

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-180>

УДК 338.242.2

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ІННОВАЦІЇ У ЗАСТОСУВАННІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

MODERN TRENDS AND INNOVATIONS IN THE APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE HOSPITALITY AND RESTAURANT BUSINESS

Березівська Оксана Йосипівнакандидат економічних наук, доцент,
Львівський національний університет природокористування
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6892-6238>**Горішевський Павло Анатолійович**викладач,
Університет Короля Данила
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1344-8686>**Богайчук Валентин Олександрович**викладач,
Одеський національний Економічний Університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-8318-5435>**Berezivska Oksana**

Lviv National Environmental University

Gorishovsky Pavlo

King Danylo University

Bogaichuk Valentyn

Odesa National Economic University

Стаття розглядає сучасні тренди та інновації у готельно-ресторанній справі у контексті цифровізації. Актуальність застосування цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі обумовлена швидкими технологічними змінами, сервісоорієнтованим підходом та зміною споживчих переваг. Галузь потребує нових інновацій для забезпечення стійкого розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Проблема полягає у необхідності визначення трендів та інновацій, які продовжують розвивати готельно-ресторанну справу в умовах дигіталізації. Досліджуються технології, що впливають на підвищення конкурентоспроможності, покращення сервісу та забезпечення стратегічних переваг готельних та ресторанных підприємств. Цифрова трансформація глибоко впливає на готельно-ресторанний сектор, який залишається одним з найбільш конкурентних та споживчо-орієнтованих галузей. У сучасних умовах цифрові технології сприяють підвищенню продуктивності, задоволенню потреб гостей та створенню нових бізнес-моделей.

Ключові слова: цифрові технології, інновації, готельний бізнес, ресторанный бізнес, дигіталізація.

The article examines modern trends and innovations in the hotel and restaurant business in the context of digitalization. The specifics of the hotel and restaurant business, as a service sector in which tourism trends, consumer preferences and technological capabilities are rapidly changing, presupposes the priority application of innovative technologies. The relevance of the use of digital technologies in the hotel and restaurant business is due to rapid technological changes, a service-oriented approach and changing consumer preferences. The modern hotel and restaurant business is experiencing a phase of large-scale digitalization, which is defined by new challenges and opportunities. The industry needs new innovations to ensure sustainable development and increase competitiveness. The problem lies in the need to identify trends and innovations that continue to develop the hotel and restaurant business in conditions of digitalization. The purpose of the study is to identify key digital trends and innovations that

contribute to increasing the efficiency and quality of service in the hotel and restaurant sector. The object of the study is the modern hotel and restaurant business, which is in the phase of active digital transformation. The subject of the study is innovative digital technologies and trends that form new standards of service, management and marketing in the industry. Technologies that influence the increase of competitiveness, improvement of service and provision of strategic advantages of hotel and restaurant enterprises are studied. Digital transformation is deeply affecting the hotel and restaurant sector, which remains one of the most competitive and consumer-oriented industries. In today's environment, digital technologies contribute to increasing productivity, meeting the needs of guests and creating new business models. It was determined that digital technologies are a key driver of the development of the hotel and restaurant business. The introduction of automated management systems, personalization of service with the help of AI and the use of augmented reality significantly increase the competitiveness of enterprises. Further research can be aimed at studying the impact of digitalization on environmental sustainability and sustainable development in the hotel and restaurant industry.

Keywords: digital technologies, innovations, hospitality business, restaurant business, digitalization.

Постановка проблеми. Сучасна індустрія готелів і ресторанів переживає масштабну фазу цифровізації, що приносить із собою нові виклики та можливості. Глобальна пандемія COVID-19 підштовхнула швидко впровадження технології безконтактного обслуговування, онлайн-бронювання та управління через мобільні додатки. За даними Statista, до 2022 року 70% клієнтів обиратимуть готелі з онлайн-реєстрацією та автоматизованими процесами. Тим часом звіт McKinsey показує, що компанії, які активно використовують цифрові технології, отримують на 20-30% більше доходу, ніж їхні традиційні конкуренти.

