

УДК 004:640.43

Третяк О. Ю.
студентка 4 курсу 15 групи ФРГТБ
Державний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна
Наук. кер – к.е.н., доцент Зікій Н.Л.

ЦИФРОВА ДИСТРИБУЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Цифрові технології швидкими темпами застосовуються у різних сферах бізнесу ХХІ століття. Сьогодні кожен процес у сфері гостинності супроводжується цифровізацією технологій: від використання роботів як в процесі приготування страв, так при обслуговуванні гостей, до створення чат-ботів, що значно пришвидшують процес обслуговування. Доставка їжі, замовлення продуктів, бронювання столиків, віртуальні екскурсії, бронювання номерів через додаток – зараз повсякденна і звична річ для кожного. Крім цього, кожен споживач прагне максимально скоротити час від моменту замовлення до

власного користування послугою. Тому, за останні кілька років цифрова дистрибуція стала однією з найбільш актуальних та важливих елементів для різних сфер, включаючи готельно-ресторанний бізнес. Наразі, це необхідний атрибут поліпшення якості обслуговування споживачів та ефективності роботи підприємств сфери гостинності.

Основною метою цифрової дистрибуції є розширення доступу гостей до інформації про підприємство та пропозиції послуг, а також спрощення процесу бронювання та замовлення послуги. В свою чергу, цифровізація бізнесу дозволяє взаємодіяти з більш широкою аудиторією і відшукати клієнтів навіть в несподіваних місцях; надає можливість донести інформацію про послуги і суб'єкт сфери гостинності до значної кількості споживачів за короткий проміжок часу; дозволяє налагодити діалог з клієнтами; допомагає надавати більш серйозний вплив на клієнтів, що підвищує ймовірність зацікавленості продуктом; забезпечує прозоре відстеження ефективності впливу на діяльність підприємства в цілому [1].

Однією з основних стратегій цифрової дистрибуції є наявність зручного та інформативного веб-сайту або мобільного додатка, де гості можуть отримати необхідну інформацію про готель або ресторан. На таких платформах можна надати детальний опис номерів, послуг, меню, ціни, фотографії та відгуки споживачів. Це допомагає потенційним клієнтам ухвалити рішення про бронювання або відвідування закладу. Крім того, використання цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі допомагає підвищити ефективність бізнес-процесів. Наприклад, автоматизація процесів бронювання, фінансового звіту, бухгалтерського обліку та управління запасами дозволяє зменшити час та зусилля, необхідні для виконання цих операцій.

Готелі та ресторани по всьому світу конкурують за кожного мандрівника та намагаються зробити клієнтський шлях зручнішим, цікавішим та гостиннішим. Вони не можуть існувати без інновацій та вдосконалень, а саме: впровадження 3D екскурсій, віртуальної реальності, додатків для швидкого бронювання, меню з QR-кодом та багато іншого.

Україна, яка має значний потенціал у сфері гостинності, має унікальну можливість використовувати діджиталізацію для підвищення якості готельно-ресторанних послуг та привабливості для гостей.

Найчастіше використовуються такі методи цифрової дистрибуції як: соціальні мережі, електронна реклама та електронна пошта, онлайн-торгівельні платформи та агрегатори, CRM-системи, бронювання через партнерів, мережеві маркетингові платформи, маркетплейси, новітні технології для аналізу великих обсягів даних, Інтернет речей, хмарні рішення та багато інших [2, с.118].

Найбільшою перевагою цифровізації бізнесу є його здатність адаптуватися й відтворювати продукти та послуги з урахуванням запитів і очікувань споживачів. Але для пришвидшення темпів розвитку цифрової дистрибуції потрібно мати відомості та розуміння про інституційне середовище країни, таке як державна політика, законодавчі та нормативні акти, фіскальні інструменти. Відсутність інноваційної бази в економіці країни та небажання власників великого та середнього бізнесу інвестувати в інноваційні проекти гальмують цифрову трансформацію. Саме тому цифрова дистрибуція послуг гостинності в Україні, не досягла максимально ефективних результатів і має безліч напрямів для прогресу.

