

DOI: 10.69803/3083-6034-2024-4-19

УДК: 338.486

О.Ю. Давидова, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри готельного, ресторанного бізнесу і крафтових технологій
e-mail: davydova_oks@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-3045-9464>
**Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця**

С. І. Сисоєва, к.н. з держ. управл., доцент кафедри готельного, ресторанного бізнесу і крафтових технологій
e-mail: svtlanasysoieva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0790-0581>
**Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця**

СУЧАСНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

*Інновації на ринку готельних послуг відіграють ключову роль у підвищенні якості послуг та конкурентоспроможності підприємств готельного господарства. Актуальність цієї теми обумовлена постійно зростаючим інтересом до нових технологій, а також потребою готелів адаптуватися до мінливих запитів сучасних туристів. Останніми роками світовий ринок готельної індустрії зазнає значних змін, обумовлених кількома ключовими факторами. **Зростання сегменту міленіалів** – це покоління стало новим важливим сегментом споживачів готельних підприємств. Міленіали мають специфічні запити та очікування від готельного сервісу, що призвело до змін у стратегічних підходах готельних мереж. Готелі активно розробляють нові суббренди та змінюють дизайн просторів, щоб відповідати очікуванням цієї аудиторії. Важливими аспектами стають діджиталізація послуг, автоматизація процесів, а також інтерактивні сервіси. Досліджений **вплив цифрових інновацій**, які готелі широко впроваджують: мобільні додатки для бронювання, цифрові ключі для кімнат, автоматизовані системи реєстрації та виїзду, а також персоналізовані цифрові послуги для гостей. Цифрові інновації не лише спрощують взаємодію з споживачами, але й підвищують загальний рівень сервісу, скорочуючи час обслуговування та полегшуючи процес бронювання. Онлайн-сервіси суттєво впливають на*

ринок готельних послуг, пропонуючи споживачам альтернативні варіанти розміщення. Доведено, що готелі активно впроваджують нові маркетингові рішення, використовуючи соціальні мережі для комунікації з споживачами, просуваючи послуги та бренди, залучаючи таким чином широку аудиторію. У статті проаналізовано рейтинги найбільших світових готелів та операторів, що демонструє глобальні тенденції на ринку. Присутність міжнародних готельних операторів на ринку України та інших країн також є важливою складовою, що відображає процес глобалізації готельної індустрії. Доведено, що інновації не лише змінюють внутрішні процеси готельних підприємств, але й формують нові тенденції розвитку всієї індустрії. Підприємства готельного господарства, що активно впроваджують інновації, зокрема в технологічній та маркетинговій сферах, отримують конкурентні переваги та задовольняють сучасні потреби споживачів.

Ключові слова: якість, інновації, готель, підприємство, продукція, послуги, готельне господарство, споживачі.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Індустрія гостинності є важливою частиною світової економіки, що включає широкий спектр послуг, спрямованих на задоволення потреб туристів під час їх перебування поза домом. Вона охоплює готельний та ресторанний бізнес, туристичні та транспортні послуги, а також сферу розваг, створюючи інтегровану систему взаємодії різних секторів, спрямовану на забезпечення комфортного та якісного відпочинку.

Готельне господарство займає центральне місце в індустрії гостинності, оскільки об'єднує ключові функції та взаємодіє з іншими складовими галузі. Готелі не тільки надають основні послуги з розміщення та харчування, але й дедалі більше зосереджуються на розширенні додаткових послуг для підвищення якості обслуговування та привабливості для споживачів.

Конкуренція на ринку готельних послуг спонукає підприємства до впровадження інновацій, що дозволяють покращувати досвід гостей. Це може бути впровадження цифрових технологій, персоналізованих послуг або розробка унікальних пропозицій, таких як SPA-процедури, екскурсії, спортивні заходи тощо.

Таким чином, готельний бізнес не є ізольованим елементом індустрії гостинності, а виступає її ядром, забезпечуючи спільну роботу з іншими секторами, активно розширюючи спектр послуг, підвищуючи їх якість для задоволення зростаючих потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Огляд публікацій, присвячених питанням забезпечення якості послуг готельного господарства шляхом використання інновацій дозволяє констатувати широкий спектр напрямів наукового пошуку. Зокрема, теоретичні основи інновацій у сфері гостинності знайшли свій відбиток у роботах Fawaz Z. [1], Oates G. [2], Rosenbloom S. [3]. Роль інновацій у підвищенні якості готельних послуг та конкурентоспроможності підприємств готельного господарства висвітлена в роботах Капліної Т.В., Красномоєць В.А. [4], Максименко О.Р., Красножон С.В. [5], Паска М.З., Радзімовська О.В., Гузенко І.І. [6], Чухрай Н. [7] тощо. Специфіка використання інновацій в індустрії гостинності представлена в дослідженнях низки вітчизняних та зарубіжних учених: Деяк Б.С., Кушнір Н.О. [8], Лисюк Т.В., Терещук О.С., Пасічник М.П. [9] та інші. Проте, питання забезпечення та підвищення якості послуг підприємств готельного господарства залишаються в пріоритеті вивчення через постійне зростання потреб споживачів, конкуренцію та появу нових технологій.

Формування цілей. Метою дослідження є вивчення основних тенденцій та трендів на ринку готельних послуг, розробка напрямів забезпечення та підвищення якості послуг підприємств готельного господарства, а також вивчення споживчого сегмента міленіалів, які активно впливають на розвиток готельного господарства. Особлива увага приділяється адаптації стратегій провідних готельних мереж до мінливих потреб споживачів.

Методи дослідження. У статті використано концептуальні положення системного підходу, а також методи дедукції, логічного аналізу та синтезу, порівняльного аналізу, графічної інтерпретації даних.

