УДК 338.48

М. Рутинський
канд. геогр. наук, доц.,
завідувач кафедри туризму і готельної справи,

Д. Штундер
магістрантка

Д. Романчук
магістрантка,
Львівський інститут економіки і туризму

ІННОВАЦІЙНІСТЬ – РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ COVID-КРИЗИ

Інноваційність – запорука успіху у конкурентній боротьбі підприємств готельно-ресторанного бізнесу за клієнта. Запровадження та своєчасне застосування інноваційних стандартів, продуктів і технологій готельного бізнесу дають змогу підвищити ефективність бізнесу, осучаснювати й підвищу-вати якість обслуговування, розширювати спектр надання нових послуг [1, 2].

Світова індустрія гостинності протягом останніх років стратегічно орієнтується на доктрину інноваційності. В інновації вкладають мільярдні інвестиції. Адже завдяки глобалізації економіки і туристично-транспортної логістики подорожей готельно-ресторанний бізнес показує тривкий тренд зростання, незважаючи на кризові спади певних років (за винятком глобальної COVID-кризи 2019–2021 рр.).

Для підприємств готельно-ресторанного бізнесу важливим є надання послуг максимально високої якості та інноваційності. Сьогодні стає щоразу складніше залучити клієнта лише зручними номерами і гарним виглядом із вікон, оскільки такий набір послуг, як безкоштовний вай-фай, супутникове телебачення, спа-салон, фітнес-зал, екохарчування стають звичним чинником під час вибору готелю. Потенційний гість готелю – це людина XXI ст., яка вже не вміє жити без смартфона та інтернет-доступу до спектра смарт-технологій

© Рутинський М., Штундер Д., Романчук Д., 2020

і сервісів, отже, інформаційні технології дають змогу їй, не виходячи з дому, вивчити інформацію про готелі на сайтах, забронювати номер онлайн, а потім замовити залізничний або авіаквиток і вирушити у подорож. І саме інноваційність пропонованого сервісу останнім часом стає ключовим мотивом вибору того чи того готелю або ресторану.

Майбутнє готельно-ресторанного бізнесу України визначатимуть сучасні інноваційні технології, а саме:

COVID-стандарти гостинності: регулярні гігієна та санітарне оброблення; фізичне дистанціювання; вентилювання; скринінг персоналу; модифікація процесів обслуговування клієнтів та ін. [3].

Налаштування безкоштовного вай-фаю. Сучасні туристи вимагають вільного доступу до глобальної мережі через свої гаджети. Це змушує готелі інвестувати у ліпшу і швидшу інфраструктуру вай-фаю та переходити до безоплатного високошвидкісного вай-фай-сервісу.

Цифрові конференц-зали. Якщо готель позиціонує себе як заклад для проведення конференційних заходів, то важливим є запровадження таких інноваційних цифрових стандартів і сервісів:

- VoIP (англ. «Voiceover IP» – голос через IP) – тобто технології передавання медіаданих у реальному часі;
- RTLS (англ. real time location services) – тобто технології визначення розташування в реальному часі;
- IPTV (англ. «internet protocol television») – тобто технології телевізійного інтернет-протоколу;
- супровідні аудіовізуальні засоби (AV – audiovisual) та цифрове обладнання.

Автоматизація збору персональних даних. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу інвестують у технології, завдяки яким фіксують дедалі більше персональних даних. Завдяки цьому, наприклад, під час входу гостя у вестибюль на стійці рецепції може висвічуватися його ім'я і прізвище, або база даних системи обслуговування номерів може містити персоніфіковану інформацію про гастрономічні й алкогольні уподобання постояльця, здійснені ним замовлення під час попередніх візитів тощо.

Крім того, стрімко набирає популярності концепція «кишеньковий консьєрж», що дає змогу операторам вносити і накопичувати

персоніфіковану інформацію про уподобання гостя (місця розваг і активного дозвілля на території готельно-курортного комплексу і т.д.).

Клауд-сервіс («хмарні послуги»). Йдеться про значно тіснішу інтеграцію та у низці випадків зростання великого готельного та ІТ-бізнесу. «Хмарні сервіси» сьогодні з екзотики переходять у формат конкурентно-необхідної переваги та дають змогу підприємствам готельно-ресторанного бізнесу задовольняти свої ІТ-потреби без нарощення та невпинного переоснащення власних ІТ-систем.

Фідбеки у соціальних мережах. Сучасні споживачі орієнтуються на соціальні медіа під час надання переваги тим чи тим послугам. Глобально зростає значущість платформ із відгуками та рейтингами, як-от «TripAdvisor». Отож, щоб залишатися на плаву, підприємства готельно-ресторанного бізнесу України повинні негайно модернізувати свій маркетинг і сервіс-процеси для підтримки позитивних вражень, які залишають про них гості на подібних сайтах, інстаграмі, фейсбуку або твіттері.

Кількість інновацій щороку збільшується. Для того, щоб залишатися у найвищому рейтингу популярності серед клієнтів, українським підприємствам готельно-ресторанного бізнесу слід регулярно моніторити динаміку інноваційних трендів у світі. Радимо також упроваджувати у штатний розпис таких підприємств цільову посаду менеджера з інновацій.

Ключові слова: інновації, готельний бізнес, онлайн-технології.

Список використаних джерел

1. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб. / В. Я. Брич, М. Й. Рутинський, Г. В. Кушнірук, Ю. С. Дорош [та ін.] / за заг. ред. проф. В. Я. Брича. – Тернопіль : Ліра-К, 2019. – 480 с.
2. Шаповалова О. М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О. М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 16. – С. 224–228.
3. World Health Organization. COVID-19 management in hotels and other entities of the accommodation sector: interim guidance. World Health Organization [Electronic resource]. – Access mode: https://apps.who.int/iris/handle/10665/333992 (date of application: 03.11.2020).