

Юлія В. Костинець¹, М. М. Кучер², Єлизавета Л. Сайгак³

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Стаття присвячена питанням впровадження інновацій на підприємствах малого бізнесу у сфері туризму та гостинності. Розглянуто основні типи цифрових інновацій у сфері туристичних послуг та гостинності. Визначено основні тенденції інноватики у туризмі та гостинності на сучасному етапі. Охарактеризовано діяльність онлайн-туристичних агентств та питання впровадження CRM-систем на малих підприємствах сфери туризму. Визначено основні тенденції впровадження цифрових інновацій в готельних підприємствах. Зроблено висновки про основні напрямки впровадження інновацій на підприємствах малого бізнесу у сфері туризму та гостинності.

Ключові слова: інновації, цифровізація, малий бізнес, сфера туризму та гостинності.

Рис. 1. Літ. 10.

DOI: 10.32752/1993-6788-2021-1-237-73-78

Iuliya V. Kostynets, M. M. Kucher, Elizaveta L. Saigak

IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN SMALL BUSINESS ENTERPRISES IN THE FIELD OF TOURISM AND HOSPITALITY

The article is devoted to the implementation of innovations in small businesses in the field of tourism and hospitality. The main types of digital innovations in the field of tourism services and hospitality are considered. The main trends of innovation in tourism and hospitality at the present stage are identified. The activity of online travel agencies and the issue of implementation of CRM-systems at small enterprises in the field of tourism are described. The main trends in the introduction of digital innovations in hotel enterprises are identified. Conclusions are made on the main directions of innovation implementation in small business enterprises in the field of tourism and hospitality.

Keywords: innovations, digitalization, small business, tourism and hospitality.

Peer-reviewed, approved and placed: 21.03.2021.

Постановка проблеми. Нині новітні технології і зростання рівня освіти розширили доступ до інформації у всіх країнах світу. Це створює можливість для формування економічних систем з новими ринками, новими видами комерційних організацій – віртуальними, новими способами доставки товарів та новими методами ведення бізнесу. Рушійною силою таких систем слугують інформаційні технології й інтелектуальний капітал. У найближчій перспективі для більшості галузей економіки будуть характерні істотні перетворення, пов'язані зі зміною бізнес-моделей, лідерів, та впровадженням проривних інновацій. Беручи до уваги нові тенденції, гравці ринку послуг будуть боротися за клієнта в цифровому просторі, що є наслідком глобальної діджіталізації.

Інноваційний потенціал цифрової економіки на мікрорівні формується за рахунок розвитку цифрових сервісів для домогосподарств та підприємництва, коли в онлайн переходять торгівля, банківські послуги, освіта, надання

¹ Kyiv National University of Technology and Design. Kyiv. Ukraine.

² University of Customs and Finance, Dnipro. Ukraine.

³ University of Customs and Finance, Dnipro. Ukraine.

комунальних та адміністративних послуг тощо. Нове покоління обладнання дозволяє збирати актуальні дані в реальному часі, виробляти персоналізовані продукти, створюючи прямі зв'язки ланцюжка виробництва від замовлення продукту до отримання його споживачем в найкоротші терміни з максимальною ефективністю цього процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження і використання інновацій у сфері туризму та гостинності розглядали у своїх працях А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко [1], В. А. Шамликашвили [5], Т.В. Марусей [2], С.М. Цвілий, Г.А. Бублей [4] та ін. Водночас питання, що стосуються впровадження інновацій на підприємствах малого бізнесу у сфері туризму та гостинності, потребують спеціального дослідження.

Метою статті є характеристика впровадження інновацій на підприємствах малого бізнесу у сфері туризму та гостинності.

Основні результати дослідження. Інноваційні зміни в туристичному бізнесі відбуваються під впливом трансформаційних процесів у світовій економіці, бажання конкретної підприємницької структури відповідати потребам ринку, а також змін як «зворотної реакції», що відображає результат попередньої діяльності. На впровадження інновацій в туризмі впливають як локальні фактори, особливо платоспроможність населення країни, що є індикатором економічної ситуації та соціального становища населення, та національне законодавство, так і міжнародні фактори – міжурядові та міжнародні угоди про співробітництво. Інновації в туризмі – складний процес, в якому задіяні споживачі туристичних послуг, організації, що їх надають, органи місцевого самоврядування та інші суб'єкти ринку [1].