Виклад основного матеріалу. Як один із напрямів забезпечення якості послуг підприємств готельного господарства є розробка та впровадження інноваційних рішень. Інновації на ринку готельних послуг є важливим чинником для забезпечення довгострокового розвитку та конкурентоспроможності підприємств. В умовах інформаційної економіки генерація нових ідей та їхнє впровадження сприяє створенню нових продуктів та послуг, підвищенню якості обслуговування, автоматизації бізнес-процесів, що, у свою чергу, стає ключовим драйвером розвитку індустрії гостинності.

Поняття інновації було вперше введено І. Шумпетером, який у своїй праці «Теорія економічного розвитку» визначив їх як нові комбінації, що призводять до змін у виробництві та ринковому господарстві. За Шумпетером, інновація включає п'ять основних аспектів: впровадження нових товарів та послуг, використання нових матеріалів, застосування нових методів виробництва, освоєння нових ринків і запровадження нових організаційних форм.

У широкому сенсі інновації в готельній індустрії включають нові послуги, продукти, процеси або ідеї, що спрямовані на підвищення ефективності бізнесу, якості послуг та задоволення потреб споживачів. Впровадження інновацій дозволяє готелям збільшувати частку ринку, підвищувати продуктивність та створювати конкурентні переваги [10].

Однією з ключових тенденцій розвитку готельного господарства є впровадження цифрових технологій, які змінюють взаємодію між готелями та їхніми споживачами. Зокрема, нові мобільні додатки, автоматизовані системи бронювання та цифрові ключі стають основними елементами модернізації готельного сервісу [11].

Значний вплив на розвиток готельного господарства має новий споживчий сегмент – міленіали. Ця категорія мандрівників має високі очікування щодо технологій і сервісів, тому готелі активно адаптуються, створюючи нові суббренди та трансформуючи простори, щоб відповідати запитам цього покоління. Міленіали також стали основою формування нового сегменту – «Digital», або «Цифрові споживачі», які орієнтуються на сучасні технології в усьому, включаючи вибір та користування готельними послугами.

Отже, інновації у готельному господарстві стали не тільки інструментом підвищення ефективності, але й важливим фактором забезпечення якості послуг підприємств готельного господарства для задоволення сучасних потреб споживачів, що зумовлює їхнє вирішальне значення для подальшого розвитку галузі [12].

У сучасних умовах готельна індустрія адаптується до змін в уподобаннях та потребах мандрівників, особливо орієнтуючись на покоління міленіалів. Це покоління, яке народилося між 1981 і 1996 роками, стало важливим сегментом для підприємств готельного господарства завдяки їхнім особливим цінностям та пріоритетам.

Основні характеристики міленіалів як споживачів готельних послуг:

1. Перевага досвіду над матеріальними благами. Міленіали більше цінують враження та нові переживання, ніж накопичення матеріальних речей. Вони охоче витрачають гроші на подорожі, пригоди та дослідження нових місць. Саме тому готелі, які можуть запропонувати унікальні та незабутні враження, мають велику перевагу.

2. Технологічна грамотність та мобільність. Міленіали є активними користувачами цифрових технологій. Вони здійснюють бронювання переважно через Інтернет, і перед прийняттям рішення ретельно перевіряють інформацію, переглядаючи в середньому 10 джерел.

Вони також активно використовують мобільні додатки для планування подорожей, вибору готелів та додаткових послуг.

3. Високі вимоги до цифрової інфраструктури. Наявність Wi-Fi є критично важливою для міленіалів. Згідно з опитуванням, 80% респондентів вважають доступ до Інтернету необхідною умовою під час проживання в готелях. Крім того, вони надають перевагу готелям з гнучкими умовами бронювання та високим рівнем обслуговування.

4. Прагнення до новизни. Міленіали постійно шукають нові враження та готові виходити за межі «зони комфорту». Їх приваблюють нестандартні пропозиції, екскурсії та активний відпочинок, що відкривають нові горизонти.

5. Гнучкість та швидкість обслуговування. Цей сегмент споживачів цінує швидкість реагування, простоту в користуванні послугами та можливість швидко вирішувати всі питання онлайн. Готелі повинні пропонувати зручні мобільні платформи для бронювання, перевірки наявності послуг та зв'язку з персоналом.

До 2027 року міленіали становитимуть близько 50% усіх подорожуючих, що робить їх стратегічно важливим сегментом. Готелі, які зможуть адаптуватися до їхніх потреб, зможуть досягти значних успіхів у залученні цього сегменту споживачів.

Згідно з результатами опитування, проведеного серед 1038 респондентів віком від 18 до 65 років, які протягом року здійснили хоча б одну приватну чи ділову поїздку, найважливішими критеріями для вибору готелю є (рис. 1):

- наявність Wi-Fi/Інтернет-доступу – 80% респондентів відзначили це як обов'язкову умову;
- доступність номерів (наявність вільних номерів або можливість бронювання) – 52% респондентів;
- можливість обслуговування в номері (room service) – 45% респондентів.

Ці послуги є основними вимогами сучасних мандрівників, що підтверджує важливість наявності цифрової інфраструктури та високого рівня обслуговування в готелях.

Найменш популярними серед респондентів виявилися такі послуги, як:

- медична допомога – лише 16% респондентів звернули увагу на цей критерій.
- послуга чищення взуття – 5% респондентів вказали її як важливу.

Це свідчить про те, що сучасні мандрівники віддають перевагу базовим, але необхідним послугам, що забезпечують комфорт та зручність

під час проживання, тоді як традиційні або додаткові послуги, наприклад, чищення взуття, не є пріоритетом.

