

УДК 338.48

Віноградов Д.Д.
студент гр. МТЕ-112м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна
наук. кер. – к.геогр.н., доцент Гурова Д.Д.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИНОСТІ

Які останні тенденції в індустрії гостинності? Обставини за останні кілька років спровокували трансформацію в індустрії гостинності. Багато підприємств не вижили, інші швидко пристосувалися й закріпилися, а деякі народилися внаслідок хаосу, що виник, із інноваційними концепціями, адаптованими до нашої нової норми. Технології розвиваються з шаленою швидкістю, і індустрія гостинності використовуватиме технології багатьма новими та чудовими способами у 2023 році. Споживчі тенденції показують, що подорожі знову займають перше місце у списку бажань для більшості людей у 2023 році. Можна сказати напевно: підприємства гостинності повинні тримати очі та вуха відкритими до останніх галузевих тенденцій, щоб оптимізувати свої витрати та збільшити прибутковість, щоб продовжувати процвітати у 2023 році та надалі.

Отже, які нові тенденції з'являються? Підвищена обізнаність споживачів щодо всього, що є стійким, цілеспрямованим, здоров'ям і благополуччям,

встановило нові стандарти для підприємств гостинності.

5 основних трендів, які формують індустрію гостинності у 2023 році.

1. Відпустка та робочі місця в готелі.

Сьогодні віддалена робота стала звичним явищем для багатьох співробітників і, за прогнозами, стане не просто минущою тенденцією. Зміни, прискорені глобальною кризою в галузі охорони здоров'я, безпрецедентна кількість відомих компаній, серед яких такі великі технологічні компанії, як Twitter, Facebook і Amazon, оголосили, що вони приймуть гібридний або гнучкий підхід до віддаленої роботи. Дослідження, проведене платформою фрілансерів Upwork, показало, що до 2025 року 22% американської робочої сили працюватимуть віддалено.

Це означає, що заклади гостинності перетворюються на віддалені робочі точки як для місцевих жителів, так і для мандрівників. Це чудова можливість для готелів і закладів харчування скористатися цією тенденцією та адаптувати свої пропозиції відповідно до потреб і запитів цього сегмента, що розвивається; Велика кількість розеток, безкоштовний високошвидкісний WI-FI, кімнати для переговорів і чудова кава є гарною відправною точкою [1].

2. Цілісна гостинність, здоров'я та благополуччя.

Профілактична медицина та догляд за собою зараз, безперечно, в тренді. Індустрія оздоровлення перетворюється на бурхливий ринок з трильйонами доларів, і заклади гостинності мають хороші можливості, щоб взяти великий шматок пирога, особливо ті, у яких наявні спа-послуги.

На додаток до звичайних спа-пропозицій для краси та релаксації, стрімко зростає попит на технологію діагностики здоров'я та індивідуальні плани лікування, розроблені експертами, які проводять індивідуальні або групові сеанси для розвитку бадьорості, лікування, управління стресом, емоційної рівноваги, уважності та покращення сну.

3. Оцифрований досвід гостей.

Додатки стають дедалі важливішими в тому, як власники готелів керують послугами, які вони надають своїм клієнтам, і тепер вони можуть контролювати

багато аспектів циклу відвідування та досвіду. Зайве говорити, що тенденція до цифрових і безконтактних послуг набула нових обертів. Традиційно клієнтські послуги зазнають капітального перегляду завдяки більш широкому використанню технологічних опцій, таких як мобільна реєстрація, безконтактні платежі, голосове керування та біометрія.

Споживачі, які звикли розблоковувати свої смартфони та ноутбуки за допомогою розпізнавання обличчя та відбитків пальців, незабаром очікуватимуть такої ж зручності під час доступу до своїх готельних номерів. На жаль для закладів, які хочуть їх прийняти, ці оновлення можуть бути дорогими для встановлення та обслуговування. Якщо ви хочете залишатися на випередженні, радимо копнути глибше та зробити інвестиції [1].

4. Гіперперсоналізація.

Сучасні гості почали очікувати, що їх визнають і ставляться до них як до окремих осіб. Одне дослідження показало, що 71% покупців очікують індивідуальної взаємодії. Проблема більшості компаній полягає в тому, що вони все ще персоналізують на рівні сегмента, а очікування клієнтів у 2023 році перевищили рівень гіперперсоналізації.

Підприємства гостинного бізнесу можуть реалізувати гіперперсоналізацію, використовуючи такі технологічні платформи, як CRM і СЕМ, які використовують великі дані для створення високоспеціалізованої індивідуальної взаємодії між гостем і господарем у великому масштабі. Постачальники готелів, туристичних послуг і ресторанів можуть опиратися на дані, щоб використовувати аналітичну інформацію про минулі звички клієнтів під час перегляду веб-сторінок або покупок, дозволяючи готелям адаптувати свої пропозиції та рекламні акції та автоматично надавати послуги, які люди шукають.

Загалом діяльність готелю дедалі більше визначається використанням систем управління для моніторингу та оптимізації доходів, відносин з клієнтами, власності, каналів і репутації. Не кажучи вже про зростаючу важливість інтегрованого обміну повідомленнями, прогнозової аналітики, профілювання

клієнтів і проміжного програмного забезпечення, яке прагне з'єднати будь-які різноманітні системи. Навіть якщо у вашому закладі є певні технічні обмеження, команда, яка працює в передній частині будинку, може докласти зусиль, щоб особисто зустріти гостей в офлайн-світі.

5. Штучний інтелект (AI).

Чат-боти виявилися активом обслуговування клієнтів як під час процесу бронювання, так і під час відповідей на повторювані запитання. Це особливо важливо в такій галузі, як госпіталізація, яка, як очікується, працюватиме 24/7.

ChatGPT, чат-бот, який використовує мовну модель GPT-3, розроблену OpenAI, вправно імітує різноманітність людської розмови під час надання відповідей. Можна інтерпретувати це як нову розумнішу ітерацію пошукової системи, яка позбудеться нескінченних синіх посилань, які вимагають від користувача відкривати кілька вкладок і переглядати інформацію, щоб знайти відповідь, а радше інтерпретувати бажання користувачів і потреби та надати стислу відповідь, яка спирається на всю інформацію в Інтернеті. Наприклад, це може бути пошуковий запит для користувача, який шукає рекомендації щодо подорожей [2].

Незалежно від того, чи це саме ChatGPT чи інший чат-бот на основі штучного інтелекту, розширений штучний інтелект незабаром буде розгорнутий у клієнтських структурах, таких як подорожі та пошук готелів. Отже, 2023 рік – час, щоб почати вперед цю тенденцію, яка, безсумнівно, матиме важливе місце в індустрії гостинності майбутнього.

Література:

1. 2023 hospitality industry trends. URL : <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-trends> (дата звернення: 02.10.2023).

2. Buhalis, D., O'Connor, P. and Leung, R. (2023), «Smart hospitality: from smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations», International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 35. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>