

УДК 004.652+330.123.6

Сапожник Д. І.

dimalv.ua@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1125-8571

Researcher ID: G-1404-2019

к.т.н., доцент, доцент кафедри товарознавства та експертизи в митній справі, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Демидчук Л. Б.

ludalv.ua@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-8718-0996

Researcher ID: G-1456-2019

к.т.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ІНФОРМАЦІЙНА СЕРВІЗАЦІЯ В СИСТЕМІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НАДАННЯ ПОСЛУГ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Анотація. У статті досліджуються актуальні проблеми інформаційної сервізації в системі послуг індустрії гостинності під час процесів трансформації її інфраструктури і вимог до організації та особливостей надання у сучасних умовах в Україні. Вітчизняний інформаційний простір містить дуже мало конкретики про результати цифровізації, зокрема сфери індустрії гостинності, тому це питання потребує систематизації. Технологія трансформацій до цифрового суб'єкта господарської діяльності з надання туристичних, готельних та ресторанних послуг повинна складатися з трьох основних частин: стратегії, діджиталізації ринку й автоматизації переважної більшості операційних процесів. Стратегія починається із вбудовування діджиталізації в стратегію розвитку підприємництва у цілому. Розглянуто процес перебудови під цифрові технології підприємницьких процесів, коли актуальним стає елемент прийняття ділового рішення щодо інвестицій, зокрема придбання потрібного програмного забезпечення, технічного переоснащення та навчання персоналу, розвиток у підприємстві діджитального способу мислення; передумови вбудовування інформаційних послуг і консультування в матеріально-речове виробництво та його підстави. Проаналізовано ключові об'єкти цифрових трендів сьогодення, зокрема: інформаційні дані, що є джерелом формування конкурентоспроможності; internet of things (IoT); цифрові процеси трансформації як окремих видів підприємництва, так і цілих підприємницьких секторів; sharing economy; повна віртуалізація усіх інфраструктурних IT-систем; artificial intelligence (AI); формування та використання цифрових платформ. Розглянуто сукупність переваг, які надаються в результаті впровадження сучасних цифрових технологій та користування ними, реальні перешкоди щодо належного розвитку інформаційної сервізації в Україні. Констатовано, що у вітчизняному інформаційному просторі дуже мало конкретики про результати цифровізації. Досліджено складники сучасних інновацій в індустрії гостинності. Зроблено висновок, що основними завданнями стимулювання інноваційної діяльності галузі індустрії гостинності є: розвиток інституціональних засад інтеграції наукової, інноваційної, виробничої сфер; перетворення наукового складника на активного чинника нагромадження інноваційного потенціалу цієї галузі; формування її ефективної інноваційної інфраструктури.

Ключові слова: інформація, сервізація, софтизація, сфера послуг, інформаційні технології, глобалізація, неоекономіка, конкурентоспроможність.

Sapozhnik Dmytro

dimalv.ua@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1125-8571

Researcher ID: G-1404-2019

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commodity Studies and Expertise in Customs Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Demydchuk Ludmyla

ludalv.ua@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-8718-0996

Researcher ID: G-1456-2019

Ph.D., Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

INFORMATION SERVICING IN THE SYSTEM OF INFRASTRUCTURE TRANSFORMATION OF PROVISION OF HOSPITALITY INDUSTRY SERVICES

Abstract. The article investigates the current problems of information servicing in the system of the hospitality industry during the processes of transformation of its infrastructure and requirements for the organisation as well as features of hospitality services providing in modern conditions in Ukraine. The domestic information space contains very little specificity about the results of digitalisation, in particular in the hospitality industry, so this issue needs to be systematised. The technology of transformations into a digital business entity for the provision of tourism, hotel and restaurant services should consist of three main parts: strategy, market digitalisation and automation of the vast majority of operational processes. The strategy begins with the integration of digitalisation into the strategy of entrepreneurship development in general. The process of restructuring into digital technologies of business processes is considered, when the element of making a business decision on investments becomes relevant, in particular the purchase of the necessary software, technical re-equipment and staff training, development of digital type of thinking in the enterprise; prerequisites for the integration of information services and consulting in material production and its foundations. The key objects of modern digital trends are analyzed, in particular: information data, which is a source of competitiveness formation; internet of things (IoT); digital processes of transformation of both individual types of entrepreneurship and entire business sectors; sharing economy; full virtualisation of all infrastructure IT-systems; artificial intelligence (AI); formation and use of digital platforms. The set of advantages provided by the introduction of modern digital technologies and their use as well as real obstacles to the proper development of information servicing in Ukraine are considered. It is stated that in the domestic information space there is very little specificity about the results of digitalisation. The components of modern innovations in the hospitality industry are studied. It is concluded that the main tasks of stimulating innovative activity of the hospitality industry are: development of institutional principles of integration of scientific, innovative, production spheres; transformation of the scientific component into an active factor in the accumulation of innovative potential of this industry; formation of its effective innovation infrastructure.

