

УДК 339.543.642.6

ФОСТОЛОВИЧ Валентина,

доктор економічних наук,

доцент кафедри економіки, менеджменту,

маркетингу та готельно-ресторанної справи,

Житомирський державний університет імені Івана Франка

м. Житомир, Україна

ORCID ID: 0000-0001-5359-7996

vfostolovich@gmail.com

ГУРТОВИЙ Юрій,

магістр 1-го року навчання

Житомирський державний університет імені Івана Франка

м. Житомир, Україна

ORCID ID: 0009-0003-5822-4605

vfostolovich@gmail.com

ТРАЄКТОРІЯ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Цифровізація, яка стала основою організації сучасного бізнесу, спонукала до змін у траєкторії розвитку комунікаційних процесів у всіх сферах, зокрема й у сфері готельно-ресторанного бізнесу.

Поява нових ресурсів, цифрових платформ, системи зв'язків та різного програмного забезпечення змінила підхід до конкурентної боротьби між підприємствами за споживача та розширення сегменту ринку.

Маркетингові технології сприяли удосконаленню способів просування торгової марки чи просто бізнесу підприємця на ринку. Розробка управлінських рішень при формуванні оперативної бази даних із можливістю отримувати згруповану інформацію за запитом в режимі онлайн та із використанням можливостей інтегрування готових алгоритмів прийняття управлінських рішень виходячи із фактичних даних стала ефектоорієнтованою.

Функціональні можливості та операційна діяльність підприємств сфери гостинності набула нових можливостей із інтегруванням робототехніки у бізнес-процеси та дала змогу використовувати не лише функціональний підхід, але і відтворювальний, системний тощо.

Комунікаційні лінії спілкування із споживачем у сфері готельно-ресторанного бізнесу трансформувались у напрямку емоційно-цілісного сприйняття із орієнтуванням на використання клієнтоорієнтованої концепції економіки вражень, впливаючи на емоційну складову потенційного і реального гостя, реалізуючи його психологічні потреби у враженнях, задоволеннях та у емоціях.

Насичення готельно-ресторанного бізнесу інноваційними інформаційними

технологіями сприяє інтегруванню системної інтеграції комунікаційних технологій через інструменти глобального інформаційного простору. Завдяки цьому готельно-ресторанний бізнес набуває сучасних загальносистемних властивостей та отримує можливість ефективно організації виробництва персоналізованих готельно-ресторанних послуг.

Траєкторію розвитку та інструменти комунікаційних процесів у готельно-ресторанному бізнесі нами узагальнено та схематично представлено на рисунку 1.

Побудова комунікацій через впровадження event-менеджменту у діяльність підприємств сфери гостинності дає можливість змінити підхід до системи комунікацій та зробити їх більш комплексними та якісними завдяки синхронізації зусиль різноспрямованих фахівців (менеджерів-організаторів, органів міської влади, спонсорів, кейтерингових служб, координаторів заходу, гостей, хостес, ведучих, музикантів, артистів, техніків, охорони, піротехніків, водіїв,) через віртуальний майданчик - креативну платформу для організації корпоративних заходів, тематичних тренінгів, ділових брифінгів, вечорів та ін.

Побудова траєкторії комунікаційних технологій у підприємств сфери гостинності передбачає інтенсивне використання інтернету, зокрема:

- 1) як рекламного майданчика представлення бренду на різних платформах та інтернет-сторінках;
- 2) створення власного веб-сайту та публічних сторінок компаній;
- 3) створення груп у соціальних мережах;
- 4) застосування мобільних додатків на платформах Android та iOS для можливості бронювання столиків та готельних номерів онлайн;
- 5) візуалізація меню із фото або відео-демонстрацією, представлена на платформах;
- 6) доставлення замовлень, зроблених через інтернет, за вказаною фізичною адресою;
- 7) SMS-маркетинг тощо.

Цінність сучасних технологій комунікації пов'язана із можливістю зворотного зв'язку в режимі онлайн із клієнтом. Завдяки такому спілкуванню з'являється можливість швидкого реагування на потреби і побажання клієнта, на основі чого управлінський персонал визначає напрями модернізації діючих та розробку нових підходів до сервісу, якості обслуговування та управління бізнесом.

Комунікації та управління клієнтським досвідом є зручним через такі цифрові інструменти, як CRM-системи, які дають можливість налагодити зв'язки із гостем через зручну і доступну для нього мережу.



Рис. 1. Траєкторія розвитку та інструменти комунікаційних процесів в готельно-ресторанному бізнесі.

Джерело: Сформовано автором на основі [1, 2]

Траєкторія розвитку комунікаційних процесів у готельно-ресторанному бізнесі також пов'язана із можливістю визначення «Цифрового сліду» та «Цифровою ідентичністю».

Для визначення цифрового сліду модна використовувати активні та пасивні дослідження.

При зборі пасивних даних, тобто тих, які зібраних без відома гостя (реального чи потенційного), можна проаналізувати замовлення гостей, визначити їх типи, уподобання та потреби, що є підставою для подальшого якісного планування та прогнозування імовірних змін у майбутньому.

При зборі активних даних, тобто тих, які надають чи залишають у дописах самі гості, заклад веде безпосередню комунікацію із ними, та ця інформація використовується як пропозиція для покращення діяльності чи удосконалення роботи сервісів.

Список використаних джерел:

1. Буряк В. Г., Тюхтенко Н. А. Сучасні інтерактивні технології управління у просуванні послуг готельно-реторанного бізнесу. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. Том 22. Вип. 1 (53). С. 37-53. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1865728>
2. Фостолович, В., Гуртовий, Ю., & Фостолович, Р. (2024). Комунікаційні процеси в підприємств сфери гостинності за умов цифрових трансформацій. *Економіка та суспільство*, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-58>