

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Сучасні наукові дослідження з проблем переходу до цифрової економіки є актуальними та практично значущими. Сфера туризму не є винятком у цій тенденції. Внутрішні бізнес-процеси туристичного бізнесу потребують модернізації на тлі глобальних інноваційних метаморфоз, а значить – науково-теоретичного підкріплення.

Ключовим фактором процесу впровадження різних цифрових технологій у сферу туризму є висока швидкість динаміки цього сегменту, а також висока швидкість змін потреб та запитів споживачів. Технології цифрової економіки, які здатні ефективно впроваджуватись у внутрішні процеси готельного бізнесу, можна умовно розділити на три категорії:

1. Технології залучення нових клієнтів;
2. Технології для утримання існуючих клієнтів;
3. Технології підвищення ефективності внутрішніх бізнес-процесів.

Технологією залучення нових клієнтів у готельному бізнесі є впровадження діджитал-маркетингу - особливого виду комунікацій з потенційними клієнтами, що здійснюється за допомогою цифрових технологій. Слід зазначити, що діджитал-маркетинг, незважаючи на свою назву, виходить за межі інтернет-маркетингу та впливає на споживача як онлайн, так і офлайн (наприклад, шляхом використання QR-кодів з посиланнями на послуги готелю).

Серед каналів діджитал-маркетингу, якими можуть користуватися представники готельного бізнесу, можна виділити:

1. Веб сайти;
2. Інтерактивні екрани;
3. Соціальні мережі;
4. Цифрове телебачення;
6. Мобільні додатки;
7. Офлайн-представництва;
8. Ігрові консолі;
9. Термінали самообслуговування;
9. Digital Art та інше.

Деякі інструменти діджитал-маркетингу також застосовуються готельєрами для утримання існуючих клієнтів. Найбільш ефективним інструментом у досягненні цієї мети є email-розсилки, які спрямовані на

інформування та підтримку інтересу до послуг готелю з боку постояльця вже після його виселення. За оцінками фахівців, такий канал зв'язку приносить готелям понад 50% прибутку від усього обсягу продажу послуг.

Найбільш популярною технологією для підвищення ефективності внутрішніх бізнес-процесів готелю є застосування PMS-системи.

PMS-система є особливим видом автоматизованої системи управління, спрямованої на скорочення витрат готелю шляхом скорочення частки «ручної» праці персоналу. На момент появи таких систем їх функціонал був обмежений функціями співробітників стійки реєстрації: PMS-система була орієнтована на виконання таких завдань, як бронювання номерів, розподіл номерів між клієнтами, реєстрація факту заїзду та виїзду постояльців з номерів, а також проведення процесу оплати клієнтом його перебування в готелі. PMS-система замінила собою електронні таблиці, які заповнювалися співробітниками готелю вручну.

Сьогодні PMS-системи значно розширили свій функціонал і зараз є інтегрованими системами операцій, що дозволяють менеджменту готелю автоматизувати абсолютно всі внутрішні бізнес-процеси.

Слід зазначити також тенденцію перенесення всіх використовуваних інноваційних технологій з «десктопних» в «хмарні», оскільки збільшення функціоналу програм тягне за собою збільшення необхідного обсягу серверів, що не завжди дозволяє ефективно використовувати дані технології.

Таким чином, цифрові технології необхідно застосовувати у готельному бізнесі комплексно та грамотно для інтенсифікації вигод від їх використання. З кожним роком цей напрямок цифрової економіки все активніше розвивається та поповнюється новими інструментами та характеристиками, що зумовлює важливість проведення подальших досліджень.