Key words: information, servicing, softisation, services sector, information technologies, globalisation, neoeconomics, competitiveness.

JEL Classification: D83, L84, L86

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-14>

Постановка проблеми. Нині сфера послуг, як і глобальна економіка, зазнає глибокої технологічної революції. Економіки розвинених країн упродовж останніх півстоліття стали науково місткими, інтелектуально ємними, забезпеченими кваліфікованими, належно освіченими кадрами, квалітативними, ємними інформаційно зі зростаючою часткою сервісних комунікацій. Головним у цих трансформаційних процесах стало те, що сервісні та інформаційно-мережеві технології зайняли особливу інституційну позицію в розвитку економіки і суспільства, перетворившись на базис інформаційної економіки та інформаційного суспільства.

У сфері послуг зростає розуміння ключової ролі людського капіталу та інформаційного капіталу як рушіїв економічного розвитку, головного чинника реалізації економічних переваг і забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Основу розвитку людського капіталу визначає імператив переходу до «неоекономіки» (нової економіки), «суспільства знань», «освітньої економіки» й «освітнього товариства», «інформаційної економіки» та «інформаційного суспільства».

Технологічні досягнення двох останніх десятиліть спричинили великий вплив на новачі в галузі послуг – від нових видів продуктів до нових технологій сервісного обслуговування клієнтів. Можна позначити два домінуючих тренди неоекономіки: прискорення інформаційного розвитку і глобалізацію економічних та соціальних інститутів, які визначили генеральну лінію еволюції сучасного суспільства в найближчому і від-

даленому майбутньому. Наслідком цих трендів стала зміна ситуації, ієрархії факторів виробництва в бік лідерства висококваліфікованої творчої праці [2; 11], зумовленого формуванням неоекономіки.

Абсолютна сума послуг, відображена у статистиці МВФ, є заниженою порівняно з реальною величиною, за оцінками експертів, на 40–50%. Труднощі підрахунку пов'язані з тим, що, як правило, послуги надаються в комплексі з товарами, тому важко відокремити ціну послуги від ціни товару. Ще однією причиною, що ускладнює облік, є відсутність єдиної класифікації послуг. За класифікацією МВФ виділяють чотири групи послуг: фрахт, інші транспортні, туризм, інші. ЮНКТАД називає вісім основних груп: фінансові, зв'язок, будівельні та проектно-конструкторські, транспортні, професійні та ділові, комерційні, туризм, аудіовізуальні послуги. У межах СОТ виділяється 12 груп: ділові, комунікаційні, будівельні та супутні їм послуги, послуги з охорони навколишнього середовища, фінансові послуги, пов'язані зі здоров'ям та соціальні послуги, туризм, рекреаційні, культурні, спортивні, транспортні та інші послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На початку ХХІ ст. українська економіка вступила на новий шлях розвитку – інноваційний, який характеризується принципово новими рисами і пріоритетами. У зв'язку із цим неабиякий інтерес серед науковців, економістів-практиків та менеджерів викликало питання сутності та значення софтизації. Даний термін походить від англ. soft – м'який і означає процес пере-

творення нематеріальних ресурсів на вагомий чинник економічного розвитку, тобто відбувається розвиток так званої «м'якої» інфраструктури на протигагу виробничій. За сучасних умов господарювання орієнтація власне на розвиток нематеріальних ресурсів, їх ефективне використання, адаптація до інноваційних процесів визначають не лише рівень конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, а й їхню здатність до подальшого економічного зростання [4; 9].

Оскільки софтизація передбачає пришвидшений розвиток таких ресурсів у всіх сферах діяльності, то очевидно, що такий термін є доволі об'ємним. Дослідження показали, що він включає у себе: сервізацію, інформатизацію, інтелектуальний капітал суспільства, оптимізацію й оперативність управління підприємствами.

