

СЕРВІСНІ ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Вплив зовнішнього середовища, збільшення кількості дестабілізуючих чинників та поява нових глобалізаційних чинників змушує підприємства перейти від бюрократичної системи управління до децентралізації управління шляхом впровадження адаптивного управління. Це, в свою чергу, потребує формування та впровадження нових сучасних моделей управління бізнесом, в тому числі і в готельно-ресторанній сфері. Неодмінною умовою ринкового успіху послуги є сервіс. За відсутності сервісного обслуговування послуга втрачає свою споживчу цінність (чи частину її), стає неконкурентоспроможною й відкидається споживачем [1].

Підприємства готельного господарства є найбільш розповсюдженим, стаціонарним типом розміщення туристів. Вони характеризуються високим рівнем матеріально-технічної бази і сервісу. Всі засоби розміщення відрізняються рівнем комфортабельності та організації обслуговування. Із основних ознак готелів треба відмітити наявність номерів. У залежності від конкретного оснащення і особливості надання послуг у складі готелів розрізняють готелі широкого профілю, готелі квартирного типу, мотелі, придорожні готелі, курортні клуби з проживанням.

Організація сервісу – це досить складний комплекс технічних, маркетингових і комерційних елементів, які залежать від специфіки продукції, ступеня розвитку ринку, гостроти конкуренції та інших ринкових чинників. Для організації сервісного процесу у розгорнутому вигляді розробляється його структурна схема з урахуванням здійснення у певній послідовності наступних основних етапів: зустріч, реєстрація і розміщення; організація проживання; організація харчування; організація надання додаткових послуг. Метою організації сервісного процесу є підготовка інформаційної бази для подальших технологічних та інженерних розрахунків і обґрунтувань, розроблення об'ємно-планувальних рішень будівлі готелю. Для організації необхідно підготувати і викласти інформацію про зміст, окремі характеристики і параметри технологічних процесів, які здійснюються на кожному з вказаних етапів сервісно-виробничого процесу в готелі певного типу і категорії.

Модель сервісного процесу в готелі має відповідати його концепції, зірковості та відображати основні елементи його специфіки. Так, наприклад, сервісна модель агроготелю, яка покликана популяризувати сільські традиції, захист навколишнього середовища, забезпечувати комфортний відпочинок гостей в умовах еколандшафту. Отже, сервісні моделі розробляються на основні етапи сервісно-виробничого процесу згідно з функцією готелю, а саме: зустріч, реєстрація і розміщення гостей; організація проживання; організація харчування; організація надання додаткових послуг.

Інноваційність готельних підприємств, на наш погляд, визначається їхньою готовністю та можливістю продукувати, модифікувати, адаптувати, впроваджувати та використовувати інновації різних рівнів, форм та видів.

За інноваційним потенціалом можна виділити піонерні, модифікуючі, адаптаційні інновації та псевдоінновації. Піонерні інновації включають: нові покоління готелів; піонерні послуги; нові покоління готельних технологій; нові напрями розвитку бізнесу (готельні ланцюги («Hilton», 1948 р.)); концепція «Все включено»; електронні ключі з 1964 року автоматизованих систем управління в готелях; концептуальні готелі, капсульні готелі, хостели та дорміторії, автомобільні кемпінги, незвичайні, екстравагантні, футуристичні, фантазійні, панорамні, еко-готелі.

Модифікуючі інновації пов'язані з удосконаленням, доповненням існуючих практичних засобів задоволення потреб споживачів готельних послуг, які відповідають на їхні запити, з удосконаленнями, спрямованими на задоволення вузьких сегментів готельного ринку. Наприклад, денні готелі спрямовані на пропозицію номерів на кілька годин вдень для бізнес-туристів, які бажають прийняти гігієнічні процедури, підготуватися до зустрічі, відпочити після тривалого перельоту, розмістити багаж.

Адаптаційні нововведення: враховують зміни в зовнішньому середовищі, в розвитку інформаційних технологій, в споживчій поведінці гостей; спрямовані на багатофункціональність новинок; продукують оригінальні новинки, що адаптуються до попиту та специфічних запитів гостей; реалізуються в рамках соціально-етичного маркетингу та концепції «блакитна стійкість» («The Blue Way»). Необхідність до адаптації під національні традиції зумовлює пропозицію номерів за статевою ознакою, з певним температурним режимом, особливим меблюванням, наявністю тих чи інших предметів, які відповідають культурі гостя, відкриття в готелі ресторанів національної кухні. «The Blue Way» характеризує пакет послуг, що надаються відповідно до принципів поновлюваного, енергоефективного та екологічного використання в готельному господарстві. Тенденція до здорового способу життя спровокувала переорієнтацію багатьох готелів на цей сегмент і змусила їх відкрити тренажерні зали, фітнес-центри, спра-салони, побудувати басейни, оновити меню (безглютенове, дієтичне) або відкрити додаткові ресторани зі «здоровою кухнею».

