID-19, вона, як і всі галузі, зазнала певних втрат. Так, через закриті кордони та ковідні обмеження у 2020 р. кількість туристів у світі скоротилась на 73%, 2021 р. – 71%, у порівнянні із показниками 2018 р.

Експертами UNWTO 2020 р. визнано найгіршим роком в історії туризму та індустрії гостинності, адже було отримано на 1 мільярд менше міжнародних туристів, а втрати становили 1,1 трильйона доларів США [5]. Поряд із втратою клієнтів, індустрія переживає вплив скорочення працівників. Адже, під час закриття на карантин, значна частина готелів скоротили своїх працівників, які наразі не бажають повертатись, або вимагають значно вищої оплати праці. Відтак, готелі змушені переглядати й набір послуг, що пропонуються. Зокрема, скорочення послуг з прибирання, дещо зменшили тиск на працівників, мобільні програми та чат-боти, дозволяють гостям самостійно обслуговувати більше послуг, тим самим сприяють зменшенню потреби у певному персоналі.

Вагоме значення у індустрії гостинності відводиться бізнесу. Так, поряд із звичайними відпочивальниками, доходи від ділових поїздок займають значну частину прибутку готелів. Проте, їхня кількість, останнім часом значно скоротилась та зменшилась на 59 мільярдів доларів порівняно з рівнями до пандемії 2019 року [9]. Відтак постає питання розробки нових, креативних пропозицій, що зацікавлять відвідувачів. Зокрема, актуальним є поєднання бізнесу із задоволенням створюючи пакети, які заохочують ділових мандрівників довше залишатися в готелі.

В індустрії гостинності існують різні рівні обслуговування за результатами різних систем рейтингу. Ці системи допомагають вплинути на рішення споживача щодо того, куди піти чи які послуги гостинності отримати. Готелі та ресторани оцінюються за системою *_AAA Diamond Rating*, (п'ятизірковою

шкалою якості). Рейтинг із п'ятьма зірками означає, що готель має найвищу якість і відповідає певним критеріям чистоти, якості та комфорту. Певні послуги також повинні пропонуватися в готелі, включаючи спа, фітнес-зали та бізнес-центри. Проте, наразі, поряд із чистотою, якістю, та певними інструментами послуг постає питання швидкого впровадження новітніх технологій.

Тенденції в індустрії гостинності завжди змінювалися, оскільки вимоги клієнтів постійно змінюються. Найзначніші тенденції готельного ринку – це використання технологій зв'язку ближнього поля (NFC), інфрачервоних технологій і роботів [10].

Готелі використовують технології, які змінюють досвід клієнтів. Деякі технології ведуть до значних покращень і економії на ринку гостинності. NFC дає користувачам можливість обмінюватися даними між пристроями, роблячи мобільні платежі миттєвим, а процес безпечним.

Інфрачервоні датчики використовуються в готелях для розгляду скарг клієнтів, пов'язаних із перебоями в прибиранні. Готелі також використовують роботів для доставки зручностей у номери та для багатьох інших функціональних цілей.

Оператори готелів інвестують у системи та технології, які можуть автоматизувати процеси та персоналізувати доступ для гостей.

Проте, зростаюча залежність гостинності від сучасних технологій має, як позитивні, так і певні негативні наслідки пов'язані із значним ризиком. Застосування різноманітних додатків, автоматично стикається зі зловмисним програмним забезпеченням, фішингом та іншим кіберзлочинами. Так, за даними міжнародної статистики, у другому кварталі 2021 року спроби онлайн-шахрайства в гостинній індустрії зросли на 156% порівняно з аналогічним періодом 2020 року, а за 2019–2021 року було зафіксовано 13 серйозних кіберзломів сайтів готелів. Відтак, застосування сучасних технологій, поряд із задоволенням подорожуючих, вимагає й додаткових витрат на забезпечення власної кібербезпеки.

Останні кілька років через зростання глобального використання Інтернету та технологій, клієнти стають все більше і більше вимогливими до зручностей і послуг готелю. Для досягнення «вау-ефекту» готелі вигадують нові способи обслуговування своїх гостей впроваджуючи різноманітні інновації.

Технологічні інновації все ширше використовуються в готельному господарстві. Інвестиції в інформаційні технології збільшують продуктивність готелів, дозволяють зменшити витрати. Відтак, готелі підвищують ефективність роботи та можуть запропонувати гостям більш індивідуальний, більш персоналізований досвід шляхом передбачення або запам'ятовування потреб клієнта.

З метою залучення нових клієнтів та утримання старих, готелі мають створювати різноманітні заохочувальні інструменти. Так, провідні країни світу пропонують своїм клієнтам «гейміфікацію» планування подорожей, використовуючи елементи ігрового дизайну в неігровому контексті – щоб перетворити планування подорожі з рутинної роботи на задоволення. Поєднуючи такі механізми гейміфікації, як виклики, шанси та винагороди, з такими елементами, як бали, квести та обмін, компанії можуть отримати вигоду від людської мотивації. Так, на веб-сайті для планування подорожей, користувачам пропонується розв'язати головоломку про подорожі, де вони досягнуть результатів, потраплять у таблицю лідерів і отримають певні бали (додаткові пропозиції) для своєї наступної поїздки. Поряд із відносною новизною, гейміфікація підвищує передачу даних онлайн-реклами, лояльність клієнтів, впізнаваність бренду, вміст, створений користувачами, онлайн-залучення та дохід.