Сервізація передбачає розвиток сфери послуг. Зауважимо, що дане поняття, з одного боку, характеризує зростання питомої ваги послуг у загальнооекономічних показниках, що характеризують стан розвитку національної економіки, а з іншого – процеси проникнення сфери обслуговування у не властиві їй галузі, наприклад у матеріальне виробництво. Власне, друга тенденція сьогодні є свідченням економічного зростання провідних країн світу, щоправда, спостерігається поступове зменшення у загальному випуску та кількості зайнятих частки традиційних послуг і зростання частки промислово-виробничих послуг.

Поняття інформатизації базується на створенні, розвитку, процесах використанні систем інформації, інформаційних мереж та ресурсів, новітніх інформаційних технологій, створених із застосуванням сучасної обчислювальної, електронної та комунікаційної техніки підприємствами з метою забезпечення їх ефективного функціонування.

У вітчизняному інформаційному просторі дуже мало конкретики про результати цифровізації, а тому цей процес тягнє до систематизації. Технологія трансформацій до цифрової компанії з надання туристичних послуг повинна складатися з трьох основних частин: стратегії, діджиталізації ринку й автоматизації переважно більшості операційних процесів. Стратегія починається із вбудовування діджиталізації в стратегію розвитку підприємництва у цілому. Підприємства, в яких налагоджена автоматизація з електронним оцифруванням зони, де відбувається контактування з клієнтами і продаж, мають можливість стрімко випередити неавтоматизовані аналоги. Однак у провідних підприємствах галузі спостерігається нечітке розуміння, як її діджиталізація допоможе підприємству і позначиться на його ефективності. Поряд із цим їхні власники часто вважають, що, по суті, автоматизація – це тотальна перебудова, яка занадто складна, а співробітники їхнього підприємства не зможуть упоратися із софтом, тобто новим підходом до виробничих процесів. Наступним кроком є перебудова під цифрові технології бізнес-процесів, і актуальним стає прийняття ділового рішення щодо інвестицій, зокрема придбання потрібного програмного забезпечення, технічне переоснащення та навчання персоналу. У стратегію також входить розвиток на підприємстві діджитального способу мислення (персоналу потрібно розуміти, як так звана «цифра» вплине на його ефективність).

Постановка завдання. Дослідження питань проблем інформаційної сервізації в системі послуг інду-

стрії гостинності під час процесів трансформації її інфраструктури та вимог до організації й особливостей надання у сучасних умовах в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід зазначити, що в національній економіці України сфера туризму як складник індустрії гостинності кожен рік визнається однією з пріоритетних галузей народногосподарського комплексу. Серед безлічі причин такого стану можна назвати низький рівень діджиталізації цього бізнесу. Західне інформаційне поле рясніє такими темами, як: діджиталізація бізнесу, рівень охоплення цифровою трансформацією, цифровий прогрес секторів сфери послуг, технології реалізації цифровізації компаній, відмітка індексу цифровізації компаній та країн. Вітчизняна сфера послуг не тільки відстає у рівні цифровізації (незважаючи на безліч висококласних IT-фахівців усередині країни), але проблема ще й у тому, що системно до 2019 р. цим явищем і процесом жодна організація не займалася, хоча саме з його оцінки починаються системні процеси змін.

Однією з відмінних рис сучасного періоду є перехід розвинутих країн від так званої індустріальної економіки до сервісної, у центрі якої знаходяться послуги. Цей процес отримав назву сервізації. Передусім сервізація пов'язана з тим, що сфера послуг перетворюється на рушійну силу господарського розвитку.

Сучасний етап розвитку міжнародних зв'язків характеризується тим, що винятково швидко розвиваються нові форми зовнішньоекономічних зв'язків, і перш за все ринок послуг, на частку якого припадає близько 20% світової торгівлі. Міжнародна статистика свідчить про те, що торгівля послугами є одним із найбільш швидкозростаючих секторів світового господарства. Якщо на початку другої половини ХХ ст. частка послуг у ВВП розвинутих країн становила близько 55%, то наприкінці – понад 70%. У країнах, що розвиваються, це співвідношення було 45% і 55% відповідно [5].

Характерною рисою сучасного суспільства є виробництво послуг та інформації, яке нині значно перевищує виробництво товарної продукції. Свідченням тому є, наприклад, дані статистики по країнах Західної Європи, США, Азіатсько-Тихоокеанського регіону. У сучасному постіндустріальному суспільстві інформаційні послуги на різних рівнях економічної діяльності все ширше включаються в матеріально-речову структуру виробництва і споживання.

