

Давидова О. Ю.,
д-р екон. наук, професор,
професор кафедри готельного, ресторанного бізнесу та туризму,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Технології в галузі гостинності розвиваються швидкими темпами. Це пов'язано з тим, що основним завданням готельних підприємств є залучення більшої кількості постійних споживачів. В умовах ринкових відносин здійснити це завдання без впровадження інновацій виявляється неможливим, тому підприємства готельного господарства переорієнтуються на інноваційну діяльність. На кожному підприємстві готельного господарства існує набір стандартних технологій зі здійснення поточних операцій та обслуговування споживачів. Але вони не завжди здатні забезпечити підприємству конкурентні переваги. Тому керівництво кожного готелю веде постійний пошук нових можливостей удосконалення техніко-технологічних, організаційних та інших факторів діяльності. Одним із нововведень в готельному бізнесі є екологічні інновації. Багато туристів розуміють проблеми навколишнього середовища й усвідомлюють, що їх дії й робота готелів, послугами яких вони користуються, можуть чинити негативний вплив на довкілля [1].

Все більшої популярності набувають еко-готелі – готелі, які впроваджують екологічні інновації. Наразі туристи віддають перевагу екологічному та безпечному для здоров'я й навколишнього середовища відпочинок. Особливістю еко-готелів є застосування під час будівництва екологічно чистих матеріалів, автономних систем отримання електроенергії, сортування сміття, озеленення території об'єкту тощо. Для забезпечення споживачів послугами харчування такі готелі можуть передбачувати власне сільське господарство для вирощування екологічно чистої сировини, або користуватися послугами інших таких господарств. Екологічні готелі розташовуються як у заповідних природних зонах, так і в мегаполісах й забезпечують відвідувачам чисту воду, екологічно чисте харчування, натуральні матеріали обробки номерів тощо.

Прикладом екологічних інновацій є еко-готель в Баварії, особливістю якого є те, що він побудований виключно з дерева без використання цвяхів. У готелі використовуються альтернативні джерела енергії, передбачена переробка відходів, дощова вода використовується в туалеті, що дозволяє економити природні ресурси. Ще одним прикладом еко-готелю є португальський готель *Esorkhotel* в місті Евора, унікальність якого полягає у тому, що все покриття в будівлі зроблене з пробки. Еко-готель використовує сонячну енергію для водопостачання, нагріву будівлі й басейнів. Результати досліджень Корнельського університету показали, що понад 90 % опитаних споживачів готелів готові сплачувати більше за екологічні продукти та послуги [2].

Серед інноваційних технологій у готельному бізнесі важливе місце займає заощадження природної енергії і пошук альтернативних її джерел. Так, до найбільш високотехнологічних рішень належить оснащення номерів готелів новітніми панелями Grow, які кріпляться на зовнішньому боці фасаду та акумулюють енергію сонця й вітру. До інновацій також відноситься застосування iPhone як ключів від кімнати, а також облаштування у готелях «безшумних електронних дверних дзвінків». У номері встановлюється інфрачервоний сканер, який фіксує певні рухи та надає електронні сигнали, наприклад «не турбувати». Застосування біометричного сканування відбитків пальців надає споживачам можливість розраховуватися за усі послуги без готівки й кредитної картки. Встановлення «розумних» кондиціонерів, які зчитують дані з термометра на вулиці, аналізують рухи споживача і в залежності від цього оптимізують температуру в кімнаті. Однією з найпопулярніших розробок сьогодення є електронне управління готелем – для готелю під замовлення створюється спеціалізована система, до якої підключаються всі співробітники. Системи управління електроенергією (енергією) – контроль подавання світла та оптимізації температури в кімнатах готелю. Система управління внутрішніми службами готелю (бек-офіс). Персонал отримує доступ до таких даних: який номер потрібно прибрати, що слід відремонтувати, чим необхідно до оснастити номер тощо, при цьому до уваги приймаються особливі бажання гостей. Швидкісний бездротовий доступ в Інтернет (Wi-Fi) – готель може контролювати параметри надання доступу, трафік/ час/ швидкість. Системи інтерактивного телебачення, система візуального відображення інформації (Digital Signage) – повідомляє споживачам корисну інформацію, місце і час проведення культурно-розважальних заходів, конференцій тощо. Мультимедійні технології – технологія «віртуальний тур», яка дозволяє оглянути номери готелю, холи, ресторани, оцінити комфорт і затишок готелю в тривимірному зображенні.

