

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО
ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВАWAYS TO OPTIMIZE THE WORK OF HOTEL
AND RESTAURANT ESTABLISHMENTS

УДК 338

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure70-20>**Сильчук Т.А.**

д.т.н., професор,
професор кафедри
готельно-ресторанної справи,
Національний університет
харчових технологій

Пушка О.С.

к.т.н., доцент,
доцент кафедри
готельно-ресторанної справи,
Національний університет
харчових технологій

Золотарева Е.

здобувач вищої освіти,
Національний університет
харчових технологій

Sylchuk Tetiana

National University of Food Technologies

Pushka Olga

National University of Food Technologies

Zolotareva Evelina

National University of Food Technologies

Метою статті є дослідження впливу пандемії Covid-19 на індустрію гостинності, шляхів оптимізації роботи готельно-ресторанного господарства та очікуваних результатів від впровадження інновацій. За результатами досліджень, в зв'язку з пандемією рівень заселення готелей був майже в два рази нижчий за попередні роки. Спираючись на досвід великих компаній можна узагальнити основні правила покращення попиту на послуги закладів готельно-ресторанного господарства. При дотриманні стратегії відновлення бізнесу в індустрії гостинності, коли компанія дотримується вимог безпеки, впроваджує інновації для розвитку підприємства, кількість відвідувачів закладів збільшується. Для того, щоб забезпечити ефективне функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу потрібно звернути увагу на безпеку послуг, що надають заклади. Потрібно бути гнучкими та підлаштовуватися під нові реалії сьогодення, а саме діджиталізацію сучасного покоління. Виконуючі усі наведені вище правила потік гостей у готельному та ресторанному господарстві значно збільшиться.

Ключові слова: інновації, готельно-ресторанне господарство, готельний бізнес, пандемія Covid-19, інновації в індустрії гостинності, менеджмент.

The problem is extremely urgent. The hotel and restaurant industry occupies an important place in the world economy. With the spread of quarantine restrictions caused by the Covid-19 pandemic, a large proportion of businesses go bankrupt and close. To support the hotel and restaurant business, it is necessary to optimize its operation. The purpose of the article is to find out the impact of the coronavirus pandemic on the hospitality industry, ways to optimize the operation and the expected results from the introduction of innovations. The methods of work are comparison, analysis, and synthesis. According to the results of the study, since February 2020, hotels in the United States have lost more than 4.46 billion, and 4.8 million jobs in the hospitality and recreation sector have also been lost. In 2020, the hotel occupancy rate was almost twice as low as in previous years. Based on the experience of large companies, we can draw conclusions about the Basic Rules for improving the demand for services and goods of hotel and restaurant establishments. When the strategy of business recovery in the hospitality industry is followed, when it is clearly visible that the company complies with security requirements, introduces innovations for the development of the Enterprise, people begin to trust and return to the usual pace of life. In general, modern enterprises of the hotel and restaurant sector are in a rather difficult state due to the situation that has developed in the world, in particular, the existing Covid-19 pandemic. You also need to be flexible and adapt to the new realities of our time, namely the digitalization of the modern generation. Compliance with guest notification protocols, use of a contactless system, constant communication with potential clients. The introduction of innovations in the hotel and restaurant industry helps to win the trust of the guest, which is an extremely important aspect of hospitality. The expected results from the introduced innovations are, first of all, an increase in the share of travelers, the return of their trust and safety. Following all the above rules, the flow of guests in the hotel and restaurant industry will significantly increase in the near future.

Key words: innovation, hotel and restaurant industry, hotel business, Covid-19 pandemic, innovations in the hospitality industry, management.

Постановка проблеми. За аналітичними даними, на індустрію гостинності припадає 10,4% світового ВВП. Це життєво важлива галузь для економік усього світу. Готельно-ресторанний бізнес відповідає за 313 мільйонів робочих місць у всьому світі, що становить 9,9% від загальної зайнятості. Пандемія Covid-19 поставила індустрію гостинності перед безпрецедентним викликом, що потребує переміщення фокусу досліджень на розроблення інноваційних рішень для галузі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Встановленню впливу Covid-19 на готельно-ресторанний бізнес присвячено роботи багатьох науковців. Великий внесок зробила компанія Statista [1], опублікувавши аналіз внеску готельно-ресторанного бізнесу у ВВП світу за останні роки. Стає все більш очевидним, що пандемія Covid-19 має серйозний вплив на індустрію гостинності в усьому світі. Але обмеження стають дедалі слабшими, готельно-ресторанний бізнес адаптується

до реалій сьогодення. Протягом майже трьох років пандемії повторювалися. Основним завданням сьогодення є збереження стабільного прибутку та забезпечення робочими місцями працівників. Це стимулюватиме готельно-ресторанний бізнес до розвитку та розроблення нової стратегії в сучасних умовах [4, с. 293].