Передумови вбудовування інформаційних послуг і консультування в матеріально-речове виробництво мають такі підстави:

- наявність у системі продуктивних сил інфраструктурних елементів, функціонування яких створює загальні умови виробництва й є потужним динамічним чинником організації виробничого процесу;
- розвиток об'єктивного процесу зростання взаємопов'язаності і взаємозалежності в економічній системі, перерозподіл на цій базі ролевих функцій, а також відповідальності з боку виробництв обслуговування;
- поява і долучення до господарської діяльності невідомих нових або незначущих до цього часу ресурсів, серед яких яскраво постає нематеріальний ресурс – послуга (зокрема, інформація);
- інтенсифікація процесу дифузії нематеріального виробництва у сфері виробництва матеріального зумовлена ускладненням економічного середовища

і необхідністю пристосування до неї господарських суб'єктів із метою зниження прямих і непрямих витрат.

Торгівля послугами на міжнародному рівні має певні особливості порівняно із загальновідомими формами традиційної торгівлі товарами:

1) на відміну від товарної продукції продукування і споживання послуг практично одночасне. Їх результати не підлягають зберіганню або поверненню. Саме через це у сфері послуг не набули поширення посередницькі види діяльності;

2) торгівля послугами завжди взаємопов'язана з торгівлею товарами, які суттєво на неї впливають. Постачання товару на ринок супроводжує спектр різноманітних супутніх послуг – від аналізу ринків збуту до технічного обслуговування реалізованої продукції. Тобто торгівля послугами пов'язана як із рухом капіталу, так і з рухом робочої сили;

3) сфера послуг здебільшого більше захищена державою від зовнішньої конкуренції, ніж сфера товарного виробництва. Більше того, наука, зв'язок, транспорт, освіта, сфера охорони здоров'я в переважній більшості країн знаходяться або в повній, або частковій державній власності або певною мірою контролюються державою;

4) послуги на відміну від товарної продукції в повному обсязі придатні для практично повного залучення у сферу міжнародної торгівлі.

Зростання міжнародної торгівлі послугами підсилює потребу в міжнародному регулюванні цієї торгівлі. Воно відбувається в різних формах.

По-перше, у вигляді двосторонніх угод, як галузевих (наприклад, транспорт), так і торгово-економічних. По-друге, у вигляді багатостороннього регулювання в межах інтеграційних угруповань. По-третє, у межах міжнародних організацій.

Цифрова (оцифрована) економіка сьогодні пронизує підприємництво в усіх сферах економічної та господарської діяльності, не тільки в інформаційних секторах та телекомунікаційному просторі, а й у всіх базових промислових галузях, будівництві, сільському господарстві та ін. Вона проникає в усі сектори різної категорійності: державні та приватні; матеріальні, невиробничі та фінансові; сектори переробки та сфери надання послуг. Сьогодні цифрові тренди – це галузі розвитку суто цифрових технологій.

Ключовими об'єктами цифрових трендів сьогодні вважаються [6; 8]:

- інформаційні дані, що є джерелом формування конкурентоспроможності;
- internet of things (IoT);
- цифрові процеси трансформації як окремих видів підприємництва, так і цілих підприємницьких секторів;
- sharing economy;
- повна віртуалізація усіх інфраструктурних ІТ-систем;
- artificial intelligence (AI);
- формування та використання цифрових платформ.

Проте називають і чинники, які перешкоджають розвитку цифрових трендів в Україні, а також процесу трансформації національної економіки у цифрову. Зокрема, серед них визначають: інституційні чинники (низька дотичність державних органів до процесу реалізації Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства (так звана Цифрова агенда України)); недостатню відповідність спеціалізованого законодавства

глобальним вимогам та реальним можливостям (навіть розроблені окремі законопроекти ще й досі не стали законами); невідповідність різного рівня програмних стратегій розвитку реальним цифровим можливостям; інфраструктурні (недостатній рівень покриття нашої території цифровими інфраструктурами (наприклад, в ЄС до 2020 р. покрито 100% території широкосмуговим доступом до Інтернету, в Україні – близько 60%)); відсутність деяких цифрових інфраструктур (Інтернету речей, електронної ідентифікації тощо); нерівний доступ членів громад до цифрових технологій та їх можливостей (так звані «цифрові розриви»); екосистемні (слабка спрямованість державної політики стосовно стимулювання та заохочень розвитку економіки інноваційності; слабкий ринок інвестиційного капіталу, системи освіти, методик навчання, відсутність орієнтування на STEM-освіту, soft skills та практичні навички, недосконалі види трансферу новітніх технологій; дефіцит кваліфікованих кадрів для належного розвитку цифровізації взагалі та зокрема цифрової економіки); у сфері електронного уряду та урядування (так звана «держава у смартфоні») завдяки низькому рівню цифровізації та автоматизації послуг держави за слабкої мотивації установ (відсутність належного розуміння потенційних переваг від упровадження цифровізації).