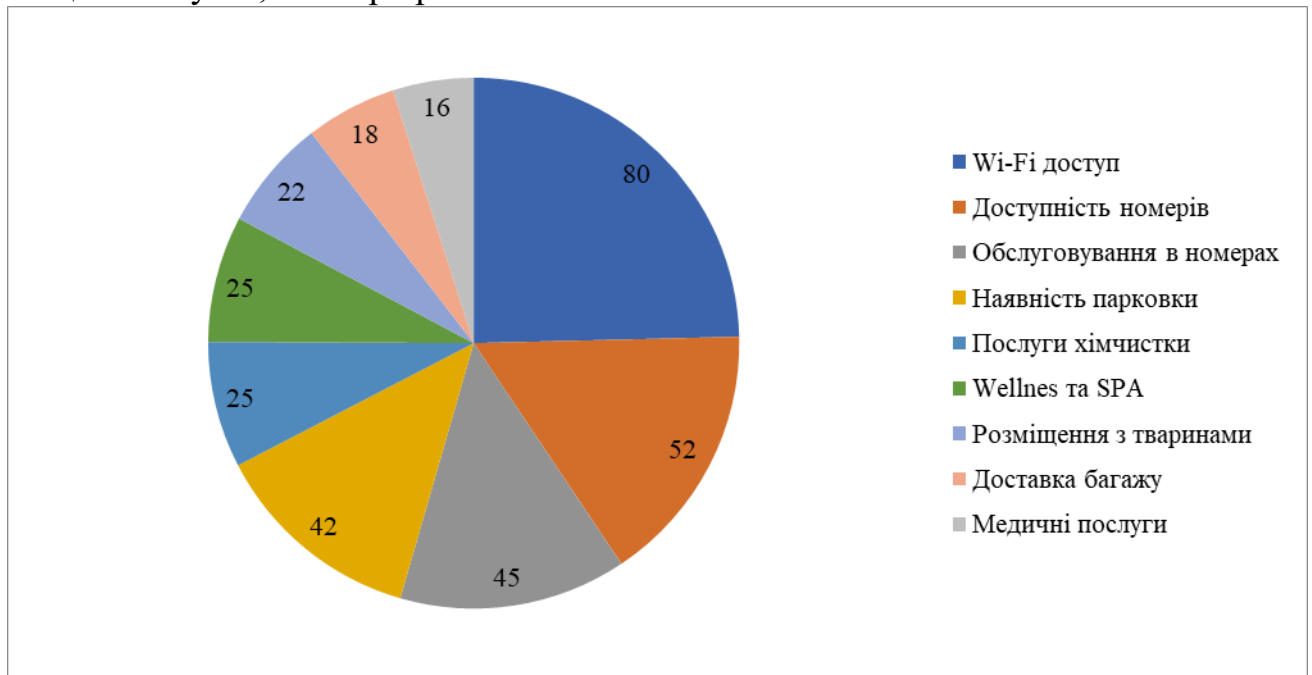


Рис. 1 - Переваги споживачів відносно послуг готелю

Покоління мілленіалів змінює підходи до готельного бізнесу, надаючи перевагу індивідуалізованим і нестандартним враженням замість одноманітності мережевих готелів. Вони прагнуть новизни та унікальності, незалежно від того, подорожують з діловою або приватною метою. Мілленіалам не подобаються стандартизовані номери з однаковим дизайном у різних містах та країнах, тому готельні ланцюги змушені адаптуватися до цих нових вимог.

Основні підходи готельних мереж для залучення мілленіалів:

1. Створення нових типів готелів. Лідери ринку, такі як Marriott International і Melia, створюють суббренди та нові концепції готелів, орієнтовані на мілленіалів. Наприклад, популярний концепт "lifestyle hotels" — це готелі, які поєднують стильний дизайн і соціальну атмосферу, де гості можуть взаємодіяти один з одним. Такі готелі приділяють увагу деталям, які відображають спосіб життя своїх гостей, зокрема в лобі готелів, ресторанах та барах, де подається якісна їжа та напої.

2. Впровадження нових цифрових технологій. Цифрові технології стали важливим інструментом залучення мілленіалів. Готелі пропонують високотехнологічні рішення, які роблять перебування гостей комфортнішим та зручнішим:

- смартфони для реєстрації та доступу. Мілленіали активно використовують мобільні додатки для бронювання номерів, реєстрації та навіть відкривання дверей без ключів. Це усуває необхідність фізичної

взаємодії з персоналом, що особливо важливо для молодого покоління, яке цінує автономність;

- Check-in та кіоски-автомати. За допомогою цифрових кіосків можна швидко зареєструватися або отримати інформацію про готель та місцеві пам'ятки. Це відповідає бажанню мілленіалів уникати черг та безпосереднього спілкування. Близько 36% мілленіалів віддають перевагу саме таким автоматизованим рішенням для реєстрації;

- віртуальні консьєржі. У деяких готелях планшети, встановлені в номерах, або спеціальні програми виступають як віртуальні помічники, які допомагають з бронюванням послуг, замовленням їжі або вирішенням побутових питань.

Мілленіали прагнуть до індивідуальних рішень і віддають перевагу таким платформам, як Airbnb, які пропонують унікальні та персоналізовані варіанти проживання (рис. 2). Вони також цінують можливість цифрового контролю за своїми подорожами та використання мобільних додатків для спілкування з готельним персоналом.