Постановка завдання. Готельний та ресторанний бізнес зазнав значних змін за останнє десятиліття. Гості зосереджуються на запитах про безпеку та турботу. Встановлення впливу Covid-19 на готельно-ресторанний бізнес, проблем, з якими зіткнулися підприємства, дослідження можливих рішень вирішення цих проблем є основним завданням галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на те, що пандемія, безсумнівно, викликає серйозну економічну кризу, її вплив може відрізнятись залежно від галузі, оскільки вони мають різну структуру витрат, динаміку конкуренції

або еластичність цін і доходів. Наприклад, в таблиці 1 продемонстровано відсоткову зміну різних галузевих індексів Доу-Джонса на початку пандемії. Промисловий індекс Доу-Джонса – біржовий індекс цінних паперів (акцій) 30 найбільших американських підприємств, створений у 1896 році редактором The Wall Street Journal і співзасновником Dow Jones & Company Чарльзом Доу [2]. Індекс був створений для зведення інформації по акціях індустриальних підприємств на американській біржі цінних паперів. Індустрія туризму виділяється як один із найбільш постраждалих секторів економіки. Зокрема, індекс Dow Jones Travel and Tourism за цей період впав на 32,26%. Подібним чином, індекс Доу-Джонса для транспортної галузі, із суворими заборонами на поїздки між країнами, значним скороченням міжнародної торгівлі та суворими карантинами, застосованими багатьма країнами, впав на 25,82%. На відміну від туризму та транспорту, індекси для виробників продуктів харчування та напоїв та телекомунікацій впали на 14,12% та 12,26% відповідно, оскільки ці сектори набагато менше постраждали від обмежень мобільності [1].

Таблиця 1

Відсоткова зміна деяких галузевих індексів Доу-Джонса

| Секторний індекс Доу Джонса | Відсоток зміни, % |
|-----------------------------|-------------------|
| Подорожі та туризм | -32,26 |
| Транспорт | -25,82 |
| Виробництво їжі | -14,12 |
| Комунікації | -12,26 |

Джерело: [1]

Зайнятість у сфері гостинності ніколи не була такою високою, як за останні кілька років. На жаль, це закінчилося наприкінці лютого та на початку березня 2020 року. Перші випадки пандемії COVID-19 почалися в Китаї на початку грудня 2019 року та швидко поширилися в Європі, США та решті світу. З лютого 2020 року готелі США втратили понад 46 мільярдів доларів, а також було втрачено 4,8 мільйона робочих місць у сфері гостинності та відпочинку. У Швеції середній рівень заповнюваності житла впав на 34% із серпня 2019 року по серпень 2020 року, що призвело до фінансових втрат у розмірі 1,6 мільярда шведських крон (182 мільйони доларів США), а рівень заповнюваності житла в США показав річне зниження на 30% [1].

Згідно з опитуванням Colliers International (Україна) і Vertex Hotel Group, орієнтовні збитки від карантину були величезними [3]. Потребують впровадження інноваційні технології задля покращення ситуації в сфері обслуговування найближчим часом.

У зв'язку з розроблянням інноваційних технологій в сфері гостинності для відновлення її роботи, є необхідність оцінювання роботи підприємств готельно-ресторанного бізнесу, яка у сучасних умовах потребує оптимізації через повільне повертання попиту до послуг індустрії гостинності.

Наприклад, мережа готелів Four Seasons додала в кожен номер набори Lead With Care, які включають маски, дезінфікуючий засіб і серветки. Американська мережа Best Western заявила, що прибере з номерів «зайві» речі, такі як подушки. У Hilton ручки та блокноти видають лише за запитом. Крім того, готелі оновлюють техніку очищення та дезінфекції поверхонь. Компанія Marriott встановила електростатичні розпилювачі для обробки поверхонь медичними дезінфікуючими засобами. Власники готелів починають використовувати готельні простори для коворкінгу. У Wythe Hotel, бутик-готелі Брукліна, наприклад, деякі номери були перетворені на робочі місця.

