

**УДК 641.5**

**Марія Попова**

студентка-магістрантка 2 курсу  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

*Науковий керівник: Ольга Маслійчук*

канд. техн. наук,  
доцент кафедри готельно-ресторанної справи  
та харчових технологій

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
м. Львів*

## **ІННОВАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ТРЕНДИ ТА ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ**

**Вступ.** Висока конкуренція в індустрії готельно-ресторанного господарства стимулює пошук для нових способів ефективного функціонування. Однією з основних тенденцій у цій сфері є розробка та застосування різноманітних інновацій, які можуть стати потужним поштовхом для розвитку. Стрімка глобалізація світового ринку, скорочення життєвого циклу продуктів, потреба в оновленні якісних характеристик продуктів і послуг обумовлює актуальність інноваційних технологій.

**Метою** даної роботи є дослідження останніх трендів у готельно-ресторанному бізнесі та аналіз можливостей їх впровадження з метою покращення якості обслуговування та підвищення задоволення клієнтів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Будь-яка соціоекономічна система потребує розвитку, який вона проходить шляхом оновлення. Цей процес супроводжується змінами усіх її елементів: принципів, методів, цілей та потребує подолання укорінених звичок, взаємозв'язків, стійких тенденцій. Як наслідок виникає нова якість, яка проявляється в оновленні матеріально-технічної бази, системи управління, суспільних відносин, у появі нових способів життя, новітніх життєвих стилів. Інноваційний процес

готельно-ресторанного бізнесу – це не тільки складний, а й взаємопов'язаний процес створення інновацій з використанням сукупності системи знань, наукової та маркетингової діяльності; сукупності переліку інноваційних продуктів і послуг [1].

**Результати.** Успішний процес інноваційної діяльності створюється завдяки чіткій, добре комунікаційній стратегії та баченням менеджерів, які підтримують та координують проект. Зі швидкістю зміни обставин в Інтернеті вкрай важливо йти в ногу з останніми маркетинговими тенденціями гостинності, щоб адаптувати свій підхід до того, куди орієнтується ринок:

1. **Споживання відео в Інтернеті** зростає швидкими темпами. Як очікується, споживач буде переглядати в середньому 100 хвилин відео на день на кінець 2023 року. Відео є важливим маркетинговим інструментом для маркетингової стратегії. Facebook, Youtube, Instagram, Snapchat - одні з найкращих засобів для відео-реклами готельного або ресторанного бізнесу.

2. **Чат-боти** можуть бути особливо корисними для підприємств сфери гостинності, оскільки вони дозволяють швидко реагувати на запити клієнтів, незалежно від того, чи є у вас персонал для відповіді на ці питання.

3. **Піклування про оточуюче середовище та екологічна.** Використання енергозберігаючих технологій, сортування сміття та передача його в переробку, використання екологічно чистих продуктів харчування, використання екологічно чистих будівельних матеріалів, використання відновлюваних джерел енергії створює позитивний імідж.

4. **Тенденція до здорового способу життя** спровокувала переорієнтацію багатьох готелів та ресторанів на цей сегмент і змусила їх відкрити тренажерні зали, спра-салони, басейни, оновити меню (безглютенове, дієтичне) або відкрити додаткові ресторани зі «здоровою кухнею».

5. **Тренди підвищеного рівня турботи щодо безпеки гостей** у готелях тепер стали провідними у веденні робочих процесів. В епоху поширення коронавірусу та війни, спілкування онлайн є найбільш правильним рішенням для дотримання карантинних заходів і водночас ведення звичного способу життя.

**Висновки.** Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування. Вони дозволяють не тільки підвищувати якість послуг, але і раціонально використовувати всі наявні ресурси як для туристів, так і для власників бізнесу, дозволяючи відкривати нові можливості для інноваторів та роблять туризм доступним для різних категорій населення. Впровадження таких технологій надає багато стратегічних і вкрай важливих для довгострокового успіху переваг:

- скорочуються витрати часу на надання послуг за рахунок підвищення продуктивності праці та залучення більш кваліфікованого персоналу;

- з'являється можливість швидкого реагування на зміни попиту - у найкоротший термін виключити з асортименту послуги, що реалізуються погано, і замінити їх новими;

- розширюється асортимент надаваних готелем послуг;

- підвищується якість обслуговування - можливість отримати ефект за рахунок більш точного визначення того, які категорії гостей отримують конкретні послуги, у який час і як змінюються їх смаки тощо;

- скорочуються витрати на робочу силу, адже знижується потреба в ній;

- знижуються витрати на технічне обслуговування і поточний ремонт, витрати енергії, експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку тощо за рахунок впровадження програм ресурсозбереження;

- скорочуються поточні витрати у результаті більш раціонального використання номерного фонду готелю за рахунок можливостей точного прогнозування завантаження.

*Ключові слова:* тренд, інновація, готельно-ресторанне господарство.

### **Список використаних джерел:**

1. Капліна Т. В. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії : навч. посіб. / Капліна Т. В., Столярчук В. М., Малюк Л. П. – Київ, 2010. – С. 10–12.

2. Тренды развития общепита в 2022 году [Электронный ресурс].  
– URL: <https://horeca-ukraine.com/trendy-razvitija-obshhepita-v-2022-godu/> (дата просмотра: 16.09.2022).