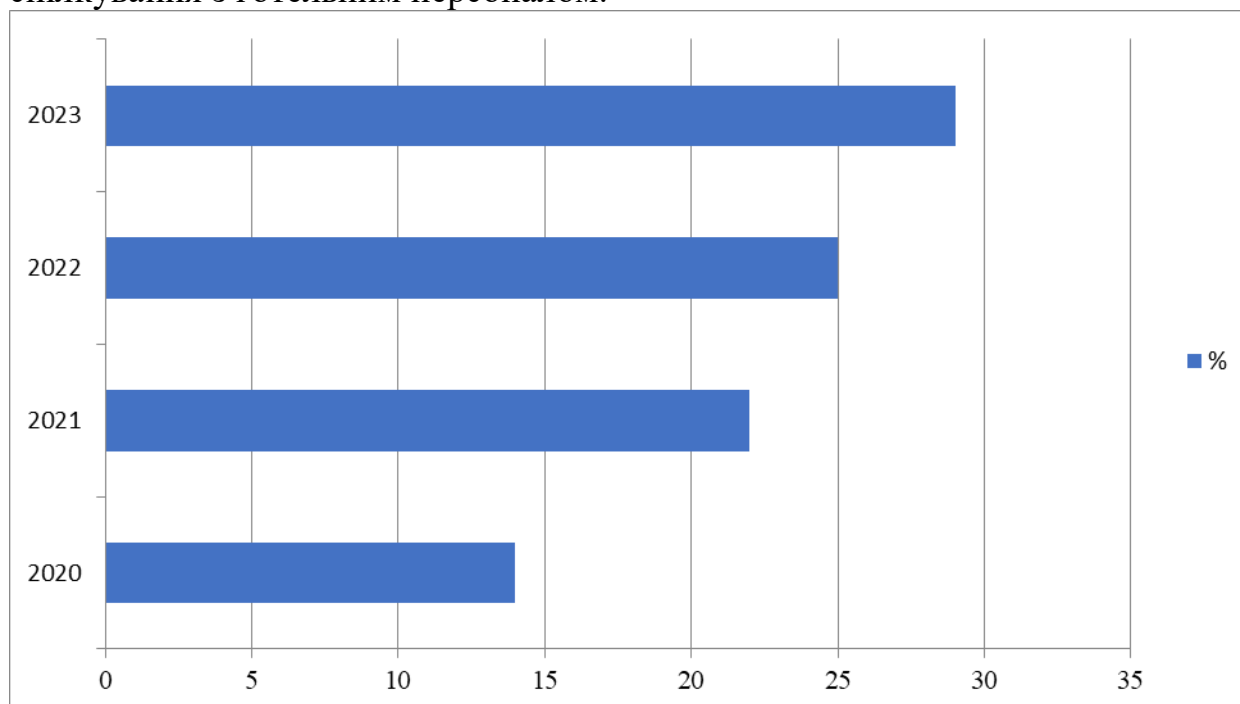


Рис. 2 - Динаміка бронювання розміщення через сервіс Airbnb мешканцями США та Європи у 2020-2023 рр., %

Готельні ланцюги, щоб зберегти конкурентоспроможність серед мілленіалів, повинні розвивати інноваційні технології, адаптувати простори під індивідуальні потреби та пропонувати унікальні враження. Ті, хто зможе це зробити, матимуть перевагу на ринку, де цифрова автономія та індивідуалізація виходять на перший план.

Airbnb значно змінив ринок гостинності, популяризуючи альтернативні засоби розміщення та впливаючи на традиційний готельний

бізнес. Серед основних переваг використання Airbnb мандрівники відзначають можливість більш глибокого занурення в місцеву культуру та економію, особливо для груп або сімей, яким вигідніше орендувати будинки чи квартири, ніж кілька готельних номерів.

Airbnb стимулює готельний бізнес до впровадження інновацій. Традиційні готелі змушені змагатися з унікальними та персоналізованими пропозиціями, які Airbnb забезпечує своїм користувачам. Альтернативне розміщення, яке надає більше індивідуалізації та відчуття автентичності, стає все більш популярним серед мандрівників, особливо мілленіалів, що прагнуть унікальних вражень.

У сучасній індустрії гостинності відбуваються значні зміни, зокрема через впровадження цифрових інновацій, які спрощують взаємодію між мандрівниками та готелями та оптимізують роботу персоналу. Серед основних глобальних тенденцій можна виділити кілька ключових напрямків:

1. Удосконалення пошукових туристичних та готельних систем. Нові технології допомагають зробити процес бронювання зручнішим як для мандрівників, так і для готелів. Використання чат-ботів та штучного інтелекту дозволяє автоматизувати процеси, такі як відповіді на запити споживачів або допомога під час бронювання, що підвищує конверсію готельних сайтів та покращує споживчий досвід.

2. Мобільні додатки та функціональність. Прямі взаємини між готелем і споживачем стають все більш мобільними. Гості можуть через додатки реєструватися, відкривати номери, отримувати послуги та спілкуватися з персоналом. Це особливо важливо для молодого покоління, які звикли до високого рівня автономності та зручності цифрових сервісів.

3. Цільовий онлайн-маркетинг. Готелі все більше використовують стратегічні методи онлайн-маркетингу, що дозволяють пропонувати індивідуалізовані продукти та послуги для різних сегментів ринку. Цифрові платформи дають можливість готелям швидко адаптувати пропозиції під конкретних споживачів, аналізуючи їхні уподобання та поведінкові патерни.

4. Інновації для внутрішньої та зовнішньої роботи готелів. Технічні рішення дозволяють оптимізувати управління готелями, полегшуючи доступ до інформації та автоматизуючи більшість рутинних процесів. Наприклад, SaaS-технології, або хмарні рішення, використовуються для автоматизації бронювання, управління маркетингом і продажами. Ці технології допомагають готелям зменшити витрати на інфраструктуру та забезпечити гнучкість у роботі.

