

УДК 640.43:338.48

Новосад В.В.

студентка гр. ГРСмз-21

Луцький національний технічний університет

м. Луцьк, Україна

наук. кер. – к.п.н., доцент Зубехіна Т.В.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Інновації – важлива риса сучасної економіки. У сьогоднішню динамічну епоху, що прославляє науково-технічний прогрес, інновації в готельному бізнесі відіграють важливу роль у жорсткій конкурентній боротьбі між готелями за своїх клієнтів. Застосування новітніх технологій у готельному бізнесі дає змогу підвищити ефективність бізнесу, знайти нові резерви для поліпшення якості обслуговування, ефективно захищати номери та майно гостей, надавати нові послуги.

Останніми роками світова індустрія гостинності впевнено завойовує популярність як серед великих і дрібних інвесторів, так і серед підприємців-початківців. Адже однією з найважливіших особливостей готельного бізнесу є те, що він не припинив свого зростання навіть у розпал світової економічної

кризи. Яким би не був економічний клімат, середній клас у всьому світі подорожує під час літніх та різдвяних канікул. Крім того, завдяки глобалізації економіки розвиваються і зміцнюються економічні зв'язки між країнами, галузями та підприємствами. Ці основні тенденції визначають перспективи готельного бізнесу, включно з розвитком наявної готельної індустрії та відкриттям нових сегментів.

Для готельних і ресторанних підприємств важливо забезпечити найвищу якість обслуговування. Готелі – це живі організми, що працюють у цілодобовому режимі, і якість їхньої роботи безпосередньо залежить від того, наскільки організовано надання основних і супутніх послуг. Сьогодні такі послуги, як супутникове телебачення, безплатний Wi-Fi, спа-салони, масаж і басейни, стали звичними та практично обов'язковими, тому привабити клієнтів комфортабельними квартирами з міні-кухнями або гарним краєвидом із вікна стає складно. Потенційні гості готелів – це ті, хто вже не уявляє собі життя без мобільних телефонів та Інтернету, а інформаційні технології дають їм змогу шукати інформацію про готелі на сайтах, бронювати номери в режимі онлайн, замовляти поїзди й авіаквитки та подорожувати, не виходячи з дому [2].

Якщо раніше основними клієнтами готельного бізнесу були туристи, які «диктували» готелю свої умови роботи, то сьогодні основними клієнтами часто є представники великих і дрібних компаній. Це пов'язано з тим, що для ділових людей готель – це і місце проживання, і місце роботи. Дедалі частіше в готелях сьогодні пропонуються приміщення для проведення ділових зустрічей, пресконференцій, супроводу переговорів із клієнтами та партнерами. Для цих цілей будуються лобі-бари і холи для кава-брейків, а також конференц-зали. Водночас «ділові» готелі обирають спеціальні місця з хорошим транспортним сполученням.

Серед інших тенденцій у готельному бізнесі – збільшення кількості гостей, які прагнуть до здорового способу життя. Тому багато готелів роблять ставку на відкриття фітнес-центрів, спа-салонів і навіть басейнів. Крім того, багато готелів відкривають додаткові ресторани з різноманітними стравами (або створюють

додаткові меню). Широко поширене також відкриття ресторанів, що пропонують деякі страви національної кухні. До речі, країнові питання дуже важливі в готельному та ресторанному бізнесі, і сучасні готельєри намагаються враховувати їх під час прийому гостей. Наприклад, залежно від уподобань жителів тієї чи іншої країни вони надають номери з постійним температурним режимом, спеціальні меблі та предмети, які відповідають культурі гостей. Найбільш помітною тенденцією на сучасному ринку гостинності є поява бутик-готелів. Наприклад, номери називаються, а не нумеруються, меблі класифікуються за кольором, а персонал працює виключно на конкретного гостя [1].

Основною проблемою світового готельного та ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, що ускладнює захист прибутку готелів. У цьому випадку єдиним виходом зі скрутного становища є підвищення якості обслуговування та пропозиція спеціальних послуг, проте невеликі готелі часто змушені працювати у збиток, щоб вижити.

Ще одна проблема – непередбачуваність повернення інвестицій. Сучасні тенденції в готельному бізнесі припускають повернення інвестицій через п'ять-шість років, проте в реальності малі готелі можуть виявитися нездатними впоратися з цим завданням протягом цього терміну [2]. Це пов'язано з тим, що ризики не прораховуються належним чином, керівництво не завжди може одразу вгадати правильний напрямок роботи, а клієнти з тих чи інших причин обирають конкурентів.

Вивчення тенденцій у готельному та ресторанному бізнесі показує, що компанії, які зробили інновації своїм життєвим укладом, створюють нові ринки або перебудовують старі ринки, продукти, послуги та бізнес-моделі, що призводить до подальшого швидкого зростання. За останні 30 років готельний і ресторанний бізнес досяг особливих успіхів завдяки впровадженню ефективних систем управління, що використовують інновації.

Таким чином, використання інноваційних технологій у готельній

діяльності підвищує конкурентоспроможність і покращує якість пропонованих послуг. Це позитивно позначається на іміджі підприємства і збільшує потік постійних гостей.

Література:

1. Бондар Н.Г., Плита І.П., Бойко Н.М., Островська Г.Й. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України МГ Чумаченка: „Інновації: соціально-економічні та безпекові стратегії розвитку», 2018. С. 18-19.

2. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*, (52), 2017. С. 39-41.

.

УДК 641