Сучасні інновації потребують великих фінансових ресурсів, проте власники готелів розуміють необхідність цих вкладень, тому що це дозволить забезпечити підприємству мати потужні конкурентні переваги на ринку. Розробка та впровадження інноваційних технологій сприятиме поліпшенню якості обслуговування споживачів, підвищенню конкурентоспроможності та іміджу готелю, дозволить зробити підприємство готельного господарства унікальним. Таким чином, розробка та впровадження у підприємстві готельного господарства сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих інноваційних технологій дозволить підвищити його конкурентоспроможність, максимально задовольнити потреби споживачів у високоякісних послугах, забезпечити сталий розвиток готельного бізнесу та відповідати світовим стандартам готельного обслуговування.

Список літератури:

1. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: концептуальний аспект / О. Ю. Давидова // Бізнес Інформ. – 2018. – № 6. – С. 139–144.

2. Innovation in hospitality and tourism [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.books.google.com.ua>.

УДК 339.13:004.738.5

Кравець О. М.,
ст. викл. кафедри туризму і готельного господарства,
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОСТИННОСТІ: ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ

Глобальна діджиталізація сучасного суспільства призводить до радикальної зміни у способах спілкування. Сфера послуг, до якої відносять підприємства гостинності і туризму, активно адаптується до нових моделей і засобів комунікації із споживачами у просуванні послуг.

Перенасичення традиційною рекламою (ATL) призводить до «рекламної сліпоти» споживача і вимагає нетривіальних підходів у боротьбі за його увагу.

Вірусний маркетинг – це маркетинговий підхід, який використовує людей для підвищення обізнаності суспільства про бренд, товар або послугу. Це «поширення інформації в прогресії, близької до геометричної, де головним розповсюджувачем інформації є самі одержувачі інформації, шляхом формування змісту, здатного залучити нових одержувачів інформації за рахунок яскравої, творчої, незвичайної ідеї або з використанням природного або довірчого послання» [1].

Вірусний маркетинг і вірусну рекламу відносять до маркетингових методів цілеспрямованого використання соціальних мереж, ЗМІ, Інтернет-спільнот, блогів, Вікіпедії або будь-якої аналогічної діяльності в Інтернеті. Даний підхід розповсюдження реклами використовує давню звичку людства – ділитися інформацією один з одним. Тобто, користувачі самі транслюють повідомлення, яке містить необхідну інформацію, тому що вона їм цікава. Внаслідок того, що у більшості населення спостерігається низький рівень довіри до реклами, то від знайомої або незнайомої, але від не зацікавленої особи, людина з готовністю вислухає відгуки про товари чи послуги. В той час як побачивши рекламу від виробника потенційний споживач її просто проігнорує.

Головні інструменти вірусного маркетингу [2-3]:

- *Offline*: 1) розповсюдження необхідної маркетингової інформації у вигляді пліток (*Buzz*); 2) вербальна рекламна комунікація «з уст в уста» (*WOM*), або «сарафанне радіо»; 3) лідери думок (*Opinion Leaders*); 4) комунікація за принципом «приведи друга» (*Friend*);

- *Online*: 1) відеороліки (*Viral Video*); 2) зображення, креативні тексти, інфографіка (*Blogging*); 3) конкурси та акції (*Giveaway*); 4) флеш-ігри, де фігурує марка (*Viral Games*).