Сучасні подорожі пов'язані з персоналізованими локалізованими враженнями, і власники готелів можуть впроваджувати послуги на основі місцезнаходження гостя. Відслідковуючи місцезнаходження гостя на своєму смартфоні, готель може пропонувати більш інтуїтивно зрозумілі місцеві рекомендації. Гості матимуть можливість миттєво отримати доступ до місцевої інформації, такої як найближчий продуктовий магазин або найкращий ресторан у місті. Також, персонал може надсилати спеціальні пропозиції на мобільні пристрої гостей, коли вони знаходяться поблизу спа-центру готелю.

Актуальним стає використання системи управління нерухомістю (PMS), як поєднує апаратне та програмне забезпечення та дозволяє готелям автоматизувати адміністративні завдання. Удосконалена технологія PMS допомагає готелям із кількома локаціями краще інтегруватися, а гості можуть використовувати одну програму для взаємодії з кількома готельними брендами, що належать одній корпорації.

Отже, застосування сучасних технологій покращують готельні послуги, за умови що вони:

1) надають більше свободи та можливостей клієнту контролювати технологічні операції в розміщенні: самостійний вибір кімнати, індивідуальне поселення та виселення, доступ до номеру готелю через мобільний додаток;

2) спрямовує індивідуальні пропозиції гостям, забезпечує додатковий комфорт і сприяння, змушує їх почуватися «як вдома далеко від дому»;

3) створюють та підтримують відносини з клієнтами через особисті консультації та рекомендація, що робить перебування в готелі більш цікавим;

4) допомагають та покращують роботу працівників та якість обслуговування, збагачують досвід клієнта;

5) підвищують ефективність готельних послуг.

Водночас запровадження інновацій у діяльність готелів пов'язано з низкою проблем, основними з яких можна назвати:

- страх або небажання керівництва та персоналу використовувати нові технології;
- невміння керівництва та персоналу використовувати технології;
- відсутність контролю за впровадженням та використанням нових технологій;
- неприйняття нововведень у процесі обслуговування персоналом готельного підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, технологія гостинності стосується інновацій, які допомагають бізнесу працювати більш ефективно, покращують умови для персоналу та допомагають персоналізувати перебування в готелі для гостей.

Так, гейміфіковане планування подорожей, тури у віртуальній реальності, безконтактні послуги, чат-боти, Інтернет речей у номері та послуги на основі місцезнаходження – це абсолютно новий світ для гравців у сфері гостинності. Але саме впровадження певних технологій визначає, чи залишатися в грі готель, приймаючи технологічну ефективність, налаштування та гнучкість.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Федорченко В. К. Теоретичні засади кадрового забезпечення сфери туризму в Україні. 2003. URL: <http://www.ecologylife.ru/tyrizm-2003/teoretichni-zasadi-kadrovogozabezpechennya-sferi-turizmu-v-ukrayini.html>.
2. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури. 2011. С. 368.
3. Tleuberdinova T., Ussenova D. Theoretical foundation of formation and development of hospitality industry. *Bulletin of Karaganda State Series of Economy: Seriya Ekonomika*. 2015. № 3 (79).
4. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2014. Вип. 34. С. 292–301. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2014_34_33.
5. Hospitality Industry: All your questions answered. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.com/hospitality-industry>.
6. Walker John R. Introduction to Hospitality (Subscription), 7th Edition. University of South Florida. Publisher: Prentice Hall. 2017.
7. Webster M. English dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/hospitality>.
8. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
9. Report: Hotels Projected To End 2021 Down \$ 59 Billion In Business Travel Revenue. Available at: <https://www.hospitalitynet.org/news/4106460.html>.
10. Hospitality Global Market Report 2022. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/12/29/2358663/0/en/Hospitality-Global-Market-Report-2022.html>.

REFERENCES:

1. Fedorchenko, V. K. (2003). Teoretychni zasady kadrovoho zabezpechennia sfery turyzmu v Ukraini [Theoretical bases of tourism personnel in Ukraine]. Available at: <http://www.ecologylife.ru/tyrizm-2003/teoretichni-zasadi-kadrovogozabezpechennya-sferi-turizmu-v-ukrayini.html> [in Ukrainian].
2. Krul, G. Ya. (2011). *Osnovy hotelnoi spravy: navchalnyi posibnyk* [Basics of hotel business: tutorial]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, p C. 368 [in Ukrainian].
3. Tleuberdinova, T., Ussenova, D. (2015). Theoretical foundation of formation and development of hospitality industry. *Bulletin of Karaganda State Series of Economy: Seriya Ekonomika*, no. 3 (79) [in English].
4. Yurchenko, O. (2014), Innovatsii v hotelnomu biznesi na suchasnomu etapi [Innovations in hotel business at the modern stage]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny*, vol. 34, pp. 292–301. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2014_34_33.
5. Hospitality Industry: All your questions answered. Available at: <https://hospitalityinsights.ehl.com/hospitality-industry> [in English].
6. Walker, John R. (2017). Introduction to Hospitality (Subscription), 7th Edition. University of South Florida. Publisher: Prentice Hall [in English].
7. Webster, M. English dictionary. Available at: <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/hospitality> [in English].
8. Malskaya, M., Pandyak, I. (2012). Hotelnyi biznes: teoriia ta praktyka. Pidruchnyk. 2- vyd. pererob. ta dop. [Hotel business: theory and practice. 2nd ed]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 472 p. [in Ukrainian].
9. Report: Hotels Projected To End 2021 Down \$59 Billion In Business Travel Revenue. Available at: <https://www.hospitalitynet.org/news/4106460.html> [in English].
10. Hospitality Global Market Report 2022. Available at: <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/12/29/2358663/0/en/Hospitality-Global-Market-Report-2022.html> [in English].