

УДК 640.4

Веретик А.Й., Островська Г.Й., Ордеха Г.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Veretyk A.Y., Ostrovska H.Y., Ordekha H.I.

MODERN TRENDS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

В умовах інформаційної економіки ринок послуг пропонує різноманітні інновації, що сприяють розвитку індустрії гостинності та зміцненню конкурентних переваг. За таких умов характерним є широке використання інформаційних систем управління, технологічного забезпечення; застосування нових ідей наукового менеджменту в практичній діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства.

У контексті предмету нашого дослідження розглянемо основні тенденції індустрії гостинності, сформовані інноваційними технологіями, штучним інтелектом і людьми нового тисячоліття.

Штучний інтелект та робототехніка. Лідерами з використання штучного інтелекту в сфері послуг вважається США, Японія, Китай та Сінгапур. Можливості застосування штучного інтелекту відкривають нову сторінку в історії індустрії гостинності, де центром інноваційних рішень вважається Китай. InterContinental Hotels & Resorts представила номери з технологією штучного інтелекту. Гості, які зупиняться в готелях InterContinental Beijing Sanlitun та InterContinental Guangzhou Exhibition Centre, зможуть оцінити переваги пристроїв у розумних номерах на базі штучного інтелекту. Розумні номери на базі технологій штучного інтелекту розроблені Baidu спеціально для InterContinental Hotels & Resorts на платформі DuerOS Platform. Загалом відкрито 100 розумних Club InterContinental номерів в готелях, розташованих неподалік аеропортів ключових міст Китаю і в популярних туристичних центрах країни. Відмінність розумних номерів від традиційних полягає в тому, що вони реагують на голосові команди, роблять більш зручною взаємодію людини з комп'ютером, а перебування в номері – більш комфортним. Нове рішення удосконалює існуючу систему готельного менеджменту, даючи змогу більш ефективно працювати з кастомізованою інформацією.

Штучний інтелект є технологією, яка дає змогу машинам виконувати завдання, звичні для людини. The Residence Inn LAX використовує робота, який виступає в ролі кур'єра та доставляє гостям і працівникам потрібні речі. Maidbot розробив робота-прибиральницю, а в Hilton працює робот-консьєрж. Ця система дає змогу скоротити витрати, підняти на новий рівень якість обслуговування в готелі, урізноманітнити перебування гостей у закладі та сприяє розвитку готельного бізнесу загалом. У цьому контексті заслуговує на увагу той факт, що в китайському місті Ченду відкрився перший готель без персоналу. Штучний інтелект зустрічає гостей, проводить їх до номеру та інформує про різні послуги готелю. Роботи частково виконують функції обслуги – покоївок, кухарів, офіціантів. А можливість розпізнавати обличчя клієнтів дає змогу використовувати їх ще і як охоронців. І хоча в готелі Smart LYZ передбачений «резервний» живий персонал на випадок виникнення збоїв у системі, поки про подібні прецеденти з серйозними наслідками не відомо.

Варто відзначити, що ідея комерційного використання штучного інтелекту стає все більш популярною. Згідно досліджень, проведених Оксфордським університетом, протягом наступних 20 років у США буде автоматизовано до 47% ринку праці, у країнах-учасницях ЄС – 54%, в тому числі такими роботами. При цьому питання про користь цього явища для економіки і соціальної сфери поки що залишається відкритим.

Чати з гостями. Мобільні додатки, як Facebook Messenger і WeChat, дають змогу спілкуватися з клієнтами в режимі реального часу задля задоволення всіх їхніх потреб і бажань. При цьому текстові повідомлення допомагають долати мовний бар'єр, що покращує якість обслуговування.

Мобільний чек-ін. Незабаром у багатьох готелях можна буде пройти чек-ін на електронній стійці реєстрації, там же вибрати номер і отримати код від електронного замка. Беручи до уваги цю тенденцію в готельному бізнесі, більшість готелів відходять від телефонів у номерах та встановлюють планшети з вбудованим меню обслуговування.

Сайти з бронювання житла у місцевого населення. Розвиток індустрії гостинності в останні роки ознаменувався появою та популяризацією Booking.com та Airbnb. На сьогоднішній день ці платформи відібрали значну частку ринку в класичних готелів. І це виправдано, оскільки на вказаних сайтах легко знайти унікальне житло, поспілкуватися з господарями і отримати незабутній досвід.

Сучасні технології в номерах. Гості хочуть відчувати себе в номері як вдома, і навіть краще, але для цього їм потрібні звичні розваги. Прошли ті часи, коли достатньо було встановити у номері безкоштовні канали і бізнес «йшов угору». Тому тенденції в сфері гостинності диктують вектор технологічності, зокрема, встановлення в номерах Netflix «розумне» освітлення і дзеркала, планшети та інші новомодні гаджети.

Маркетинг і соціальні медіа. На сьогодні для інтернет-маркетологів та SMM-менеджерів настав час задіяти всі канали просування як в офлайн, так і в онлайн-просторі та приділити увагу оцінці ефективності активності в соціальних медіа, оптимізації сайтів і пошукового маркетингу.

Кулінарні пропозиції готелів виходять за рамки ресторанів. Сучасні тенденції індустрії гостинності стосуються всіх сфер готельних мереж, в тому числі й ресторанів. У моді залишаються свіжі та якісні продукти, смачні страви і хороше обслуговування. Широкого застосування набуває організація відкритих просторів на території комплексів, де гості можуть не тільки відпочити, а й перекусити. Меню в номери стають «вчорашнім днем», при цьому обід можна доставити в будь-яку частину готелю.

Цінність співробітників. Підприємствам індустрії гостинності варто спрямувати зусилля на залучення фахівців своєї справи. До прикладу, випускники швейцарських шкіл гостинності Glion і Les Roches цінуються готельними мережами усього світу, вони прекрасно володіють теоретичною базою, знають особливості роботи з клієнтами, тактовні, комунікабельні, працелюбні та амбітні. Тому основним завданням топ-менеджменту є мотивування працівників до підвищення рівня інтелектуалізації праці.

Нові ринки. Готельним мережам варто переглянути сегментування та зацентрувати увагу на останні світові тенденції, зокрема в сфері формування туристичного попиту в країнах Америки і Азії, сприяючи створенню на цій основі унікального конкурентного профілю закладу гостинності.

Враховуючи світовий досвід щодо розвитку індустрії гостинності в Україні, зазначимо, що одним з найпотужніших інструментів у конкурентній боротьбі є ефективне використання інноваційних підходів суб'єктами готельно-ресторанного бізнесу для забезпечення конкурентних переваг та підвищення їх цінності.

Список використаних джерел:

1. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. [Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта, Г. Й. Островська та ін.]. Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2018. 268 с.
2. Островська Г. Й. Особливості розвитку готельно-ресторанної справи: кухні народів світу. Навчальний посібник. Тернопіль : Підручники і посібники, 2018. 268 с.