Основними трендами є використання штучного інтелекту (AI) для персоналізації послуг, автоматизації процесів бронювання та управління, використання великих даних (Big Data) для аналізу поведінки клієнтів і впровадження технології доповненої реальності (AR) для покращення взаємодії з клієнтами. Водночас 45% компаній галузі стикаються з труднощами в інтеграції нових технологій через високі витрати на впровадження та недостатню кваліфікацію персоналу. Головною проблемою тому є відсутність системного підходу до впровадження цифрових технологій та необхідність навчання персоналу використанню інноваційних інструментів. Подальший розвиток готельно-ресторанного бізнесу залежить від здатності галузі адаптуватися до нової ситуації та активно використовувати потенціал цифрових інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження інновацій у готельно-ресторанному бізнесі досліджують як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, серед яких: Чень М., Мао С., Лю Ю. [1], Гандомі А., Хайдер З [2], Марр Б. [3], Катал А., Вазід М., Гоудар Р. [4] та інші.

Але, деякі дискусійні питання щодо сучасних трендів та інновацій у застосуванні циф-

рових технологій у готельно-ресторанному бізнесі не були досліджені у повній мірі вітчизняними науковцями та потребують ретельного опрацювання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значний прогрес у застосуванні цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі, залишаються певні аспекти, які потребують подальшого дослідження та вдосконалення, а саме: недостатній рівень персоналізації клієнтського досвіду, інтеграція технологій у малий та середній бізнес, збільшення обсягу даних, що обробляються, створює нові ризики для захисту персональних даних клієнтів, доступність цифрових інструментів для різних соціальних груп, включно з людьми з обмеженими можливостями, потребує більшої уваги.

Подальше дослідження має бути спрямоване на розв'язання цих проблем через розробку адаптивних технологій, створення доступних рішень для малого бізнесу та інтеграцію екологічних стандартів у цифрову трансформацію галузі.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення ключових цифрових трендів та інновацій, що сприяють підвищенню ефективності та якості обслуговування у готельно-ресторанному секторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Будучи індустрією послуг, у якій тенденції подорожей, споживчі вподобання та технологічні можливості швидко змінюються, готельно-ресторанний бізнес характеризується пріоритетним застосуванням інноваційних технологій. Сьогодні бізнес є надзвичайно важливими, оскільки сучасна економіка характеризується інноваціями, які самі створюють і покращують конкурентоспроможні технології, вдосконалюють виробничі структури, якість і соціальні сфери. Враховуючи свій потенціал, наукову базу та кадровий потенціал,

Україна має необхідні передумови для успішного впровадження інноваційних рішень як рушія економічного прогресу, спрямованих на привертання уваги споживачів та надання високоякісних продуктів і послуг, передбачення майбутнього. потреби споживачів і заохочувати амбітні соціальні, екологічні та ініціативи з управління. Проте повномасштабне російське вторгнення вкрай негативно позначилося на туристичній галузі, в тому числі готельно-ресторанному бізнесу в цілому: різко скоротилася матеріально-технічна база галузі та обсяг інвестицій туди, впав попит населення. Суттєві зміни відбулися як у способах доступу до відповідних сервісів (а отже, змінилося їхнє призначення, перепрофільовано для військовослужбовців, волонтерів, біженців тощо), так і в усьому внутрішньому бізнес-середовищі [5].

Оскільки нам ще належить оговтатися від пандемії COVID-19, наша держава змушена приймати нові виклики. Аналізуючи вплив війни на готельну індустрію в Україні, можна виділити кілька напрямків негативного впливу: закриття або злиття підприємств на окупованих територіях, виведення з міжнародного ринку готелів, розташованих на окупованих територіях; втрата кваліфікованого персоналу через відокремлення або зникнення споживачів готельних послуг; недоінвестування в готельний ринок; збої в ланцюгу поставок тощо. Усі ці фактори унеможливили розвиток готельно-ресторанного бізнесу, не кажучи вже про впровадження інновацій, особливо в перші місяці вторгнення, оскільки основною метою було максимально стабілізувати ситуацію та об'єднати всі зусилля та ресурси для виживання. Проте складна економічна ситуація, численні фінансові кризи та соціальні виклики, спричинені війною ускладнили роботу українського бізнесу на ринку. Тому інновації стали незамінним інструментом для забезпечення сталого розвитку галузі. Зокрема, перспективними напрямками є: репозиціонування готельних послуг в якості реабілітації, активізація готельних компаній з адаптацією до реалій воєнного часу та пошуком нових форм обслуговування (укриття, автономне електропостачання); розвиток екоготелів, орієнтованих на альтернативну енергетику, а також збільшення кількості апартаментів, більш придатних для комфортного тривалого проживання [6].