Можливо, якісь карантинні заходи не створюють звичного відчуття комфорту. Але вони дають зрозуміти гостям, що керівництво готелю дбає про здоров'я своїх клієнтів і готове вносити зміни з урахуванням нових вимог. Мандрівники також починають змінюватися, і вони починають зосереджуватися на гігієні та безпеці, тому це спонукало представників галузі змінити спосіб обслуговування своїх клієнтів і запровадити нові технології, щоб зацікавити гостей. Професіонали сфери гостинності також побачили важливість соціальних медіа, оскільки їм довелося звернутися до цифрових платформ, щоб залишатися на зв'язку з потенційними гостями, які можуть бути за тисячі миль від них. Facebook, Instagram, Youtube – усі ці соцмережі використовувалися ще до пандемії, і ті компанії, які були активні на цих сайтах, просто мали підтримувати активність, але багатьом готельєрам довелося швидко адаптуватися до нової реальності [5].

Крім онлайн-змін, багато компаній використовують інноваційні технології. У багатьох готелях реєстрація та виселення тепер автоматизовані, щоб зменшити людський контакт. Для цього використовуються чат-боти та програми, спеціально розроблені для смартфонів. Також зрозуміли, що відгуки гостей визначають майбутнє готелю. Тепер усі мандрівники перед поїздкою аналізують відгуки на таких сайтах, як Booking та TripAdvisor. Тому необхідно приділяти велику увагу тому, щоб гості готелю отримували позитивні враження.

Багато готелів замовили розробку спеціальних робочих систем, які значно розширюють функціонал готелю, щоб пропонувати своїм гостям спеціальні послуги [6]. Нова технологія, яка вже використовується всесвітньо відомими готельними мережами, була розроблена для оптимізації роботи готелів до 2022 року. Штучний інтелект був

розроблений, щоб краще розуміти ваших клієнтів. Штучний інтелект скоро використовуватиметься для реєстрації заїзду та від'їзду гостей, що прискорить цей процес. Наприклад, Конні, робот зі штучним інтелектом, в даний час використовується в Hilton. Хороший для спілкування з людьми, ведення соціальних мереж та збирання негативних відгуків. Крім того, популярна віртуальна реальність, яка раніше використовується для розваги людей, допомагає власникам готелів привертати увагу мандрівників до конкретних курортів та готелів.

Окуляри віртуальної реальності дозволяють побачити захоплюючі місця та залучити потенційних мандрівників. Marriott – перша компанія, що представила цю функцію гостям. Ви можете відвідати готель та його номери, здійснивши віртуальну подорож за сотні кілометрів.

Управління номером за допомогою смартфона. Смартфони тепер можуть виступати як ключі, пульти дистанційного керування або пристрої голосового керування. Гості готелю можуть використовувати свої мобільні телефони та спеціальні програми для замовлення їжі, управління обігрівом або охолодженням, Wi-Fi, а також реєструвати вхід та вихід із номера. Технологія також допомагає власникам готелів уникнути непотрібних витрат у довгостроковій перспективі та дізнатися більше про людей, які відвідують їхні готелі за допомогою спеціальних досліджень.

Aloft Hotels почали керувати номерами за допомогою Siri, голосового помічника Apple. Цей проект називається Project Jetson. Доступ до системи, яка вже доступна в Бостоні, можна отримати через гостьові iPhone. Коли пристрій підключено до «розумної» кімнати, можна регулювати температуру кондиціонера, гучність телевізора та яскравість освітлення.

Дзеркало із сенсорним керуванням. Дзеркало виглядає як звичайне дзеркало, але при дотику до нього пальцем поверхня перетворюється на повноцінний сенсорний екран. Дзеркало можна використовувати як повноцінний комп'ютер з багатьма програмами всередині. Найголовніше це дзеркало оснащено штучним інтелектом. Його звали Альберт. З його допомогою можна дізнатися, хто стукає у двері, вимкнути світло, проаналізувати квартиру на наявність дефектів.

Спираючись на досвід великих компаній можна зробити висновки щодо основних правил для покращення попиту на послуги та товари закладів готельного та ресторанного господарства:

1. Дотримання державних протоколів та повідомлення гостей. Через високу тривогу гостей треба більше уваги приділяти до повідомлення про все, що компанія робить задля безпеки гостей. Від додаткового прибирання в номерах до щоденного прибирання поверхонь, від дезінфекції

на стійці реєстрації між клієнтами до безконтактною реєстрації. Бажано виділити цю інформацію на сайти готелів та ресторанів, а також на стійці реєстрації.