Вигоди від цифровізації очевидні для всіх – громадян, бізнесу, державних службовців, політиків, економіки України у цілому. Ключові технології цифрових трансформацій показано на рис. 1.

Цифрова трансформація має на меті інтеграцію сучасних цифрових технологій у всі сфери підприємництва. Цей процес призводить до принципових змін у діяльності споживачів, підприємств і організацій, яких вони забезпечують, ціннісного ставлення до себе, власних співробітників, партнерів та клієнтів, метою чого є досягнення особистих і суспільних, соціальних та економічних цілей дешевше, швидше, на певному рівні якості.

Цифровізацію розглядають як інструмент, а не самоціль. Системний державницький підхід до впровадження цифрових технологій сприяє створенню робочих місць, підвищенню продуктивності праці, економічному зростанню та підвищенню рівня якості життя самих громадян. У «Цифровій агенді України» та Концепції розвитку цифрової економіки і суспільства України сьогодні сформульовано основні принципи процесу та технології цифровізації. Дотримання зазначених принципів є фундаментальним для створення та реалізації тих переваг, які надають сучасні цифрові технології, та користування ними, зокрема:

1) у результаті цифровізації кожному громадянину повинно бути забезпечено **рівний доступ** як до послуг, так і до інформації та знань про них, наданих на основі інформаційних, комунікаційних і цифрових технологій;

2) по суті, цифровізація повинна спрямовуватися на **створення переваг** у різних сферах суспільного життя. Даний принцип передбачає підвищення рівня якості надання послуг, зокрема з отримання освіти, створення нових робочих місць, розвиток самого підприємництва, транспорту, екологічних заходів, сприяння знищенню бідності, унеможливлення катастроф, гарантування громадянської безпеки тощо;

3) цифровізація має бути інструментом економічного зростання завдяки підвищенню **ефективності**,



Рис. 1. Ключові технології цифрових трансформацій

Джерело: National Industry Strategy 4.0, APPAU (2019) [6]

продуктивності та конкурентоздатності завдяки впровадженню цифрових технологій. Принцип передбачає цифрову трансформацію усіх галузей економіки, сфер функціонування, набуття ними оновлених конкурентних властивостей;

4) цифровізація має сприяти розвитку інформаційного суспільства та засобів масової інформації, створення українського контенту відповідно до національних та регіональних потреб, а також сприяти соціальному, культурному та економічному розвитку суспільства;

5) цифровізація повинна бути зорієнтована на міжнародне, європейське та конкретне регіональне співробітництво з метою інтеграції України до ЄС, виходу на європейський і міжнародні ринки.

Проте сьогодні існують реальні перешкоди щодо належного розвитку інформаційної сервізації в Україні. Серед таких:

1) відсутність дієвих державних програм, структур заохочення та підтримки підприємництва щодо застосування цифрового інструментарію, розвитку інноваційного підприємництва;

2) відсутність бачення та стратегії ініціатив щодо цифровізації національної економіки, сфер діяльності країни та суспільства у цілому;

3) відсутність усталеної системи запровадження цифрових навичок та прийомів інноваційного підприємництва на рівнях загальної та вищої освіти та й загалом у секторах економіки та суспільстві у цілому.

Сьогодні світова економіка піддається істотному впливу підприємницьких моделей спільної об'єднаної економіки, або економіки спільного (загального) користування, особливістю якої є робота на основі сучасних

цифрових технологій. Так, економіка спільного використання (sharing economy) включає і спільне проживання (cohabitation), і спільне використання транспортних засобів (car sharing), офісів (office sharing), приладів та обладнання, одягу, а іноді навіть прийняття їжі (foodshering). Частково до цього тренду належать і технології сфери гостинності: готельно-ресторанне та туристичне підприємництво.