Задоволення таких вимог потребує впровадження інноваційних підходів та впровадження новітніх технологій, оскільки постій-

ний пошук креативних ідей та розвиток інновацій є важливими факторами успіху готельного та ресторанного бізнесу в невизначених та конкурентних ринкових умовах. Кожна криза повинна закінчуватися. У світі повноприкладів того, як країни відновлюються та стають кращими після масштабних конфліктів, що також стосується індустрії гостинності. Зарубіжний досвід у цьому плані позитивний. Наприклад, Хорватія також пережила війну в 1990-х роках, але змогла відновитися економічно завдяки відрахуванням на туризм, який зараз становить 15% ВВП країни (порівняно з країнами ЄС, на які припадає 15% ВВП протягом 3–5%, у довоєнний період в Україні було 1,5%). У той час Хорватія знайшла інноваційне рішення проблеми: ресторани, які активно почали поширювати національні страви з морепродуктів по всій Європі. Нині це відомо як організація власного імпорту, що є засобом утримання готельно-ресторанного бізнесу та способом зниження ризиків [7\$ 8].

Іншим прикладом післявоєнної реконструкції, головним чином відновлення та розвитку готельної індустрії, є Грузія, яка зазнала серйозних втрат у готельній та ресторанній індустрії після війни з Росією у 2008 році. З метою відродження готельного та громадського харчування в Грузії протягом 2008–2020 рр. уряд прийняв низку заходів, зокрема активне впровадження інновацій, спрямованих на забезпечення фінансового управління та інвестицій: надання підтримки малим і середнім підприємствам готельного та громадського харчування, сприяння розвитку інфраструктури, співпраця з іноземними інвесторами, зацікавленими у розвитку готельного бізнесу країни. Наприклад, у 2018 році Radisson Hotel Group відкрила новий готель Radisson Blu Iveria в Тбілісі, який поєднує в собі багато інноваційних технологій, таких як безкоштовний Wi-Fi, індивідуальні системи клімат-контролю, азіатські ресторани ф'южн Operations, технології фітнес-центру, бізнес-центру, цифрової конференції. зал, можливість проведення заходів у гібридному форматі, наявність кейтерингових послуг тощо.

У цьому контексті Україні варто використати досвід країн, які ефективно відновили свою готельну індустрію після кризових ситуацій, зокрема війни. Будь-які інновації певним чином впливають на збагачення переліку послуг в готелях і ресторанах, а також на вдосконалення технічних, функціональних і організаційних процесів в готельному секторі, тому є ключовим фактором зростання

будь-якого готельно-ресторанного комплексу, де використовується потенціал для забезпечення впровадження інноваційних технологій. Інновація має певні ознаки, що становлять основу інноваційного розвитку та активізації інноваційних процесів у сфері готельного господарства: новизна техніки, технології, практична застосовність. Можливості інноваційних технологій підкреслюють їх важливість як інструментів для готельно-ресторанного бізнесу, причому кожна технологія відіграє особливу роль на шляху до стабільної діяльності бізнесу [9].

Важливою роллю інновацій у готельно-ресторанному бізнесі в його розвитку є:

1. Підвищення конкурентоспроможності – інновації дозволяють готелям і ресторанам відрізнятись від конкурентів, пропонуючи унікальні та привабливі послуги; впровадження інноваційних рішень і технологій для підвищення якості обслуговування, ефективності процесів і задоволення клієнтів. Наприклад, інноваційні підходи до дизайну інтер'єру, розробка унікальних кулінарних концепцій, використання екологічних матеріалів.

2. Залучення нових клієнтів – інновації привертають увагу нової аудиторії, що збільшує трафік відвідувачів і клієнтів. Наприклад, запровадження екологічної свідомості, використання цифрових технологій для замовлення послуг, запровадження нових форм розваг тощо.

3. Підвищення ефективності та оптимізація процесів – інновації автоматизують щоденні операції, тим самим підвищуючи ефективність систем управління та знижуючи витрати. Наприклад, використання системи управління операційною системою готелю або запровадження розумної системи управління рестораном, запровадження інноваційних розумних пристроїв та Інтернету речей (IoT), використання яких дозволяє створити більш зручне та персоналізоване середовище для клієнтів, які можуть контролювати освітлення через мобільні додатки, температуру, замовляйте послуги або використовуйте номер доступу електронного ключа. Вищесказане повною мірою ілюструє безпосередній зв'язок підприємства готельно-ресторанного бізнесу з впровадженням інновацій, що безпосередньо впливає на його розвиток та успішність (рис. 1).

