

HOTEL, CATERING BUSINESS AND TOURISM

Olena Kashynska, Candidate of Pedagogical Sciences, Lecturer

Separate Structural Subdivision

“Professional College of the State Institution

“Luhansk Taras Shevchenko National University”

Poltava, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-417-7-14>

LEVELS OF INNOVATION IN HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES

РІВНІ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Інноваційні стратегії та перспективні напрями розвитку готельно-ресторанних підприємств надзвичайно важливі в процесі управління готельно-ресторанними комплексами. Інноваційний процес – це сукупність процедур і засобів, за допомогою яких наукове відкриття, ідея перетворюється на соціальну, в тому числі освітню інновацію [1, с. 203–205].

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності, одним із важливих чинників ефективності їх діяльності є постійні інновації в процесі та збалансована стратегія розвитку. Інноваційні стратегії в готельно-ресторанному бізнесі є економічно ефективними та доцільними за умови забезпечення високого рівня рентабельності, удосконалення процесу обслуговування, розширення асортименту послуг, зниження витрат, підвищення рівня конкурентоспроможності, удосконалення та оптимізації роботи всіх послуг готелю або ресторану [2, с. 67]. Проте, не всі інновації однакові, особливо якщо брати до уваги їх вплив на гостей. Еволюцію готельних інновацій можна розглядати на трьох рівнях, кожен з яких представляє різний підхід і глибину орієнтації на гостей.

На першому рівні інновацій основна увага приділяється внутрішнім процесам в роботі готелю, ресторану. Цей підхід визначає пріоритети підприємств, часто не звертаючи уваги на безпосередні

потреби клієнтів (покращення речей у готелі, іноді за рахунок зручності для гостей).

Переходячи на *другий рівень*, готельно-ресторанні підприємства починають усвідомлювати вплив своїх операційних рішень на гостей. Проте спроба визначення потенційних негативних наслідків для гостей і їх компенсація не завжди відповідає справжнім потребам клієнтів.

Третій рівень, рідкісний і набагато складніший для досягнення, на ньому відбуваються справжні інновації, керовані гостями. Цей рівень починається і закінчується досвідом клієнтів. Йдеться про переосмислення та трансформацію послуг для створення нової цінності та виняткових вражень з точки зору гостя. Цей підхід вимагає глибокого розуміння вподобань гостей, готовності йти на більший ризик і, часто, значних інвестицій у нові концепції та технології.

Розглянемо детальніше стратегії, які формують майбутнє готельно-ресторанних інновацій [3].

1. Інновації «навиворіт»: операційний фокус. Ця стратегія в першу чергу зосереджена на вдосконаленні операційних процесів та більш ефективному управлінні витратами. Йдеться про оптимізацію кожного механізму, щоб підприємство працювало безперебійно та економічно ефективно. Незалежно від того, чи використовуються нові технології, чи переосмислюються робочі процеси персоналу, чи оновлюються протоколи обслуговування, мета полягає в тому, щоб зробити повсякденну роботу підприємства більш гнучкою та менш ресурсозатратною.

У гонитві за операційною ефективністю та економією коштів готелі та ресторани часто впроваджують зміни, які в першу чергу сприяють їхньому внутрішньому менеджменту та кінцевим результатам, іноді не звертаючи уваги на вплив цих змін на гостей. Такий підхід, зосереджений головним чином на потребах готелю, може призвести до рішень, які, хоч і вигідні для готелю, можуть погіршити комфорт і задоволення гостей.

Наприклад, повторне використання рушників:

- операційна мотивація: заохочуючи гостей повторно використовувати рушники, готелі прагнуть зменшити частоту прань, заощаджуючи витрати на воду та електроенергію;

- непомічений вплив на відвідувачів: ця політика, яка часто розглядається як захист навколишнього середовища, може

сприйматися гостями як зниження якості обслуговування, особливо тими, хто чекає щодня свіжих рушників.

Відмова від щоденного прибирання номерів:

- операційна мотивація: зменшення частоти прибирання кімнат зберігає ресурси та зменшує робоче навантаження на покоївок;
- непомічений вплив на гостей: гості можуть розглядати це як те, що готель економить на чистоті та обслуговуванні, особливо це помітно під час тривалого перебування.

Інновації «навиворіт» вимагають тонкого балансу. Хоча підтримка операційної ефективності має важливе значення, не менш актуально переконатися, що ці вдосконалення не погіршують загальне враження гостей. Готелі мають усвідомлювати, що економія коштів і покращення їх впливу на навколишнє середовище не повинні відбуватися за рахунок задоволення гостей. Дотримуючись цього балансу, вони можуть закласти міцну основу для надання виняткових послуг, гарантуючи, що оперативні вдосконалення позитивно сприятимуть враженню гостей.