5. Технічне оснащення для комфорту споживачів. Готелі активно впроваджують технології для покращення обслуговування, такі як бездротовий інтернет, смарт-технології для управління енергією, цифрові ключі для номерів тощо. Це створює конкурентні переваги для готелів, оскільки сучасні споживачі очікують не лише на високу якість послуг та обслуговування, але й на технічну зручність [13]. Ці інновації дозволяють готелям не тільки підвищити якість послуг підприємств готельного господарства та процес обслуговування, а й значно знизити витрати, покращуючи управління та маркетинг. Технологічні рішення роблять підприємства готельного господарства більш гнучкими та ефективними, забезпечуючи конкурентоспроможність на сучасному ринку [14]. Цифрова трансформація індустрії гостинності значно змінює традиційні підходи до управління готельним бізнесом, впроваджуючи інноваційні рішення, що підвищує ефективність обслуговування та персоналізацію для споживачів. Основні аспекти цифрової трансформації можна розглянути через кілька ключових тенденцій:

1. Автоматизація та гаджетизація. Готелі впроваджують технології, які замінюють частину функцій персоналу на автоматизовані системи, що дозволяє підвищити ефективність роботи та зменшити витрати. Наприклад, програми на смартфонах відслідковують місцезнаходження споживача та надсилають повідомлення про готовність номера, або ж дозволяють гостю взаємодіяти з персоналом через чати, знімаючи необхідність особистого контакту. Такі цифрові рішення роблять процес обслуговування швидшим та більш зручним.

2. Персоналізовані пропозиції. Завдяки даним, які збираються про гостей, готелі можуть створювати персоналізовані пропозиції, що враховують попередні уподобання та поведінку споживачів. Це дозволяє надати кастомізовані послуги та підвищити лояльність споживачів.

3. Голосові помічники та віртуальні компаньйони. Сервіси голосових помічників та віртуальних компаньйонів надають гостям допомогу в організації поїздки, бронюванні житла, виборі ресторанів та розваг. Вони можуть надавати корисну інформацію в реальному часі, підтримувати процеси check-in та check-out, а також виконувати функції обслуговування споживачів, що зменшує потребу у фізичному персоналі.

4. Доповнена та віртуальна реальність. Ці технології дозволяють готелям надавати новий рівень взаємодії зі споживачами. Доповнена реальність (AR) може використовуватися для створення інтерактивних карт або інформаційних панелей всередині готелю, що полегшує орієнтацію для гостей. Віртуальна реальність (VR) дозволяє споживачам

віртуально відвідувати готель до бронювання, що стимулює продажі та створює нові враження.

5. Соціальні і психологічні аспекти. Віртуальна та доповнена реальність не лише полегшують доступ до інформації, але й надають психологічну цінність, створюючи нові досвіди для гостей. Використання інноваційних технологій впливає на емоційний стан споживачів, створюючи відчуття ексклюзивності та сучасності, що може підвищити задоволеність від перебування.

Таким чином, цифрові рішення радикально змінюють індустрію гостинності, роблячи її більш адаптованою до потреб сучасних мандрівників, забезпечуючи зручність, індивідуальний підхід та нові враження.

Інтелектуальні (smart) технології знаходять своє застосування у керуванні готельним номером та процесом отримання додаткових послуг. Гість може налаштувати комфортний для нього температурний режим, освітлення, потужність, користуватися послугами голосового помічника. Також система здатна розпізнавати гостей по обліковому запису в додатку і керувати номером за даними, що збереглися. Впровадження таких інновацій дозволить підвищити лояльність гостей та автоматизувати процес підготовки номера до заїзду відповідно до можливих попередніх побажань [15]. Зазначені технології відкривають нові можливості для вдосконалення діяльності готельних підприємств, виступаючи у своїх модифікованих формах у вигляді інтелектуальних та інтелектуалізованих систем. Інтелектуальні та інтелектуалізовані системи у сфері гостинності. Як було зазначено, багато сфер діяльності людини трансформуються під впливом цифрових технологій, роботизації та автоматизації. Все більше процесів та операцій потребують мінімального втручання людини, з'являються «розумні» програми та ефективні гаджети. Ці зміни характерні й у сучасній готельній промисловості.

У прагненні зробити перебування гостя в готелі комфортним, зручним та незабутнім, керівництву підприємства готельного господарства сьогодні допомагають різні інноваційні рішення. Найчастіше в готельному господарстві використовуються інтелектуальні та інтелектуалізовані системи, які з'явилися завдяки останнім дослідженням можливостей штучного інтелекту. Великою перевагою цих систем є те, що вони можуть аналізувати ситуацію та приймати рішення самостійно. На відміну від інтелектуальних, інтелектуалізовані системи вимагають підтримки людини (оператора), яка приймає рішення.

Традиційно роботи, що переймають функціонал людини, були покликані виконувати лише небезпечну, брудну чи монотонну роботу.

Однак тенденцією останніх років стає переорієнтація штучного інтелекту на виконання діяльності, що виходить за рамки так званої DDD ніші (dull – dirty – dangerous). Сьогодні роботи здатні суттєво покращити життя людей та забезпечити технологічні процеси.

Перші автономні роботи для готельних підприємств розроблено компанією «Savioke». Зараз їх використовують, наприклад, у Сінгапурі, у готелі Jen, а також у Японії, у готелі Shinagawa Prince (Токіо). Ці роботи доставляють замовлення до номерів гостей, підвозять багаж. Вони можуть обходити перешкоди і вставати на станцію підзарядки, коли це необхідно. Працівники служби приймання та розміщення тільки завантажують необхідний предмет у робота та вводять номер кімнати, до якої потрібно здійснити доставку.

Нещодавно, компанія LG продемонструвала свою лінійку готельних помічників-роботів, які були розроблені спеціально для комерційного використання в готелях, супермаркетах та аеропортах. Ці машини оснащені спеціальним висувним підносом, за допомогою якого вони можуть подавати гостю їжу та напої в ресторані. У цій лінійці є також і робот-носій. Крім доставки багажу, робот також може здійснювати операції прискореного заселення-виселення до готелю та приймати оплату, позбавляючи гостя від очікування своєї черги.