При розробці та впровадженні інновацій у готельно-ресторанному бізнесі важливо враховувати особливості того чи іншого покоління. Кожне нове покоління має свої унікальні

характеристики, цінності, споживчі звички та очікування, які впливають на їхній попит на товари та послуги. Наприклад, порівняно з поколіннями X і Y (народжені між 1965 і 1980 і 1981 і 1996 роками відповідно), покоління Z (народжені після 1997 року) має високі технічні навички, прагне до зручностей і активного використання мобільних додатків, соціальних мереж і онлайн-сервісів для пошуку готелів, ресторанів і бронювання столиків. Вони вимагають іншого стилю обслуговування, зовнішнього вигляду та дизайну інтер'єру, а також харчування та меню, щоб відповідати зростаючому інтересу молоді до здорового способу життя, що спонукало готельно-ресторанний бізнес орієнтуватися на інноваційні підходи до приготування здорової їжі, використання органічних продуктів, створення вегетаріанського або веганського меню [10]. Враховуючи це, можна сказати, що без інновацій та постійного моніторингу змін у потребах і бажаннях споживачів і клієнтів готельно-ресторанний бізнес буде «заморожений» у часі, унеможлививши власний розвиток. Такі інноваційні технології будуть актуальні для готельної індустрії: інноваційний енергоменеджмент, інтелектуальне резервування місць для паркування, використання інфрачервоних додатків сканери, використання веб-чат-ботів, створення технічних конференц-залів, застосування технологій віртуальної та доповненої реальності. Вчені зосереджені на інноваціях у цифрових технологіях: меню з QR-кодами, встановлення «цифрових вивісок» у холах і ресторанах і подавати страви, насолоджуватися молекулярною кухнею. Подібні інновації у готельно-ресторанному бізнесі допомагають адаптуватися до змін потреб і запитів споживачів, створюючи передові умови для подальшого розвитку галузі [11]. Однак їх ігнорування може призвести до стагнації, втрати клієнтської бази та можливості конкурувати на ринку товарів і послуг, що в кінцевому підсумку призведе до руйнування бізнес-ідеї та, відповідно, самого бізнесу. У цьому випадку є два способи подальших дій, наслідки кожного з яких містять позитивні чи негативні для нього конотації. Перший підхід спрямований на «порятунок» бізнесу, що можливо лише шляхом модифікації маркетингової та рекламної стратегії відповідно до сучасних тенденцій і потреб споживачів, інвестування в дослідження та впровадження нових інноваційних технологій, навчання та розвитку персоналу, які стануть початком ренесансу бізнесу, адаптації до поточних змін у галузі та подальшого