2. Впровадження безконтактною системи. Реєстрація заїзду та виселення: система управління готельною власністю (PMS) має забезпечувати функцію безконтактною реєстрації або інтеграцію, яка дозволяє гостям завершити реєстрацію онлайн, а також можливість надсилати рахунки та квитанції електронною поштою. Вхід без ключа: зменшення потреби в контакті та дезінфекції за допомогою рішень для доступу без ключа, які використовують технологію Bluetooth, щоб надати гостям готелю доступ до номерів через їхні смартфони. Додаткові платежі: здійснення безконтактні додаткові платежі, як-от покупки в ресторані чи сувенірному магазині.

3. Слідкувати за прибиранням. Окрім того, що персонал має діяти за протоколом, він також має бути оснащений новими технологіями та інструментами для прибирання. Можна також зробити мобільні звіти про прибирання для спокою гостей.

4. Зручності у номері. Зараз як ніколи потрібно використовувати room service для того, щоб запропонувати альтернативу гостям. Якщо зачинене СПА, треба доставляємо СПА корзини під замовлення. Якщо немає спортзалу, то треба надати продезінфіковане обладнання для тренувань і відео фітнесу в номері Міні-кухні є чудовим доповненням для тих гостей, які проводять більше часу у своїй кімнаті.

5. Підтримка зв'язку з потенційними клієнтами. Спілкування з гостями завжди було ключовим для побудови стосунків і виховання лояльності з клієнтами. Потрібно приймати усі зауваження, а також вистроювати нові програми лояльності для постійних клієнтів. Ведення соціальних мереж також може стати у нагоді, адже зараз майже кожен перевіряє інформацію щодо закладу через сайти та платформи. 81% мандрівників часто читають відгуки, перш ніж бронювати житло, у порівнянні з 72% мандрівників, які читають відгуки, перш ніж бронювати столик у ресторані.

6. Гнучке бронювання та скасування. Оскільки плани змінюються день у день, а іноді й щогодини, гості повинні бути впевнені, що можуть скасувати миттєво без штрафних санкцій. Опитування Expedia показало, що головними факторами цінності під час бронювання готелів у 2021 році були покращені заходи прибирання, гнучка політика скасування та легкість повернення коштів, а також низькі тарифи.

Впровадження інновацій може допомогти відновити зв'язок із клієнтами та відновити бізнес. При дотриманні стратегії відновлення бізнесу в індустрії гостинності, коли прозоро видно, що компанія дотримується вимог безпеки, впроваджує

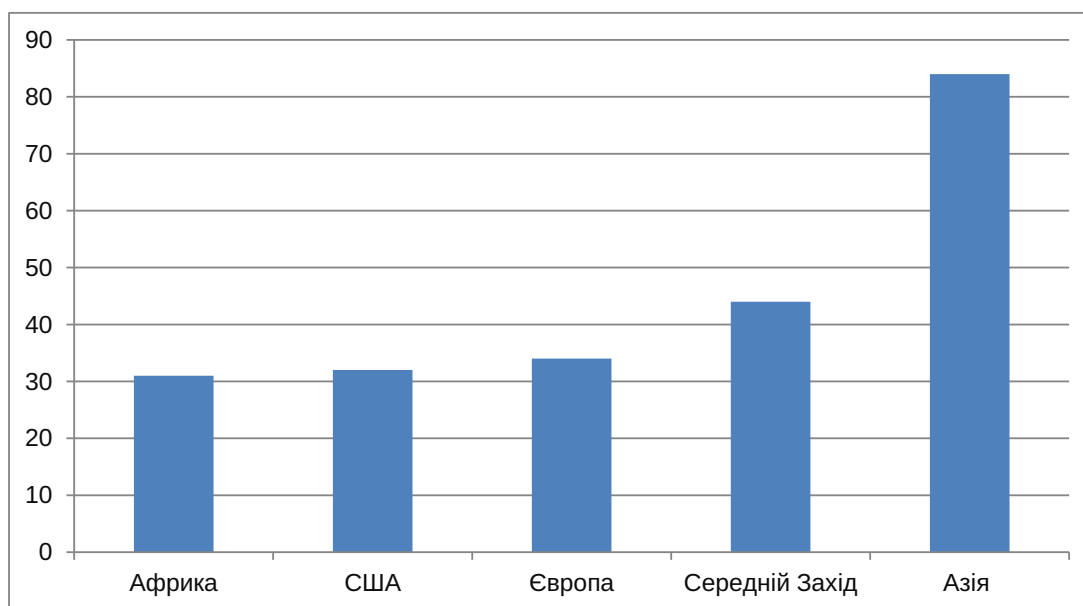


Рис. 1. Втрати кількості туристів у 2020–2022 році порівняно з їх кількістю у 2019 році

Джерело: авторська розробка

інновації для розвитку підприємства люди починають довіряти. Вже зараз можна побачити, що люди починають повертатися до звичного їм образу життя, адже однією з найголовніших навичок в керуванні готельним або ресторанним закладом господарства є гнучкість. При поєднанні бажання потенціальних клієнтів з неперевершеним сервісом можна очікувати великий приріст прибутку в індустрії гостинності.