Здатність послуг до повної або часткової діджиталізації, або їх нездатність до діджиталізації обумовлена сутністю та ключовими характеристиками послуги як предмету суспільного обміну. Не можна повністю цифровізувати туристичні послуги та туристичний продукт, який фактично є комплексним втіленням туристичних послуг, що поєднує не менш, ніж дві такі послуги, які реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Не підлягають цифровізації транспортні, готельні та ресторанны послуги, тобто ті, створення і споживання яких безпосередньо залежить від присутності споживача у місці їх надання або від присутності поруч із споживачем особи, що безпосередньо їх надає, за умови, що створення і споживання послуги неможливе поза полем безпосередньої взаємодії споживача і надавача послуг.

Проте повністю в діджитал-просторі можна надавати посередницькі послуги з реалізації як комплексних туристичних продуктів, так і окремих туристичних та супутніх послуг (бронювання, консультації, оплати тощо). На цей процес у вітчизняній національній економіці суттєво впливають національні особливості цифровізації. В сучасних умовах розвитку

інформаційних технологій як цифрової інфраструктури туристичної галузі достатньо кількох хвилин, аби спланувати мандрівку: миттєво забронювати літак, прочитати відгук про будь-який ресторан, знайти та орендувати житло у будь-якому куточку світу. Технології зробили це все можливим і піднесли на новий рівень. Розвиток цифрової економіки формує основні тенденції розвитку туристичного ринку в усьому світі, в тому числі, і в Україні. На думку експертів, найбільш важливими серед них є: “глобалізація туристичного бізнесу; активний розвиток транснаціональних Інтернет ресурсів; зближення постачальників туристичних послуг та споживачів; поява нових каналів дистрибуції; масовий вихід офлайн-компаній в Інтернет; зміна моделі споживання: персоніфікація підходу в організації подорожі; використання мобільних додатків” [5]. Нові технології, які створюються, дозволяють туристу безпосередньо працювати з виробником туристичної послуги, що сприяє наданню споживачеві більш якісного і недорогого продукту, підвищуючи відповідальність виробника [2].

Основні напрямки впровадження інновацій на підприємствах сфери туризму та гостинності наведені на рис. 1.

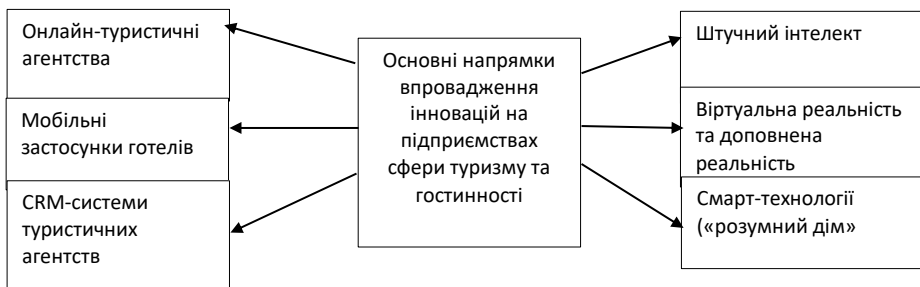


Рис. 1. Основні напрямки впровадження інновацій на підприємствах сфери туризму та гостинності, авторська розробка

Онлайн-туристичні агентства через свою діяльність здійснюють вплив на індустрію гостинності в декількох аспектах, серед яких зміна каналів збуту, внаслідок чого готельєри виявились позбавлені цінності, оскільки популярність брендів онлайн-турагентств Booking Holdings і Expedia така, що ці компанії практично витіснили готельні бренди. І міцні відносини онлайн-турагентств із мандрівниками призвели до того, що власники готелів повинні платити, щоб отримати доступ до цих клієнтів, що призводить до зменшення прибутку для перших [3].

Цифрові інновації готельної індустрії, зокрема мобільні застосунки конкретних суб'єктів надання готельних послуг стають все більш важливими в тому, як готельєри керують послугами, які вони надають своїм клієнтам, і тепер можуть контролювати багато аспектів гостьового циклу і досвіду. Покращення технологій гостинності зменшить будь-які потенційні проблеми з процедурами бронювання та оплати та забезпечить їх повну надійність та персоналізацію надання послуг [3].

Персоналізація як тренд виникла до пандемії covid-19, яка сприяла розвитку даного тренду в готельному бізнесі у світі. Сучасні тенденції в сфері гостинності показують, що персоналізація вже відома як шлях до залучення та утримання клієнтів. Концепція персоналізації є "обов'язковою умовою" для готельєрів як частину тенденцій у галузі туризму та гостинності, оскільки сучасні мандрівники XXI століття, особливо представники «покоління «міленіалів» та «покоління Z», очікують персоналізованих вражень та пропозицій від усіх суб'єктів надання туристичних послуг [3].

