

УДК 640.4

Олійник Н. Ю.¹, Подольский М. М.²

¹ канд. пед. наук, доцент, ХНУ ім. В. Каразіна, м. Харків

² аспірант, ХНУ ім. В. Каразіна, м. Харків

СТРАТЕГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ США

Для США сфера гостинності є однією з ключових галузей економіки, яка забезпечує значну кількість робочих місць та доходів. Останні п'ять років були особливо важливими для розвитку гостинності в США. COVID-19 змінив технологічні і комунікаційні процеси. Багато з цих змін, ймовірно, будуть довготривалими, якщо не назавжди. Наприклад, за даними U.S. Travel Association, обсяги туризму в США зазнали значних змін через пандемію COVID-19 [1]. За прогнозами американських вчених повне відновлення галузі не очікується до 2026 року.

Реагування на ці події та відновлення галузі потребують серйозних інновацій – переосмислення пріоритетів, удосконалення найкращих практик, реінжинірингу систем, метрик та процесів. Тобто мова йде про стратегічні інновації.

В дослідженнях зарубіжних вчених стратегічні інновації розглядаються як впровадження нових ідей, технологій або методів, які спрямовані на довгостроковий розвиток і конкурентоспроможність підприємства чи галузі. Вони включають в себе інноваційні процеси, продукти або послуги, що мають значний вплив на операційну діяльність і можуть змінити ринок. Наприклад, у сфері гостинності стратегічні інновації можуть включати розробку нових готельних концепцій, впровадження екологічних технологій, покращення взаємодії з клієнтами через цифрові платформи або використання штучного інтелекту для оптимізації бізнес-процесів.

Еволюція стратегічних інновацій у США має багате й різноманітне історичне коріння. З початку XX століття США відомі як провідна країна у впровадженні інноваційних підходів у різні сфери життя. Період Великої депресії і Другої світової війни стимулював масивні інвестиції у дослідження та розвиток, що сприяло появі нових технологій, таких як радіолокація, комп'ютери та атомна енергетика. Після війни, особливо в 1950 – 1960-х роках, США стали лідером у космічних дослідженнях, інженерії та біомедицині завдяки програмі «Аполлон». У 1980-1990-х роках США спостерігали вибухове зростання інновацій у сфері інформаційних технологій, що призвело до виникнення Кремнієвої долини як центру глобальних технологічних досягнень. В останні десятиліття інновації в США охоплюють біотехнології, зеленої енергетики та штучний інтелект. Таким чином, еволюція стратегічних інновацій у США базується на постійному прагненні до прогресу та адаптації до нових викликів і можливостей.

Сфера гостинності в США також активно розвивається завдяки ряду стратегічних інновацій, серед яких виділяють: використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект та вирішення проблем, що допомагають покращити обслуговування клієнтів та оптимізувати роботу готелів; впровадження екологічно чистих практик, таких як використання відновлюваних джерел енергії, зменшення витрат води та відходів; впровадження персоналізованих послуг та використання даних для аналізу

потреб клієнтів; створення нових туристичних маршрутів та активізація маркетингових кампаній для привертання туристів [2, 3].

Наведемо декілька прикладів стратегічних інновацій, які використовуються у готельно-ресторанній сфері США.

Технологічні інновації:

- роботи-носії (готель-казино Aria в Лас-Вегасі);
- роботи-офіціанти (готелі «M Social» в Сінгапурі);
- штучний інтелект у обслуговуванні (систему «Connie» для відповіді на запитання гостей та надання рекомендацій – готуль Hilton);
- роботи-розмовники (готелі «M Social»).

Екологічні інновації:

- використання сонячної енергії, системи збереження води та інші екологічні технології (Proximity Hotel в Канзас-Сіті);
- використання енергії вітру, сонячної енергії (The Ritz-Carlton, Dove Mountain в Аризоні).

Персоналізоване обслуговування:

- забезпечення персоналізованих послуг, такі як індивідуальні вечірні напої, особисті вітальні карти та інші (The Ritz-Carlton, New York, Central Park, Four Seasons Hotel New York, The Peninsula Beverly Hills).

Введення нових кулінарних технологій:

- використання технології «м'якого пару» для створення незвичайних смакових вражень (Waldorf Astoria в Нью-Йорку);
- впровадження технологію 3D-друку для створення унікальних декоративних страв (The Ritz-Carlton в Лос-Анджелесі);
- використання мікроварні для створення страв з максимальною концентрацією смаків (The Four Seasons Hotel в Сан-Франциско).

Соціальні ініціативи:

- запровадження програми "Community Footprints", яка спрямована на підтримку місцевих громад та соціальних ініціатив через волонтерство та благодійні пожертви (The Ritz-Carlton в Лос-Анджелесі);

- підтримка екологічної утилізації та використання відновлюваних ресурсів (The 1 Hotel South Beach в Майямі);
- підтримка місцевих художників і організацій, а також проведення заходів, що сприяють зміцненню громади (Hotel Zephyr в Сан-Франциско).

Це тільки декілька прикладів. Підсумовуючи, відмітимо, що Американська готельна індустрія до епідемії була лідером у готельній галузі. І зараз вона використовує багато різних інноваційних технологій для підтримки динамічного розвитку [4]. Американський готельний бізнес дуже відрізняється від європейського. Він гідний більш глибокого вивчення з метою використання результатів дослідження в сьогоdnішньому кризовому середовищі, зокрема, і в нашій країні.

Список використаних джерел

1. Travel Forecast. Офіційний сайт U.S. Travel Association URL : <https://www.ustravel.org/research/travel-forecasts> (дата звернення 03.11.2024 р.).
2. Legrand, W., Chen, J., & Laeis, G. (2022). Sustainability in the Hospitality Industry (4th ed.). Routledge. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/3553121/sustainability-in-the-hospitality-industry-principles-of-sustainable-operations-pdf> (Original work published 2022).
3. Amoako, G.K., Doe, J.K. and Neequaye, E.K. (2023), "Online innovation and repurchase intentions in hotels: the mediating effect of customer experience", International Hospitality Review, Vol. 37 No. 1, pp. 28-47. <https://doi.org/10.1108/IHR-02-2021-0008>.
4. Завідна Л.Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2017. 600 с.