Готель Hilton спільно з IBM створили першого робота-консьєржа зі штучним інтелектом, Конні (Connie). Програмне забезпечення, вбудоване у робота, дозволяє йому краще розпізнавати людську мову. Найчастіше робот перебуває у лобі поруч із ресепцією. Тут він допомагає обслуговувати гостей: вітає їх, відповідає на їхні запитання. Робот може дати необхідну інформацію по готелю, порадити визначні пам'ятки або місця за його межами. Технологія, використана під час створення Конні, дозволила максимально наблизити його штучний інтелект до людського. Чим більше Конні спілкується з людьми, тим розумнішим він стає.

У Японії, у місті Сасебо (префектура Нагасакі) розташований Nenna Hotel (що буквально перекладається як дивний), який обслуговується виключно роботами. На стійці реєстрації гостя зустрічає людиноподібний робот та робот-динозавр. Жінка-робот приймає постояльців, які говорять японською, а динозавр спілкується з англомовами. При реєстрації застосовується технологія ідентифікації особи, за її допомогою відкривається номер.

У цьому готелі можна зустріти і робота-носія, і прибиральника, і гардеробника. У номерах встановлені датчики температури, руху. Додаткові настройки гість може налаштувати з планшета, який розташований у номері.

У номері гостя чекає маленький іграшковий робот, який повідомляє інформацію про погоду і котра година. Також його можна попросити розбудити уранці.

У майбутньому засновники планують збудувати ще 1000 таких же роботизованих готелів у різних куточках світу. Єдині люди в готелі, окрім гостей, – це співробітники служби безпеки, які за допомогою камер стежать за роботою роботів.

Використання технологій Ambient Intelligence (навколишнього розуму) та Internet of Things (IoT, інтернет речей) в індустрії гостинності є важливим трендом, що дозволяє готелям впроваджувати інновації, які підвищують ефективність роботи та покращують обслуговування гостей. Одним із перших прикладів таких технологій стало застосування розумних будинків у готелях, де за допомогою датчиків контролюються різні параметри середовища, такі як температура, освітлення та вологість. Мережа готелів Skypark стала піонером у впровадженні технології розумних будинків. Під час реєстрації гостям видають смартфон, який виступає не тільки ключем до номера, але й дозволяє налаштувати всі параметри кімнати. Це включає контроль над кліматом, освітленням та іншими аспектами комфорту. Такі системи можуть автоматично реагувати на присутність людини в кімнаті, завдяки чому, наприклад, датчики руху вимикають світло та кондиціонування, якщо гість залишає приміщення. Окрім підвищення рівня комфорту для гостей, ці технології також допомагають зменшити витрати на електроенергію, що є однією з найбільших статей операційних витрат для готелів. Автоматичне вимкнення світла та регулювання температури, коли кімната порожня, дозволяє ефективно знижувати енергоспоживання.

Таким чином, автоматизація багатьох процесів знижує ризик помилок, пов'язаних з людським фактором, і робить обслуговування більш надійним та персоналізованим. Ці інновації дозволяють готелям не тільки підвищити якість послуг та обслуговування, але й зекономити ресурси, одночасно підвищуючи задоволеність споживачів. Якщо частина робочих функцій на себе беруть роботи, то у звичайних службовців готелю залишається більше часу на те, щоб концентруватися на індивідуальному обслуговуванні, задоволенні бажання гостей. Крім цього, роботи, які ще не стали чимось звичайним, є ще й елементом маркетингу та залучають нових гостей. Сьогодні роботи ще залишаються екзотикою в готелях. Незважаючи на те, що думка, згідно з якою роботи незабаром замінять людей на робочих місцях, досить поширена, але повністю замінити обслуговуючий персонал у готельному господарстві не можливо. Тепер будуть потрібні люди, які створюють необхідний контент, фахівці, які обслуговують роботів тощо. Прийняття рішення про диджиталізацію системи управління людськими

ресурсами (HRM) у готельному бізнесі має важливе стратегічне значення для підвищення ефективності роботи підприємства. Діджиталізація дозволяє автоматизувати процеси управління персоналом, що зменшує адміністративне навантаження і спрощує управлінські функції. Переваги таких платформ очевидні: вони підвищують продуктивність, дозволяють зменшити кількість помилок, пов'язаних із людським фактором, та підвищують якість обслуговування споживачів. Основні переваги діджиталізації HRM у готелях:

1. Автоматизація адміністративних процесів. Діджиталізація дозволяє автоматизувати ведення кадрових записів, графіків роботи, контролювати відвідуваність та продуктивність співробітників.

2. Підвищення ефективності комунікацій. Співробітники отримують доступ до централізованих систем комунікацій, що дозволяє швидко вирішувати поточні питання, не вдаючись до затримок через складність зв'язку.

3. Персоналізоване навчання та розвиток персоналу. Діджитал-платформи дозволяють створювати індивідуальні плани навчання, спираючись на потреби та можливості кожного співробітника.

4. Моніторинг ефективності. Завдяки аналітичним інструментам менеджмент може в режимі реального часу відслідковувати ефективність роботи персоналу, виявляти слабкі місця та впроваджувати корективи.

Програми лояльності та стратегія їх впровадження. Успішна програма лояльності є важливим інструментом для утримання споживачів та підвищення конкурентоспроможності готелю. Для створення ефективної програми лояльності необхідно дотримуватись таких аспектів:

1. Аналіз конкурентів і споживчої бази. Вивчення споживчої поведінки та підходів конкурентів дозволяє зрозуміти, що приваблює споживачів і які етапи їхнього шляху можна поліпшити.

2. Індивідуальний підхід до споживачів. Послуги повинні бути налаштовані відповідно до потреб кожного споживача, що підвищує їхню зацікавленість у взаємодії з готелем.

