

## 1. БЕЗГОТІВКОВА ЕКОНОМІКА, ЯК ІННОВАЦІЙНЕ РІШЕННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

**В.Антоненко,  
О.Г.Розметова**

*Національний університет харчових технологій*

Останнім часом спостерігається інтенсифікація застосування інноваційних технологічних рішень в готельному бізнесі. Велика конкуренція примушує учасників ринку шукати нові, нестандартні способи залучення клієнтів. В урбанізованому і динамічному світі образ «затишної домівки», в яку хочеться повертатися після робочого дня, набуває великого значення. Головне завдання будь-якого готельного підприємства полягає в тому, щоб його гості в майбутньому поверталися тільки в цей готель. Одним із вагомих факторів в досягненні цих цілей є використання готелями інновацій.

У загальному розумінні «інновація» — це нововведення в галузі техніки, технології, організації праці або управління, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду; кінцевий результат інноваційної діяльності. «Інновації» — це ідеї та пропозиції (в багатьох випадках засновані на результатах відповідних спеціальних наукових досліджень і інженерних розробок), що можуть стати основою створення нових видів продукції чи значно поліпшити споживчі характеристики (технічні, економічні тощо) наявних товарів, створення нових процесів, послуг, чи будь-чого, що може покращити «якість життя» людства.

Однією з інновацій, що привертає увагу сучасного готельного бізнесу є безготівкова економіка. У розвинених країнах світу, прагнення споживачів до зручності у поєднанні з технологічними досягненнями продовжує стимулювати інновації у сфері безготівкових операцій. Так, у березні 2011 року національна поштова служба Данії запустила цифрові марки, які можна придбати за допомогою текстового повідомлення. Код відправляється користувачу, а потім записується на конверті замість традиційної марки. У січні 2011 року Starbucks запустила нову програму безготівкової оплати в США. Клієнти купують Starbucks Card Mobile App, які потім за допомогою персоналізованих 2-D штрих-кодів скануються на касі у кав'ярні. Цього ж року McDonald's перевів 7000 європейських ресторанів на сенсорні екрани для вибору страв і самостійний розрахунок через зчитувальні пристрої для платіжних карток. Це, у свою чергу, робить такий масовий людський ресурс як касири, надлишковим і допомагає компанії зменшити операційні витрати. До початку олімпійських ігор у Лондоні в 2012 році компанія Samsung (у союзі з банком Lloyds TSB і Visa) почала

продажі смартфонів, які мають функцію керування безконтактними платежами більш ніж у 60,00 місцях у цілому місті. Є й інші сервіси й додатки, як, наприклад, Square чи Google Wallet (веб-додаток для Android), які також основані на безготівковій оплаті за товари й сервіси.

Отже, на сучасному етапі готельний бізнес характеризується диверсифікованістю своєї діяльності та креативним підходом. Швидко розвиваються нові технології, з'являються нові сегменти ринку, що задовольняють різноманітний попит туристів. У конкурентній боротьбі між готелями чималого значення набуває незвичайність й унікальність готельних закладів. Подальший розвиток сектору розміщення значною мірою залежить від створення сприятливих умов щодо залучення інвестицій для впровадження інноваційних технологій в їх діяльність.

### **Література:**

1. Лунь И. Концепции для успешного отеля // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. - № 1. – С. 26 – 32.

2. Мунін Г. Б., Змішов А. О., Зінов'єв Г. О., Саморцев Є. В., Гаца О. О., Максимець К. П., Роглев Х.Й. Управління сучасним готельним комплексом. – К.: Ліра – К, 2005. – 520 с.

3. Радченко О. Взлетаем! // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2009. - № 3. – С. 11.

4. Шарп А. Гостиничный бизнес – один из самых перспективных // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2009. - № 4. – С. 48 – 55.