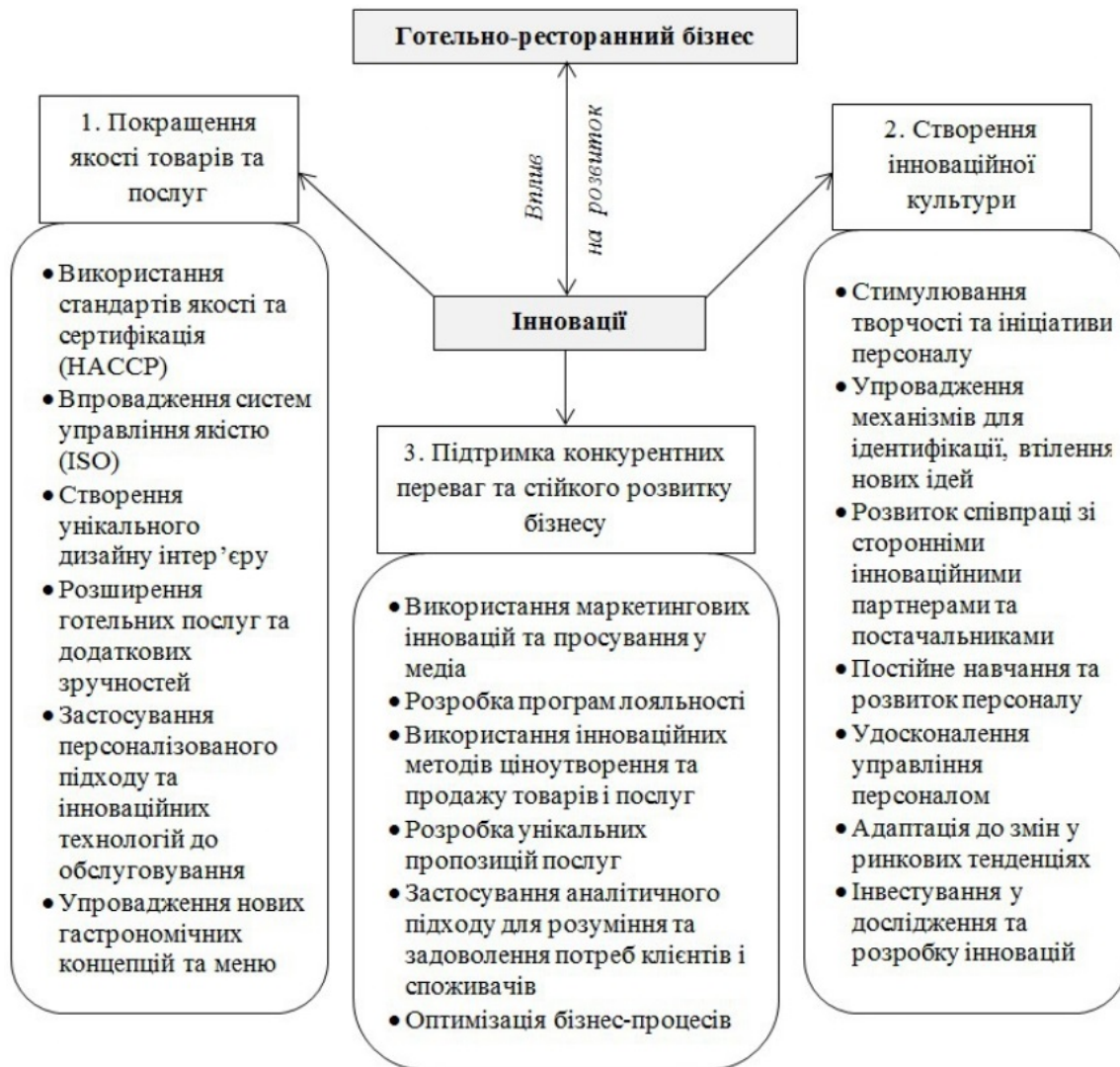


Рис. 1. Інновації як основний фактор розвитку готельно-ресторанного бізнесу

Джерело: розроблено авторами

розвитку нових продуктів і послуг. Другий шлях полягає у відмові від змін та інновацій і небажанні інвестувати власність, фінансові та людські ресурси в зміни та інновації, що може призвести до остаточної втрати позиції на ринку, зниження продажів та негативного впливу на фінансовий стан компанії. Відмова від інновацій може призвести до відставання від конкурентів щодо асортименту послуг, якості доставки тощо, що призведе до незадоволеності потреб клієнтів і втрати довіри. Тому в контексті готельно-ресторанної індустрії недостатня увага до інновацій може мати серйозні наслідки для подальшого розвитку. Оскільки впровадження інновацій та відкритість до змін є необхідними факторами для забезпечення успіху, розширення ринкових можливостей та сталого розвитку бізнесу, визначено систему практичних порад із засто-

сування інноваційних технологій у готельно-ресторанній індустрії:

1. Цифровізація бізнес-процесів. Використання автоматизованих систем управління бронюванням, обліком, складськими залишками та персоналом.

2. Впровадження штучного інтелекту та аналітики. Аналіз даних клієнтів для персоналізації послуг та прогнозування попиту.

3. Інновації у сфері сталого розвитку. Застосування енергозберігаючих технологій, мінімізація відходів та впровадження екологічно чистих матеріалів.

4. Віртуальна та доповнена реальність. Використання VR/AR для створення віртуальних турів або інтерактивного меню.

Визначені рекомендації спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств, оптимізацію витрат та створення

цінності для клієнтів, що є ключовими аспектами успішного розвитку у сучасних ринкових умовах.

Висновки. У статті проаналізовано сучасні тренди та інновації у готельно-ресторанному бізнесі в умовах цифровізації, акцентуючи на важливості впровадження новітніх технологій для забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності. Основними напрямками є використання штучного інтелекту для персоналізації послуг, автоматизація бізнес-процесів, застосування великих даних для аналізу поведінки клієнтів, а також впровадження тех-

