

Готельно-ресторанна справа

УДК 338.46

Костинець Валерія Володимирівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та сфери обслуговування
Київський національний університет технологій та дизайну*

Костинец Валерия Владимировна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и сферы обслуживания
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Kostynets Valeriia

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Economics and Services
Kyiv National University of Technologies and Design*

**ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В
УМОВАХ ВИКЛИКУ ПОШИРЕННЯ COVID-19
ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ВЫЗОВА
РАСПРОСТРАНЕНИЯ COVID-19
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES ON THE HOSPITALITY
INDUSTRY IN THE COLLECTING'S CONDITIONS THE SPREAD OF
COVID-19**

Анотація. Статтю присвячено дослідженню основних можливостей індустрії гостинності як складової ринку туристичних послуг в умовах виклику поширення коронавірусної інфекції та з урахуванням існуючих тенденцій, що, відповідно, склалися в економічному середовищі. Автором розглянуті особливості проблем функціонування

підприємств індустрії гостинності в існуючих умовах невизначеності ринку, пов'язаної з наслідками протидії поширенню коронавірусної інфекції у світі. У статті відзначена особливість формування нового портрета споживача готельних послуг із врахуванням сучасних вимог до забезпечення безпеки перебування в закладі розміщення. В поданому дослідженні визначено можливості та перспективи розвитку і впровадження цифрових технологій в індустрії гостинності. Проведено аналіз світового досвіду функціонування провідних готельних мереж в умовах коронакризи та встановлено, що пандемія сприяє активному використанню передових інформаційно-комунікаційних технологій. В статті відзначено, що автоматизація процесів обслуговування з метою забезпечення санітарних норм безпеки за допомогою технологій штучного інтелекту, інтегровані гостьові додатки та безконтактне обслуговування стали безумовними трендами минулого року, які набудуть нових форм та розвитку і цього року. З метою висвітлення практичного використання існуючих нині цифрових можливостей розвитку, автором проведено аналіз світового досвіду окремих готелів та готельних ланцюгів в питанні особливостей залучення клієнтів та обслуговування гостей. Зокрема, висвітлено досвід «A-One Hotels Group» (Таїланд), «Park Lane Hong Kong» (Гонконг), «Fairmont Singapore» (Сінгапур), «Novotel Sydney Brighton Beach» (Австралія), «Bijou Hotel & Resort» (Швейцарія), «Palladium Hotel Group» (Іспанія) тощо. На основі проведеного аналізу, автором були визначені три ключові тренди, які відкривають нові можливості для індустрії гостинності у 2021 році, а саме: автоматизація послуг за допомогою штучного інтелекту (що дозволить вивільнити персонал готелю для роботи над іншими завданнями, усунути мовні бар'єри в обслуговуванні), безконтактне обслуговування (що дозволить гостям залишатися в безпеці, зводячи до мінімуму контакт з персоналом), хмарні рішення (які будуть особливо затребувані для

екоготелів, глемпінгів та заміських будинків, які наразі активно популяризуються).

Ключові слова: *індустрія гостинності, інформаційно-комунікаційні технології, COVID-19, готельний бізнес.*

Анотація. *Стаття посвячена дослідженню основних можливостей індустрії гостеприйимства як складової частини ринку туристичних послуг в умовах виклику поширення коронавірусної інфекції з урахуванням існуючих тенденцій, відповідно, склавшихся в економічній середі. Автором розглянуті особливості проблем функціонування підприємств індустрії гостеприйимства в існуючих умовах невизначеності ринку, пов'язаної з наслідками протидії поширенню коронавірусної інфекції в світі. В статті відзначено особливість формування нового образу споживача готельних послуг з урахуванням сучасних вимог до забезпечення безпеки перебування в закладі розміщення. В представленої дослідженні визначені можливості і перспективи розвитку і впровадження цифрових технологій в індустрії гостеприйимства. Проведено аналіз світового досвіду функціонування провідних готельних мереж в умовах коронакризи і встановлено, що пандемія сприяє активному використанню передових інформаційно-комунікаційних технологій. В статті відзначено, що автоматизація процесів обслуговування з метою забезпечення санітарних норм безпеки з використанням технологій штучного інтелекту, інтегровані гостеві додатки і безконтактне обслуговування стали безумовними трендами минулого року, які набувають нових форм і розвитку і в цьому році. З метою освітлення практичного використання існуючих нині цифрових можливостей розвитку, автором проведено аналіз світового досвіду окремих готельних і*

гостиничных цепей в вопросе особенностей привлечения клиентов и обслуживания гостей. В частности, исследован опыт «A-One Hotels Group» (Таиланд), «Park Lane Hong Kong» (Гонконг), «Fairmont Singapore» (Сингапур), «Novotel Sydney Brighton Beach» (Австралия), «Bijou Hotel & Resort» (Швейцария), «Palladium Hotel Group» (Испания) и др. На основе проведенного анализа, автором были определены три ключевых тренда, которые открывают новые возможности для индустрии гостеприимства в 2021 году, а именно: автоматизация услуг с помощью искусственного интеллекта (что позволит высвободить персонал отеля для работы над другими задачами, устранить языковые барьеры в обслуживании), бесконтактное обслуживание (что позволит гостям оставаться в безопасности, сведя к минимуму контакт с персоналом), облачные решения (которые будут особенно востребованы для экоотелей, глэмпингов и загородных домов, которые сейчас активно популяризируются).