Констатовано, що у вітчизняному інформаційному просторі дуже мало конкретики про результати цифровізації, а тому цей процес тяжіє до систематизації. Технологія трансформації до цифрової компанії з надання туристичних послуг повинна складатися з трьох основних частин: стратегії, діджиталізації маркетингу та автоматизації складових процесів. Стратегія починається з вбудовування діджиталізації у цілому в програму розвитку підприємництва. Підприємства, в яких налагоджена автоматизація з її оцифруванням, мають можливість просунути на порядок уперед, випереджаючи неавтоматизовані аналоги. Однак досвід окремих відомих підприємств показує нечітке розуміння того, як діджиталізація може допомогти підприємству і позначитися на його ефективності. Поряд із тим керівників часто переслідує помилкова думка, що автоматизація – це занадто складна перебудова, за якої співробітники підприємства можуть не впоратися із софтом, новими підходами до роботи. Наступним кроком є перебудова під цифрові технології бізнес-процесів, і актуальним стає прийняття інвестиційних рішень, включаючи придбання програмного забезпечення, технічне оновлення та навчання персоналу. До стратегії також слід віднести розвиток діджитального мислення, те, як «цифра» полегшує життя.



Рис. 2. Дизайн інтер'єру ресторану та готельного номера в українському стилі [7]

Основними проблемами готельного бізнесу в Україні є: невідповідність цінової політики якості наданих послуг; складність ведення бізнесу, що зумовлено бюрократичністю організаційного процесу функціонування готельних підприємств; суттєве навантаження стосовно податків; високий рівень ризику інвестиційних капіталовкладень з огляду на нестабільність соціально-економічної ситуації в Україні; високий рівень конкурентного суперництва, притаманного ринку готельних та туристичних послуг, а іноді навіть і низький рівень підготовки фахівців у галузі тощо.

Сучасні особливості в готельному обслуговуванні зумовлені здебільшого низькою або недостатньою інформативністю та децентралізацією реалізації послуг. Готельна сфера формує спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. А тому окремі операції процесу обслуговування (попереднє резервування, реалізація місць та ін.) не є компетенцією ланок готельного підприємства і належать спеціалізованим туристичним бюро або іншим підприємствам. Тобто на якість готельного обслуговування впливає діяльність посередницьких ланцюгів, які реалізують такі послуги.

Асортимент та рівень якості послуг у сфері готельного підприємництва, їх обсяги насамперед зумовлені матеріальною та технічною базою, рівнем кваліфікації співробітників закладів розміщення. Відбувається стала розбудова та вдосконалення бази і вимог до персоналу закладів. Одночасно з базовими спорудами готелів будуються супутні: для розваг, занять спортом, медичного обслуговування та ін. Тобто процеси сервізації роботи з клієнтами стають складнішими, а пропоноване ними набуває здебільшого комплексного характеру.

Ресторанному складнику в ланцюзі процесу туристичного обслуговування притаманні специфічні риси та відведено особливу роль, що дає можливість уважати його потужною складовою частиною сфери надання туристичних послуг. У ній зосереджується потужна частка матеріальної бази та технічного складника туристичної галузі. Тобто від якості та властивостей будівель, сучасності обладнання та устаткування, їх розмаїття і залежить рівень комплексності надання послуг та задоволення вимог клієнтів у всіх регіонах туристичної галузі країни.

Яскравою формою закладів ресторанного господарства, яка сприяє ознайомленню з традиціями та

культурною спадщиною країни перебування, вважаються «етнографічні» ресторани та кафе, в яких національні особливості регіону проявляються в інтер'єрі, формі офіціантів, репертуарі музичного супроводу і, найголовніше, у пропонованих стравах і напоях. Таким закладам переважно і надає перевагу більшість туристів (рис. 2).

Розвиваючи в Україні інфраструктуру індустрії туризму, щоб гідно вийти на зовнішній ринок цих послуг, слід насамперед переобладнати діючі, побудувати нові заклади сучасного ресторанного та готельного господарства з потенціалом досягнути рівня найкращих ресторанів зарубіжжя, набути авторитету і споживчої популярності [1].

Складники сучасних інновацій в індустрії гостинності, які характеризують основні положення їх реалізації, наведено в табл. 1.

Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) прогнозовано, що кількість міжнародних туристів до 2030 р. може досягнути 1,8 млрд осіб [12]. Цей сектор підприємництва зростає швидше за міжнародну економіку і торгівлю. Водночас значення набуває його інтеграція з розвитком виробництва та споживання товарів і послуг. Тому діджиталізація галузі туризму значно прискорить трансформацію цієї галузі економіки, результатом чого буде значне скорочення термінів повного трансформування світової економіки у глобалізовану цифрову.