2. Інновації, орієнтовані на досвід гостей: компенсаційний підхід.

Інноваційна стратегія, орієнтована на досвід гостей, ставить гостя на передній план у всіх процесах прийняття рішень. Цей підхід визнає, що будь-яка операційна зміна може суттєво вплинути на клієнта, незалежно від того, наскільки вона мала. Йдеться про розуміння цих впливів і інноваційну компенсацію за них, щоб зберегти та підвищити задоволеність гостей.

Цю стратегію характеризує проактивна позиція щодо потреб і вподобань клієнтів. Готелі, які застосовують цей підхід, постійно оцінюють і адаптують свої послуги відповідно до того, що найбільше цінують їхні гості, забезпечуючи високоякісний персоналізований досвід.

Незважаючи на те, що цей підхід більше орієнтований на відвідувачів, ніж інновації зсередини, він часто не відповідає очікуванням гостей, оскільки винагорода не завжди може відповідати індивідуальним уподобанням або потребам гостей. Наприклад, пропуск прибирання кімнати може компенсуватись готелем пропозицією безкоштовного напою в барі. Деякі гості можуть оцінити цей жест, інші – не вважати його рівноцінним, особливо якщо вони не вживають алкоголь або віддають перевагу чистоті.

Проблема компенсаційного підходу, орієнтованого на досвід гостей, полягає в тому, що він часто ґрунтується на припущеннях про те, що гості цінують, без справжнього розуміння чи врахування їхніх

потреб і вподобань. Компенсації зазвичай стандартизовані, а не персоналізовані, і часто реактивні – пропонуються у відповідь на скаргу чи незадоволення, а не є невід’ємною частиною обслуговування. Готелі повинні глибше розуміти вподобання своїх гостей і пропонувати більш адаптовану компенсацію, щоб цей підхід був ефективнішим.

3. *Інновації, що змінюють правила гри: революція, керована гостями.* Інновації, що змінюють правила гри, представляють собою сміливий ривок у індустрії гостинності, виходячи за межі поступових удосконалень і фундаментально переосмислюючи та революціонізуючи спосіб надання послуг. Цей підхід переосмислює традиційні моделі обслуговування, щоб значно покращити враження гостей та передбачити його потреби.

Ця стратегія передбачає впровадження нових концепцій і досвіду, які є не просто вдосконаленими, а й трансформаційними. Ці інновації спрямовані на створення унікальної ціннісної пропозиції, яка виділяє готель на конкурентному ринку. Наприклад, підлаштована під гостя тривалість перебування передбачає можливість гостям вибирати час заїзду та виїзду, забезпечуючи тим самим гнучкість і персоналізацію, що порушує галузеві норми. Або впровадження унікальних програм лояльності, які виходять за рамки типової системи балів та пропонують індивідуальні місцеві тури, ексклюзивний доступ до подій або можливість для гостей робити внесок у проекти місцевої громади. Кожен із цих прикладів кардинальних інновацій потребує суттєвих змін у традиційних моделях роботи готелів. Вони базуються на передових технологіях, глибокому розумінні вподобань гостей і готовності відійти від галузевих норм. Проблеми включають технологічні інвестиції, потенційні збої в роботі протягом перехідного періоду та переналагодження стратегій управління доходами.

Отже, готельно-ресторанні підприємства повинні прагнути до гармонійного поєднання цих стратегій. Хоча операційна ефективність є основоположною, вона не повинна відбуватися за рахунок задоволення гостей.

Література:

1. Antoshkova, N.A. Analysis of the modern market of restaurant services in Ukraine. *Strategies for Innovative Development of Hotel and Restaurant Enterprises in Ukraine*. URL: https://www.researchgate.net/publication/376825654_Strategies_for_Innovative_Development_of_Hotel_and_Restaurant_Enterprises_in_Ukraine (accessed Mar 29 2024)

2. Нецадим Л., Праїтно Г. Стратегії інноваційного розвитку готельно-ресторанних підприємств України. *Sustainable Socio-Economic Development Journal*, 1(1–2), 67–72. DOI: [https://doi.org/10.31499/2786-7838.ssedj.2023.1\(1-2\).67-7](https://doi.org/10.31499/2786-7838.ssedj.2023.1(1-2).67-7). <http://ssed.udpu.edu.ua/article/view/287506>
3. Jonansson A. Revolutionizing Hospitality: Three Levels of Innovation in Hotels. URL: <https://www.demandcalendar.com/blog/revolutionizing-hospitality-three-levels-of-innovation-in-hotels>