Через зміни в очікуваннях споживачів, уподобаннях і швидкий розвиток технологій (серед інших факторів) деякі сфери індустрії гостинності спостерігають більші темпи зростання, ніж інші.

Також можна відмітити, що у людей з'явилося бажання відвідувати території, що раніше не користувалися великою популярністю. Аналізуючи інформацію щодо кількості туристів (рис. 1) встановили, що Африка втратила найменшу кількість туристів, в той час як Європа, Середній Схід та Азія потерпають від малої кількості туристів.

Тому очікуванні результати від введених інновацій – це на самперед збільшення частки подорожуючих, повернення їх довіри та безпеки.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, на підставі проведених досліджень встановлено, що спираючись на досвід великих компаній можна зробити висновки щодо підвищення попиту на послуги закладів готельно-ресторанного бізнесу за рахунок дотримання вимог безпеки та впровадження нових технологій, дотримання протоколів повідомлення гостей, використання безконтактної системи, постійна підтримка зв'язку з потенційними клієнтами. Це зумовлено мінливими вимогами споживачів. Впровадження інновацій в готельно-ресторанну індустрію сприяє завоюванню

довіри гостя, що є надважливим аспектом гостинності. Очікуванні результати від введених інновацій – це насамперед збільшення частки подорожуючих, повернення їх довіри та безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Statista-Портал статистики. Статистик. URL: <https://www.statista.com> (дата звернення: 16.10.2022).
2. Вікіпедія. Промисловий індекс Доу-Джонса-Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Промисловий_індекс_Доу-Джонса (дата звернення: 16.10.2022)
3. Беручи до уваги пандемію: як змінився готельний сервіс через коронавірус. URL: <https://mind.ua/openmind/20225947-z-vidom-na-pandemiyu-yak-zminivnya-gotelnij-servis-cherez-koronaviru> (дата звернення: 17.10.2022).
4. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2014. Вип. 34. С. 292–300.
5. Тенденції готельних технологій: 16 майбутніх інновацій на 2022 рік. URL: <https://www.revfine.com/hotel-technology/> (дата звернення: 17.10.2022).
6. Шаповалова О. М. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені В. Даля*, 2013. Вип. 16. С. 224.

REFERENCES:

1. Statista: Portal statystyky. Statystyk. [Statista-Portal of statistics. Statistician] Available at: <https://www.statista.com/> (accessed 16 October 2022)
2. Wikipedia. Promyslovyi indeks Dou-Dzhonsa-Vikipediia [Wikipedia. Dow Jones Industrial Average – Wiki-

pedia]. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Промисловий_індекс_Dou-Dzhonsa (accessed 16 October 2022).

3. Beruchy do uvahy pandemii: yak zminyvsia hotelnyi servis cherez koronavirus [Taking into account the pandemic: how hotel service has changed due to the coronavirus]. Available at: <https://mind.ua/openmind/20225947-z-vidom-na-pandemiyu-yak-zminivsyia-gotelnij-servis-cherez-koronaviru> (accessed 17 October 2022).

4. Yurchenko O. (2014) Innovatsii v hotelnomu biznesi na suchasnomu etapi [Innovations in the hotel business at the current stage]. *Visnyk Lvivskoho uni-*

versytetu. Seriiia «Mizhnarodni vidnosyny», no. 34, pp. 292–300.

5. Tendentsii hotelnykh tekhnolohii: 16 maibutnykh innovatsii na 2022 rik. [Hotel Technology Trends: 16 Upcoming Innovations for 2022]. Available at: <https://www.revfine.com/hotel-technology> (accessed 17 October 2022)

6. Shapovalova O. M. (2013) Innovatsiina diialnist yak osnova pidvyshchennia konkurentospromozhnosti hotelnoho hospodarstva [Innovative activity as a basis for increasing the competitiveness of the hotel industry]. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia*, no. 16, p. 224.