Діджиталізація маркетингу сфери гостинності повинна містити в собі: наявність сайту підприємства та ознак брендності; CRM-систему; продаж через I-net (перебудування на маркет-пласе, власний online-магазин); систему належного збору, збереження та обробки інформації; оптимізацію пошуку; прямі діджитал-комунікації; рекламу через I-net та посередників; інтегрованість із соціальними мережами; діджиталізацію утворення ціни; централізоване управління маркетингом; використання штучного інтелекту під час створення власного діджитал-досвіду. Отже, діджиталізація операційних процесів повинна включати: оцифрування обігу документів; установлення ERP-system та IoT-технологій надання послуг; діджиталізацію діяльності з управління, фінансової системи, тендерних закупівель, управління персоналом, логістики та ін.

Використання інноваційних напрямів розвитку індустрії гостинності повинно відбуватися у комплексі,

Складники сучасних інновацій в індустрії гостинності [10]

Складники	Характеристика
Відповідність потребам споживачів	Інноваційний продукт повинен відповідати рівню попиту споживачів, який має властивість змінюватися.
Комплексність	Розроблення інноваційних стратегій повинно базуватися на врахуванні комплексу чинників впливу зовнішнього і внутрішнього середовища.
Відповідність фінансовим можливостям інвестора	Під час уведення інноваційного продукту на ринок галузі індустрії гостинності слід зважати на ризики та фінансові можливості для інвестування.
Науковість	Ефективне застосування наукових досліджень, аналітичної та статистичної бази під час розроблення інноваційного продукту.
Безпека та гарантія	Уникнення негативних наслідків та мінімізація ризиків їх появи після нововведення інноваційного продукту як для споживачів, так і для суб'єкта інновацій.
Результативність	Чітке конкретизоване планування всіх етапів появи та використання продукту інновації, що дає можливість у підсумку отримати належні попит, популярність, прибутковність.

що дасть можливість ефективно розробляти та впроваджувати інноваційні продукти та в кінцевому підсумку підвищувати якість наданих послуг і збільшити результативність господарської діяльності підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Упровадження та ефективне використання інновацій суб'єктами галузі індустрії гостинності слід здійснювати для планування інноваційної діяльності через застосування стратегії інноваційного розвитку, яка надасть можливість ефективного просування послуг та набуття конкурентоздатності в сучасних умовах господарювання.

Основними завданнями стимулювання інноваційної діяльності галузі індустрії гостинності є: розвиток інституціональних засад інтеграції наукової, інноваційної, виробничої сфер; перетворення наукового складника на активний чинник нагромадження інноваційного потенціалу цієї галузі; формування її ефективної інноваційної інфраструктури. Зважаючи на європейський досвід, для забезпечення усталеного розвитку та виведення українського готельного підприємництва на зовнішній ринок, підвищення рівня якості послуг слід увести зміни до чинних нормативних документів, що здійснюють регулювання сфери індустрії гостинності, спираючись на міжнародні та європейські нормативні документи.

Ключовими завданнями на шляху до побудови цифрових платформ, особливо в частині розвитку електронної взаємодії бізнесу (e-business), є:

1. Імплементация у сферу підприємництва України регуляторних норм регламенту e-IDAS.

2. Приєднання України до Програми ЄС Interoperability Solutions for European Public Administrations 2 (ISA2), проєктів e-CODEX, e-Invoicing, а також ініціатив Single Digital Gateway.

3. Упровадження системи електронної взаємодії відповідно до вимог ЄС, зокрема European Interoperability Framework 2.0.

4. Виконання робіт із гармонізації електронних документів із вимогами ЄС та введення Єдиного уніфікованого документу (SAD).

5. Організація сумісності чинної в Україні системи контролю над переміщенням вантажів із загальноєвропейською системою NCTS.

Таким чином, діджиталізація бізнес-процесів у вітчизняній сфері з надання послуг сфери гостинності

в сучасних умовах цифровізації глобальної економіки є безальтернативним стратегічним напрямом їх сталого розвитку та передбачає опанування цього явища у три етапи: визнання необхідності діджиталізації та безсистемні рішення; складання цифрової моделі бізнесу та інтеграція окремих ініціатив та проривів; нова споживачька цінність і бізнес-модель й комплексна діджиталізація підприємництва.