Звичайно питання цифрової дистрибуції та діджиталізації у сфері надання послуг готельного бізнесу є давно актуальним для багатьох країн усього світу. Бути конкурентоспроможним, розумітися у тренді, змінюватись – для власника підприємства означає відповідати вимогам ринку та запитам потенційних гостей.

Найпопулярнішими тенденціями цифрової дистрибуції у світі є:

1. використання InternetofThings (IoT) – надає туристам інформацію про місцеві атракції, погоду, рекомендовані ресторани та інші активності;
2. віртуальні компаньйони – цифрові асистенти у готелях можуть надавати підтримку при реєстрації, знаходженні корисної інформації про дозвілля, можливості з'єднати гостей із потрібним відділом у кілька кліків;
3. використання роботів (відомим прикладом є готелі Південної Кореї, які використовують роботів-офіціантів при обслуговуванні гостей у ресторанах);

4. технологія розпізнавання (тестується у двох китайських готелях мережі Marriott – Hangzhou Marriott Hotel Qianjiangand та Sanya Marriott Hotel Dadonghai Bay) [3, с.56-61].

Також готельні мережі демонструють вдалу майстерність використання діджитал-технологій, наприклад: Westin Hotels використовує платформу Starwood для пошуку та порівняння номерів, які враховують особисті уподобання; НУАТТ має розвинений email-маркетинг (електронні листи з підтвердженням бронювання рекламують програму лояльності бренду й використання кредитних карт, а також просувають спеціальні пропозиції та додаткові послуги для збільшення доходів своїх готелів); InterContinental активно використовує TripAdvisor і Kayak, основною метою який є пошук та залучення відвідувачів до здійснення бронювання безпосередньо на сайті готельної мережі. Крім цього, всі сайти, що належать бренду, перекладені німецькою, іспанською та китайською мовами; бренд Four Seasons відзначився запуском оригінального проекту під назвою «Незвичайні враження», який пропонує цікаву та постійно оновлювану інформацію про найрізноманітніші напрямки та дестинації, в яких представлені готелі мережі; St. Regis має найвищий у своїй категорії досвід використання мобільних технологій. Також для зручності користувачів сайти готельної мережі за допомогою cookies зберігають історію попередніх запитів [4, с. 229].

Отже, цифрова дистрибуція сьогодні це не вибір, а метод виживання готельно-ресторанного бізнесу. Розвиток та поширення цифрових технологій і систем управління має сприятливий вплив на якість товарів і послуг, сервісне обслуговування споживачів та інформаційне забезпечення суб'єктів ринкових відносин. Незважаючи на складні умови, які виникають у країні, впровадження цифровізації може стимулювати розвиток готельної індустрії завдяки покращенню конкурентоспроможності продукції, комунікації з клієнтами та оптимізації використання ресурсів. За цифровою дистрибуцією стоїть майбутнє як світового, так і вітчизняного бізнесу зокрема.

Література:

1. Босовська М.В., Бойко М.Г., Охріменко А.Г. Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. «*Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика*». Львів: ЛТЕУ, 2021. 202 с. С.123-127.
2. Chaveesuk S., Khalid B. & Chaiyasoonthorn Digital payment system innovations: A marketing perspective on intention and actual use in the retail sector // «Інноваційний маркетинг» / 2021. 123 с.
3. Шикіна О.В. Аналіз тенденцій міжнародної готельної індустрії. Інфраструктура ринку. Вип. 39. 2020. С. 56-61.
4. Овчаренко Н.П., Костенко К.І., Павленко І.Г. Цифрові технології і діджитал-маркетинг: нові можливості для готельного бізнесу. *Проблеми сучасної економіки*. 2018. № 2. С. 229–233.