3. Оперативність та гнучкість: Час реагування на запити споживачів відіграє ключову роль. Готелі повинні швидко відповідати на запити, використовуючи багатоканальні системи зв'язку.

4. Робота зі скаргами. Ефективна обробка негативних відгуків та робота зі скаргами дозволяє готелю зберігати добру репутацію та повернути втрачених споживачів.

5. Навчання персоналу. Співробітники повинні бути добре навчені взаємодіяти зі споживачами та забезпечувати їм високий рівень обслуговування.

6. Партнерства. Співпраця з іншими організаціями дозволяє розширити спектр послуг та підвищити якість обслуговування кінцевого споживача, що допомагає зберегти конкурентні переваги.

Ці заходи забезпечують персоналізацію сервісу, підвищують якість послуг та обслуговування споживачів, їх задоволеність послугами, а також, збільшують їхню лояльність, що є важливою умовою для розвитку готельного бізнесу.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Цифровізація стала основним трендом у сфері гостинності, дозволяючи готелям залишатися конкурентоспроможними на фоні зростаючої популярності Airbnb. Індивідуалізовані пропозиції, впровадження автоматизації та гаджетів, а також розвиток технологій AR і VR допомагають готелям залучати та утримувати споживачів у нових умовах ринку. Успішне ведення конкурентної боротьби в готельній індустрії вимагає від менеджменту глибокого розуміння своїх сильних і слабких сторін, а також аналізу позицій основних конкурентів. Це дозволяє готелям встановлювати пріоритети в розвитку та впровадженні нових технологій, оцінювати їх економічну ефективність та визначати продуктову політику. Інноваційні технології відіграють вирішальну роль у залученні нових споживачів та збереженні існуючих. Вони дозволяють оперативно реагувати на потреби споживачів, підвищувати рівень якості послуг та обслуговування й сприяти підвищенню лояльності споживачів. Важливо підкреслити, що впровадження інновацій часто є економічно вигіднішим, ніж відсутність чіткої стратегії управління. Це зменшує витрати на неефективні процеси та забезпечує зростання прибутковості. Ефективне планування стратегії розвитку готелю має базуватися на регулярному аналізі конкурентів, потреб споживачів та технологічних можливостей підприємства. Такий систематичний підхід дозволяє готелям формувати стратегії, що орієнтовані на довгостроковий розвиток, а також впроваджувати нові технології, які безпосередньо відповідають вимогам споживачів. Однією з важливих тенденцій є вдосконалення туристичних та готельних пошукових систем, які спрощують роботу з інформацією як для мандрівників, так і для готелів. Це включає мобільну функціональність для прямих взаємин між готелем та споживачем, наприклад, за допомогою чат-ботів, що підвищують ефективність взаємодії з гостями та конверсію на сайті готелю. Онлайн-маркетинг стає більш стратегічним та спрямованим на конкретні сегменти ринку. Він дозволяє готелям створювати конкурентоспроможні пропозиції, зосереджені на потребах споживачів, і підвищувати впізнаваність бренду. Це є невід'ємною частиною сучасних

маркетингових стратегій, що дозволяє забезпечити ефективну комунікацію з цільовою аудиторією.

Отже, інноваційні технології є важливим елементом забезпечення та підвищення якості послуг, розвитку готельного бізнесу, сприяючи зростанню ефективності, підвищенню конкурентоспроможності та поліпшенню обслуговування споживачів.

Список використаних джерел

1. Fawaz Z.R. (2015) Lifestyle Hotels: The Emergence of a New Creative Class. URL: <http://4hoteliers.com/features/article/9005>
2. Oates G. Three Trends That Explain the Rise in Lifestyle Hotels, Travel+Leisure. URL: <http://www.travelandleisure.com/articles/rise-of-lifestyle-hotels>
3. Rosenbloom S. (2015) Hotels for the Next Generation, The New York Times. URL: https://www.nytimes.com/2015/03/22/travel/hotels-for-the-next-generation.html?_r=0.
4. Капліна Т.В., Красномоєць В.А. Інновації в системі розвитку підприємств готельного господарства. Підприємництво та інновації. 2021. № 16. С. 63–66.
5. Максименко О.Р., Красножон С.В. Інноваційні технології у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі. Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. Хмельницький, 2020. № 16. С. 252–261.
6. Паска М.З., Радзімовська О.В., Гузенко І.І., Гузенко А.Ю., Холявка В.З. Інновації в готельно-ресторанній індустрії. Humanities Studies. 2022. № 12 (89). С. 153–159.
7. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення : монографія. Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2002. 315 с. 12. Radisson Blu Iveria Hotel, Tbilisi City Centre. Radisson Hotels. URL: <https://www.radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-blu-tbilisi>.
8. Деяк Б.С., Кушнір Н.О. Світова готельно-ресторанна індустрія в умовах міжнародної конкуренції. Ефективна економіка. 2022. № 12. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.54>.
9. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Пасічник М.П. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Економіка та суспільство. 2022. № 40. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.
10. Безручко Л., Білоус С., Філь М. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та суспільство. 2023. № 47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47->

43.

11. Давидова О.Ю. Колесникова В.Д. Диджиталізація як драйвер зростання конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Бізнес Інформ: наук. журнал. 2022. № 12. С. 113–120.

12. Голєніщева Є.Ю. Каратушина К. А. Диференціація послуг як фактор підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств // Матеріали II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя 10 листопада 2023 р.) – 835-839 с.

13. Давидова О. Ю., Сисоєва С. І. Концептуальні напрями забезпечення і підвищення якості послуг підприємств готельно-ресторанного господарства Інтернаука. Серія: «Економічні науки». 2022. №12. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-12-8475>

14. Даниленко-Кульчицька В.А. Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. № 6. С. 19–23.