ЛІТЕРАТУРА

- Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Київ : Знання України, 2002. 351 с.
- Евстигнеева Л. П., Евстигнеев Р. Н. Экономический рост: либеральная инициатива. Москва : Наука, 2005. 519 с.
- Полинко А. В. Информационная сервисизация в системе обеспечения конкурентоспособности компаний сферы услуг. *TERRA ECONOMICUS*. 2012. Т. 10. № 1–3. С. 90–94.
- Проходчук С. В., Короватник Т. В. Оцінка стану інноваційного розвитку підприємств України. *Бізнес-навігатор*. 2010. № 3(20). URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2010_3/2010/03/100309.pdf
- Сервисизация: условия и причины возникновения, формирование «нового качества жизни». URL: <https://poznayka.org/s42516t1.html>
- Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>
- Demydchuk L. B., Koval M. N., Sapozhnyk D. I. Ethnic style and national attributes in hotel and restaurant establishments. *Eurasian scientific congress. Abstracts of the 5th International scientific and practical conference (May 17-19, 2020)*. Barca Academy Publishing: Barcelona, Spain, 2020. 788 p. P. 234–241.
- Law R., Leung R. & Dimitrios B. Information technology applications in hospitality and tourism: a review of publications from 2005 to 2007. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. № 26: 5–6. P. 599–623.
- Jalilvand M. R., Pool J. K., Khodadadi M., Sharifi M. Information technology competency and knowledge management in the hospitality industry service supply chain. *Tourism Review*. September 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/335603525_Information_technology_competency_and_knowledge_management_in_the_hospitality_industry_service_supply_chain
- Sapozhnyk D. I., Koval M. N., Demydchuk L. B. Consumer component in modern approaches to the development of the hospitality industry. *Current trends in*

the development of science and practice / Abstracts of XXI International Scientific and Practical Conference (15–16 June, 2020). Haifa, Israel : Published on Bowker LLC, 2020. 262 p.

11. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. *World Economic Forum*. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>

12. World tourism barometer n°18 January 2020. URL: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020/>

REFERENCES

1. Ahafonova, L. H. and Ahafonova, O. Ye. (2002), *Turyzm, hotel'nyj ta restorannyj biznes: tsinoutvorennia, konkurentsiia, derzhavne rehuliuвання, Znannia Ukrainy, Kyiv*, 351 s.

2. Evstyhneeva, L. P. and Evstyhneev, R. N. (2005), *Ekonomycheskij rost: lyberal'naia ynytsyatyva*, Nauka, Moskva, 519 s.

3. Polynko, A. V. (2012), “Ynformatsionnaia servyzatsiia v systeme obespecheniia konkurentosposobnosti kompanij sfery usluh”, *TERRA ECONOMICUS*, T. 10, № 1-3, s. 90–94.

4. Prokhorchuk, S. V. and Koropatnik, T. V. (2010), “Otsinka stanu innovatsijnoho rozvytku pidpriemstv Ukrainy”, *Naukovo-vyrobnychij zhurnal “Biznes-navihator”*, № 3(20), available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2010_3/2010/03/100309.pdf

5. Servyzatsiia: uslovyya y prychny voznykoveniia, formyrovanye “novoho kachestva zhyzny”, available at: <https://poznayka.org/s42516t1.html>

6. Ukraina 2030 – kraina z rozvynutoiu tsyfrovou ekonomikou, available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

7. Demydchuk, L. B. Koval, M. N. and Sapozhnyk, D. I. (2020), Ethnic style and national attributes in hotel and restaurant establishments. *Eurasian scientific congress. Abstracts of the 5th International scientific and practical conference* (May 17-19, 2020), Barca Academy Publishing, Barcelona, Spain, 788 p., pp. 234–241.

8. Law R., Leung R. & Dimitrios B. “Information technology applications in hospitality and tourism: a review of publications from 2005 to 2007”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26: 5–6, 599–623.

9. Jalilvand M. R., Pool J. K., Khodadadi M., Sharifi M. (2019), “Information technology competency and knowledge management in the hospitality industry service supply chain”, *Tourism Review*, September 2019, available at: https://www.researchgate.net/publication/335603525_Information_technology_competency_and_knowledge_management_in_the_hospitality_industry_service_supply_chain

10. Sapozhnyk, D. I. Koval, M. N. and Demydchuk, L. B. (2020), Consumer component in modern approaches to the development of the hospitality industry. *Current trends in the development of science and practice* / Abstracts of XXI International Scientific and Practical Conference (15-16 June, 2020), Haifa, Israel, Published on Bowker LLC, 262 r.

11. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond, *World Economic Forum*, available at: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>

12. World tourism barometer n°18 January 2020, available at: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020/>

Стаття надійшла до редакції 19 листопада 2020 р.