Риси псевдоінновацій мають і спеціалізовані готелі, які пропонують скорочений чи спеціалізований набір пропонованих послуг для обслуговування певного сегмента туристського ринку: учасників конгресів, виставок, ярмарків; гравців у гольф, гірськолижників, велосипедистів, серфінгістів з можливістю зберігання спорядження. Псевдоінновацією є і поява бутік-готелів (з 1984 р.), які були створені на протигагу однотипним готелям для гостей з претензією на ексклюзивність і сьогодні пропонують безліч дивовижних особливостей – наприклад, кімнати з власними назвами, у яких увесь інтер'єр відповідає стилю певної епохи або виконаний у певному кольорі, власний обслуговуючий персонал, гарантований сервіс для домашніх тварин, наявність колекцій оригіналів творів мистецтва.

За об'єктами застосування виділяємо сервісні, процесні та технологічні інновації. Сервісні інновації включають: принципово нові та модифіковані послуги; нові та адаптовані матеріали, нові та модифіковані напівфабрикати і комплектуючі, нові або адаптовані продукти. До цих інновацій відносяться безліч розробок з компонентів «розумних» номерів; апаратний продаж товарів і послуг (наприклад: масажний фен, фотовендінг, автомати для чищення взуття); підбір оптимального маршруту поїздки (подорожей) та бронювання квитків; можливість бронювання готельного номера самим клієнтом через Інтернет; приготування страви самим замовником під керівництвом кухаря, кейтеринг тощо; номери для гостей зі специфічними характеристиками, наприклад «антихраповий» номер, кімнати спеціально для того, щоб виспатися (DeepSleep) з комплексом сервісів, що сприяють розслабленню і засинанню; автоматизоване управління електроенергією – контроль подачі світла і тепла в кімнатах готелю; використання екологічних матеріалів (постільна білизна з антибактеріальними і бактерицидними властивостями); наявність швидкісного бездротового доступу в мережу Інтернет (Wi-Fi) по всьому готелю; застосування брендів гігієнічно-косметичних засобів; застосування сучасних клінінгових технологій (дозування миючих засобів, низькотемпературна побутова хімія).

Процесні інновації пропонують нові методи організації надання послуг, нові організаційні структури, як всередині фірми, так і на міжфірмовому рівні.

Технологічні інновації націлені на створення і застосування значних технологічних удосконалень в продуктах і процесах, технологічно нових або значно вдосконалених послуг, нових або значно вдосконалених способів виробництва (передачі) послуг тощо.

У сфері готельних послуг сервісні та процесні інновації досить часто взаємопов'язані і взаємодоповнюють (через залученість клієнтів у процес надання послуг та клієнтоорієнтований характер діяльності готелів), а технологічні інновації є основою для їх реалізації, виконуючи підтримуючі функції.

Проаналізувавши представлені види інновацій, а також виявивши специфічність сервісних інновацій, стає можливим виділити основні вимоги до інновацій в індустрії гостинності: аспект новизни; має бути вказівка на практичне використання нововведень і досягнуту ефективність; відображення мети впровадження нововведення; врахування специфіки індустрії гостинності. Таким чином, при визначенні інновацій в індустрії гостинності відбувається накладення специфіки інновацій та особливостей індустрії гостинності. Ідентифікуючи сервісні інновації в індустрії гостинності, можна виділити наступні: 1) інновації в сервісній пропозиції; 2) концептуальні інновації; 3) техніко-технологічні інновації; 4) інновації бізнес-процесів підприємства. Найчастіше сервісну інновацію можна зарахувати відразу до декількох, а іноді і до всіх типів виділених інновацій.

З огляду на вимоги до змісту інновацій, а також беручи до уваги специфіку діяльності в індустрії гостинності, можна стверджувати, що сервісні інновації в індустрії гостинності – кінцевий результат інноваційної діяльності, що складається із застосування підприємствами сфери гостинності різних нововведень, спрямованих на вдосконалення власної діяльності і сервісу, що надається, з метою досягнення задоволення постійно зростаючих індивідуальних потреб клієнтів у послугах відпочинку і дозвілля.

Інновації в гостинності передбачають створення нових видів послуг із метою кращого задоволення потреб клієнтів готельно-ресторанного комплексу. Це можливо здійснювати за допомогою інновацій як виробничого (покращення матеріально-технічної бази), так і обслуговуючого (сервісного обслуговування) характеру.

За останні роки Україна стала в основному «виїзною» країною [2; с. 234]. А ті гості, які приїждять до нас з-за кордону, бажають жити в Україні так, як вони звикли в себе вдома. Ось чому вони стурбовані і незадоволені не лише високими розцінками у сфері послуг, але й низькими стандартами українських готелів. Рівень реалізації сервісних інновацій підприємств готельної сфери є одним з чинників підвищення конкурентоспроможності країни.

Список використаних джерел:

1. Шацька З.Я. Трансформація системи управління підприємством в період глобальних змін. *Ефективна економіка*. № 12. грудень 2017. 14 с. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?n=11&y=2017>.
2. Шацька З. Я., Некрасова А. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної сфери. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні», 24 травня 2017 р. Київ: КНУТД, 2017. С. 233–236.