нологій доповненої реальності. Водночас відзначаються складнощі, такі як високі витрати на інтеграцію технологій та недостатня кваліфікація персоналу. Подальший розвиток галузі потребує системного підходу до інновацій, включаючи створення адаптивних рішень для малого бізнесу та інтеграцію екологічних стандартів. Рекомендації спрямовані на оптимізацію витрат, підвищення якості сервісу та створення доданої цінності для клієнтів, що є ключовими факторами для успішного розвитку готельно-ресторанного бізнесу у сучасних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2014). Big Data: A Survey. *Mobile Networks and Applications*, 19(2), 171–209. <https://doi.org/10.1007/s11036-013-0489-0>
2. Gandomi, A., & Haider, Z. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, 35(2), 137–144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.10.007>
3. Marr, B. (2016). *Big Data in Practice*. Wiley. P. 563.
4. Katal, A., Wazid, M., & Goudar, R. H. (2013). Big data: Issues, challenges, and technologies. *2013 International Conference on Emerging Trends and Applications in Computer Science (ETACS)*, 404–409. <https://doi.org/10.1109/ETACS.2013.72>
5. Ranjan, J. (2016). Big data analytics: Theoretical framework and practical applications. *Springer*, 1–14. https://doi.org/10.1007/978-3-319-25743-2_1
6. Shishkov, B., & Buhl, H. U. (2015). Business Process Management and Big Data. *Proceedings of the 13th International Conference on Business Process Management (BPM 2015)*, 98–113. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24280-4_8
7. Hassani, H., & Silva, E. (2015). Big Data and Business Analytics: An Overview of the State of the Art. *Business Intelligence and Big Data: Technologies and Applications*, 1–23. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14826-7_1
8. Batini, C., Cappiello, C., Francalanci, C., & Maurino, A. (2012). Methodologies for Data Quality Assessment and Improvement. *ACM Computing Surveys*, 44(3), 1–51. <https://doi.org/10.1145/2187671.2187674>
9. Hossain, M. U., & Khusro, S. (2018). Big Data in Business: Impact and Future Trends. *International Journal of Computer Applications*, 179(10), 34–39. <https://doi.org/10.5120/ijca2018917137>
10. Desai, S., & Chakravarty, A. (2017). Big Data in Information Systems: Applications and Future Directions. *Journal of Information Systems Technology and Planning*, 13(2), 88–95. <https://doi.org/10.1080/21570360.2017.1336641>
11. Zikopoulos, P., & Eaton, C. (2011). *Understanding Big Data: Analytics for Enterprise Class Hadoop and Streaming Data*. McGraw-Hill Education. P. 148–203.

REFERENCES:

1. Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2014). Big Data: A Survey. *Mobile Networks and Applications*, 19(2), 171–209. <https://doi.org/10.1007/s11036-013-0489-0> (in English)
2. Gandomi, A., & Haider, Z. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, 35(2), 137–144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.10.007> (in English)
3. Marr, B. (2016). *Big Data in Practice*. Wiley. P. 563. (in English)
4. Katal, A., Wazid, M., & Goudar, R. H. (2013). Big data: Issues, challenges, and technologies. *2013 International Conference on Emerging Trends and Applications in Computer Science (ETACS)*, 404–409. <https://doi.org/10.1109/ETACS.2013.72> (in English)
5. Ranjan, J. (2016). Big data analytics: Theoretical framework and practical applications. *Springer*, 1–14. https://doi.org/10.1007/978-3-319-25743-2_1 (in English)
6. Shishkov, B., & Buhl, H. U. (2015). Business Process Management and Big Data. *Proceedings of the 13th International Conference on Business Process Management (BPM 2015)*, 98–113. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24280-4_8 (in English)

7. Hassani, H., & Silva, E. (2015). Big Data and Business Analytics: An Overview of the State of the Art. *Business Intelligence and Big Data: Technologies and Applications*, 1–23. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14826-7_1 (in English)
8. Batini, C., Cappiello, C., Francalanci, C., & Maurino, A. (2012). Methodologies for Data Quality Assessment and Improvement. *ACM Computing Surveys*, 44(3), 1–51. <https://doi.org/10.1145/2187671.2187674> (in English)
9. Hossain, M. U., & Khusro, S. (2018). Big Data in Business: Impact and Future Trends. *International Journal of Computer Applications*, 179(10), 34–39. <https://doi.org/10.5120/ijca2018917137> (in English)
10. Desai, S., & Chakravarty, A. (2017). Big Data in Information Systems: Applications and Future Directions. *Journal of Information Systems Technology and Planning*, 13(2), 88–95. <https://doi.org/10.1080/21570360.2017.1336641> (in English)
11. Zikopoulos, P., & Eaton, C. (2011). Understanding Big Data: Analytics for Enterprise Class Hadoop and Streaming Data. *McGraw-Hill Education*. P. 148–203. (in English)