15. Shtal, T., Davydova, O., Sysoieva, S., Logvinkov, S., Zhukov, V. Innovative risk management in the hotel and restaurant business: Scientific and practical aspect. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series Economics, 2024, 11(2), pp.. 116–125. URL:<http://surl.li/fpjcaay>.

Reference

1. Fawaz Z.R. (2015) Lifestyle Hotels: The Emergence of a New Creative Class. URL: <http://4hoteliers.com/features/article/9005>

2. Oates G. Three Trends That Explain the Rise in Lifestyle Hotels, Travel+Leisure. URL: <http://www.travelandleisure.com/articles/rise-of-lifestyle-hotels>.

3. Rosenbloom S. (2015) Hotels for the Next Generation, The New York Times. URL: https://www.nytimes.com/2015/03/22/travel/hotel-s-for-the-next-generation.html?_r=0.

4. Kaplina T.V., Krasnomovets V.A. Innovations in the development system of hotel enterprises. Entrepreneurship and innovation. 2021. No. 16. P. 63–66.

5. Maksimenko O.R., Krasnozhon S.V. Innovative technologies in the tourism and hotel-restaurant business. Collection of scientific papers of the Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic Institute. Khmelnytskyi, 2020. No. 16. P. 252–261.

6. Paska M.Z., Radzimovska O.V., Guzenko I.I., Guzenko A.Yu., Kholiyavka V.Z. Innovations in the hotel and restaurant industry. Humanities Studies. 2022. No. 12 (89). P. 153–159.

7. Chukhrai N. Formation of the innovative potential of the enterprise: marketing and logistics support: monograph. Lviv: Lviv Polytechnic National University, 2002. 315 p. 12. Radisson Blu Iveria Hotel, Tbilisi City Centre. Radisson Hotels. URL: <https://www.radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-blu-tbilisi>.

8. Deyak B.S., Kushnir N.O. The global hotel and restaurant industry in conditions of international competition. Efficient economy. 2022. No. 12. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.54>.

9. Lysyuk T.V., Tereshchuk O.S., Pasichnyk M.P. Innovative technologies in the hotel and restaurant industry. Economy and society. 2022. No. 40. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.

10. Bezruchko L., Bilous S., Fil M. Hotel industry of Ukraine in the conditions of war: current state and development prospects. Economy and society. 2023. No. 47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-43>.

11. Davydova O.Iu. Kolesnykova V.D. Dydzhytalizatsiia yak draiver zrostannia konkurentospromozhnosti pidpriumstva hotelno-restorannoho biznesu. Biznes Inform: nauk. zhurnal. 2022. № 12. S. 113–120.

12. Holenishcheva E.Yu. Karatushina K. A. Differentiation of services as a factor in increasing the competitiveness of hotel enterprises // Materials of the 2nd International Scientific and Practical Conference "World Achievements and Modern Trends in the Development of Tourism and the Hotel and Restaurant Industry" (Zaporizhia, November 10, 2023) - 835-839 p.

13. Davydova O. Yu., Sysoeva S. I. Conceptual directions of ensuring and improving the quality of services of hotel and restaurant enterprises Internauka. Series: "Economic Sciences". 2022. No. 12. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-12-8475>

14. Danylenko-Kulchytska V.A. The impact of the war on the hotel and restaurant business of Ukraine. Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe. 2022. No. 6. P. 19–23.

15. Shtal, T., Davydova, O., Sysoieva, S., Logvinkov, S., Zhukov, V. Innovative risk management in the hotel and restaurant business: Scientific and practical aspect. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series Economics, 2024, 11(2), pp.. 116–125. URL: <http://surl.li/fpjcaj>.

Davydova O.Y., Sysoieva S.I. The modern paradigm of quality management of services of hotel enterprises. Subject of study. Innovations in improving the quality of services and competitiveness of hotel enterprises.

The aim of the study. Study of the main trends and trends in the hotel services market, development of directions for ensuring and improving the quality of services of hotel enterprises, as well as studying the consumer

segment of millennials, who actively influence the development of the hotel industry.

Research methods. The article uses the conceptual provisions of the system approach, as well as methods of deduction, logical analysis and synthesis, comparative analysis, graphical interpretation of data.

Results of work. The relevance of this topic is due to the ever-growing interest in new technologies, as well as the need for hotels to adapt to the changing needs of modern tourists. In recent years, the global hotel industry market has undergone significant changes due to several key factors. The growth of the millennial segment – this generation has become an important new segment of hotel consumers. Millennials have specific requests and expectations from hotel service, which has led to changes in the strategic approaches of hotel chains. Hotels are actively developing new sub-brands and redesigning spaces to meet the expectations of this audience. Digitalization of services, automation of processes, as well as interactive services are becoming important aspects. The impact of digital innovations that hotels are widely implementing is studied: mobile booking apps, digital room keys, automated check-in and check-out systems, and personalized digital services for guests. Digital innovations not only simplify the interaction with consumers, but also increase the overall level of service, reducing service times and facilitating the booking process. Online services have a significant impact on the hotel services market, offering consumers alternative accommodation options. It has been proven that hotels are actively implementing new marketing solutions, using social networks to communicate with consumers, promoting services and brands, thus attracting a wide audience. The article analyzes the ratings of the world's largest hotels and operators, which demonstrates global trends in the market. The presence of international hotel operators in the market of Ukraine and other countries is also an important component reflecting the process of globalization of the hotel industry. Therefore, innovations not only change the internal processes of hotel enterprises, but also form new trends in the development of the entire industry. Hospitality enterprises that actively introduce innovations, in particular in the technological and marketing spheres, gain competitive advantages and meet modern consumer needs.

Keywords: quality, innovations, hotel, enterprise, products, services, hotel industry, consumers.

Стаття надійшла до редакції: 03.11.2024р.