Персоналізація є вигідним результатом інтеграції між готельними системами. Наприклад, підключення системи управління власністю (PMS) до іншого розумного інструменту, такого як застосунок для прямого обміну повідомленнями, дозволить готельєрам створити детальний профіль клієнта, який може перетворитися на персональну пропозицію, яку можна надіслати у вигляді особистого текстового повідомлення, яке повідомляє гостям про те, що готель може задовольнити та задовольнити їхні конкретні потреби. Крім того, як свідчать сучасні тенденції в індустрії гостинності, надання можливості гостям вибрати бажаний спосіб спілкування - ще один чудовий спосіб персоналізації перебування гостей. Люди люблять спілкуватися по-різному і з такою великою кількістю варіантів, і, як показує тенденція гостинних технологій, від готельєрів очікується можливість надавати їх велику різноманітність [3].

Штучний інтелект та доповнена реальність в індустрії гостинності є основними з інноваційних тенденцій сучасного світу. Штучний інтелект, як концепція, існує з 1950-х років, але лише в останні роки технологія набула достатнього розвитку до такої міри, що її можна вважати достатньо надійною для розгортання для важливих бізнес-завдань, що робить її важливою частиною сучасні тенденції в галузі гостинності. У 2019 році збір даних про клієнтів у поєднанні з вдосконаленням комп'ютерних технологій означає, що штучний інтелект тепер може використовуватися для величезного набору функцій, починаючи від базового обслуговування споживачів і закінчуючи розширеним вирішенням проблем і навіть для таких цілей, як процеси продажу та прямі повідомлення [3].

Останні тенденції в індустрії гостинності роблять технологію штучного інтелекту частиною нової норми. Як щодо резервування столу для двох для вишуканої пізньої нічної вечері без необхідності чекати в чергах перед рестораном? Все це та багато іншого лише кількома клацаннями на екрані телевізора готелю. Навіть коли гості не задоволені обслуговуванням клієнтів, мають скаргу або деталі їх бронювання змінилися, більше не потрібно чекати черги на стійці реєстрації тощо. Процеси прийому зараз швидші, ніж будь-коли раніше, лише натисканням декількох кнопок на пульті дистанційного керування.

Сучасні тенденції в індустрії гостинності також включають те, що називається доповненою (або розширеною) реальністю найближчого майбутнього (технологія AR). Розширена реальність – це технологія, яка розширює наш фізичний світ, додаючи до нього шари цифрової інформації. На відміну від віртуальної реальності (VR), AR не створює власних

віртуальних штучних середовищ як заміну фізичним. AR з'являється безпосередньо в зоні існуючого середовища і додає до нього звуку, відео та графіку [3].

Хоча доповнена реальність (AR) ще не стала помітною рисою більшості сучасних тенденцій в індустрії гостинності, споживачі повинні розраховувати на збільшення рівня впровадження в галузі протягом наступних кількох років. Знаки, що працюють на основі AR, можуть забезпечити керівників готелів, а також власників ресторанів можливістю перенаправляти клієнтів до певних місць, включаючи пункти прийому або реєстрації, що полегшує переміщення по готелю та інших районах. Деякі заклади вже використовують AR як частину сучасних тенденцій в індустрії гостинності, щоб зробити готельний досвід більш переконливим та тематичним, тоді як деякі ресторани використовують технологію AR для просування [8].

Підтримуємо думку вітчизняних дослідників [4], що технологія трансформацій до цифрової компанії з надання послуг повинна складатися з трьох частин: стратегії, діджиталізації маркетингу і автоматизації операційних процесів. Стратегія починається із вбудовування діджиталізації в стратегію розвитку бізнесу в цілому. Бізнес, де налагоджено автоматизацію з оцифруванням “зони росту” (тобто впроваджені автоматизовані CRM-системи, за допомогою яких відбувається спілкування з клієнтами та продаж), можуть випередити у своєму розвитку неавтоматизовані аналоги. Фактично діджиталізація сфери туристичних послуг сприяє управлінню поведінкою споживачів туристичних послуг, оскільки купівля туристичних послуг – це придбання майбутніх позитивних емоцій від подорожі та/або відпочинку.

Наступним кроком є перебудова під цифрові технології бізнес-процесів і актуальним буде прийняти рішення про інвестиції, включаючи покупку програмного забезпечення, оновлення техніки та навчання співробітників. До стратегії також відноситься розвиток в компанії “діджитального мислення” в цілому.

Отже, цифровізація операційних процесів повинна включати: оцифровку документообігу; установку ERP- чи CRM-системи; IoT у технологіях надання послуг; діджиталізацію управління, логістики, фінансової системи, управління персоналом, тендерних закупівель, інше.

Висновки. Таким чином, впровадження інновацій на малих підприємствах сфери туризму та гостинності полягає у діджиталізації бізнес-процесів, що в сучасних умовах цифрової трансформації економіки є стратегічним напрямком їх розвитку та передбачає визнання необхідності діджиталізації; складання цифрової моделі бізнесу та формування споживчої цінності у нових формах, внаслідок чого має змінитися бізнес-модель та відбудеться комплексна діджиталізація бізнесу.

1. Інновінг в туризмі: монографія / А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с

2. Марусей Т.В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf

3. Ольшанська О. В., Костинєць Ю. В., Шевченко О.О. Сучасні світові тенденції розвитку ринку готельних послуг / О. В. Ольшанська, Ю. В. Костинєць, О. Шевченко // Матеріали II

Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. Київ : КНУТД, 2020. С. 149-150

4. Цвілій С.М., Бублей Г.А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/3765/3430

5. Шамликашвили В. А. Виртуальный туризм как новый вид туризма // Креативная экономика. 2014. №10(94). С.128-138.

6. American Hotel & Lodging Association (AHLA) <https://www.ahla.com/>

7. Hospitality Trends 2021 <https://www.revfine.com/hospitality-trends/>

8. Current trends in the hospitality industry 2020 <https://www.nevron.eu/blog/current-trends-in-the-hospitality-industry-2020-take-on-digital-future>

9. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі / М.Г. Бойко. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 524 с.

10. Результати оцінки, надані авторським колективом під керівництвом проф. Олійника Я.Б. в проєкті та робочих матеріалах Наук. центру розвитку туризму при розробленні Стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні (проєкт). Режим доступу : <http://www.vincult.org.ua>

1. Innovinh v turizmi : monohrafiia / A.A. Mazaraki, S.V. Melnychenko, H.I. Mykhailichenko, T.I. Tkachenko ta in. ; za zah. red. A.A. Mazaraki. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2016. 532 s [Ukrainian] .

2. Marusei T.V. Didzhytalizatsiia turystychnoho sektoru yak instrument rozvytku v suchasnykh umovakh http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf [Ukrainian].

3. Olshanska O. V., Kostynets Yu. V., Shevchenko O.O. Suchasni svitovi tendentsii rozvytku rynku hotelnykh posluh / O. V. Olshanska, Yu. V. Kostynets, O. Shevchenko // Materialy II Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Problemy intehratsii osvity, nauky ta biznesu v umovakh hlobalizatsii» : tezy dopovidei, m. Kyiv, 10 lystopada 2020 r. Kyiv : KNUTD, 2020. S. 149-150 [Ukrainian].

4. Tsvilyi S.M., Bublei H.A. Didzhytalizatsiia biznes-protseviv kompanii z nadannia mizhnarodnykh turystychnykh posluh http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/3765/3430 [Ukrainian].

5. Shamlykashvyly V. A. Vyrtualnyi turizm kak novyi vyd turizma // Kreatyvnaia ekonomika. 2014. №10(94). S.128-138 [Russian].

6. American Hotel & Lodging Association (AHLA) <https://www.ahla.com/> [English]

7. Hospitality Trends 2021 <https://www.revfine.com/hospitality-trends/> [English]

8. Current trends in the hospitality industry 2020 <https://www.nevron.eu/blog/current-trends-in-the-hospitality-industry-2020-take-on-digital-future> [English]

9. Boiko M.H. Tsinnisno oriientovane upravlinnia v turizmi / M.H. Boiko. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2010. 524 s.[Ukrainian].

10. Rezultaty otsinky, nadani avtorskyim kolektyvom pid kerivnytstvom prof. Oliinyka Ya.B. v proekti ta robochykh materialakh Nauk. tsentru rozvytku turizmu pry rozroblenni Stratehii staloho rozvytku turizmu i kurortiv v Ukraini (proekt). Rezhym dostupu : <http://www.vincult.org.ua> [Ukrainian].