Ключевые слова: *индустрия гостеприимства, информационно-коммуникационные технологии, COVID-19, гостиничный бизнес.*

Summary. *The article is devoted to the study of the main opportunities of the hospitality industry as a component of the tourist services market in the face of the challenge of the spread of coronavirus infection and taking into account the existing trends, respectively, prevailing in the economic environment. The author examines the features of the problems of the functioning of enterprises in the hospitality industry in the current conditions of market uncertainty associated with the consequences of countering the spread of coronavirus infection in the world. The article notes the peculiarity of the formation of a new portrait of a consumer of hotel services, taking into account modern requirements for ensuring the safety of stay in an accommodation establishment. The presented study identifies the opportunities and prospects for the*

development and implementation of digital technologies in the hospitality industry. The analysis of the world experience of the functioning of the leading hotel chains in the conditions of the coronavirus crisis was carried out and it was found that the pandemic contributes to the active use of advanced information and communication technologies. The article notes that automation of service processes in order to ensure sanitary safety standards using artificial intelligence technologies, integrated guest applications and contactless service have become unconditional trends of the past year, which will take on new forms and development this year. In order to highlight the practical use of existing digital development opportunities, the author analyzed the world experience of individual hotels and hotel chains in terms of attracting customers and serving guests. In particular, the experience of "A-One Hotels Group" (Thailand), "Park Lane Hong Kong" (Hong Kong), "Fairmont Singapore" (Singapore), "Novotel Sydney Brighton Beach" (Australia), "Bijou Hotel & Resort" (Switzerland), "Palladium Hotel Group" (Spain), etc. Based on the analysis, the author identified three key trends that open up new opportunities for the hospitality industry in 2021, namely: service automation using artificial intelligence (which will allow free up hotel staff to work on other tasks, eliminate language barriers in service), contactless service (which will allow guests to stay safe, minimizing contact with the staff), cloud solutions (which will be especially in demand for eco-hotels, glamping sites and country houses that are now actively popularized).

Key words: *hospitality industry, information and communication technology, COVID-19, hotel business.*

Постановка проблеми. Протягом всієї історії людства надзвичайні ситуації та стихійні лиха відігравали важливу роль у розвитку суспільства. Зокрема, поширення тієї чи іншої хвороби та появи пандемій сприяли формуванню систем охорони здоров'я, війни і територіальні конфлікти

прискорювали технічний прогрес, а глобальні фінансові кризи стимулювали зростання інноваційних компаній. Поточна ситуація, викликана поширенням COVID-19, також дає можливість внести корективи в сучасні глобальні економічні моделі, в тому числі переосмислити, як буде виглядати індустрія гостинності та туристичний сектор в цілому в найближчій перспективі. Поширення пандемії COVID-19 продемонструвало гравцям ринку туристичних послуг та індустрії гостинності, що готельний продукт - це вже не просто тариф за номер. Готельна послуга повинна викликати довіру і гарантувати безпеку кожному споживачу. Важливо переглянути колишні процеси, споживчий попит і визначити нові категорії клієнтів і нові сервіси. Фактично сьогодні індустрії гостинності потрібно сформувати новий портрет гостя, оцінити його потреби і зрозуміти, які сервіси йому необхідні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі дослідження питання особливостей впливу та наслідків поширення COVID-19 на індустрію гостинності як в межах України, так і на світовій арені нами було проведено аналіз різних наукових праць та досліджень з визначеної тематики. Так, висвітленню сучасного стану індустрії гостинності, а також перспектив її відновлення в нинішніх умовах господарювання присвячено деякі наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема С. Буторова [1], Н. Бакар [4], Е. Шумакової [2], В. Уолкер [5] та деяких інших. Попри це, питання використання існуючої коронакризи як можливості для вдосконалення індустрії гостинності на світовому рівні залишається відкритим, враховуючи динамічне мінливе середовище.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є визначення проблем та можливостей індустрії гостинності в умовах поширення COVID-19 на прикладі існуючого світового досвіду.

Виклад основного матеріалу. Індустрія гостинності як складова туристичної галузі, безумовно, є найбільш постраждалою від пандемії

COVID-19 у бізнесовому середовищі. В більшості країн Європи, Азії, Африки та Американського континенту урядами були віддані прямі розпорядження про закриття готелів на час весняного локдауну. В інших країнах, де не були запроваджені прямі заборони стосовно діяльності готельної сфери, відбулося природне падіння попиту на послуги розміщення у зв'язку з відміною ділових та туристичних подорожей, суттєвим скороченням авіасполучення.

Водночас ситуація «глобального карантину», пов'язана з пандемією COVID-19, прискорила розвиток і впровадження цифрових технологій практично у всіх сферах людської діяльності [3, с. 52]. Набула загального поширення модель віддаленої роботи, а також віртуальних зустрічей, онлайн-відвідування музеїв і театрів, дистанційного навчання тощо.

Із частковим пом'якшенням обмежень в літній період, який завжди був традиційно «високим сезоном» для туристичної галузі, представники готельного бізнесу, які раніше часто навіть не розглядали можливість управління своїми об'єктами на відстані, під час пандемії усвідомили, що технологічні рішення, які дозволяють співробітникам отримати віддалений доступ до ресурсів, необхідних для роботи, мають вирішальне значення для підтримки функціонування в умовах соціального дистанціювання [2, с.105]. Наразі проведені автором опитування власників готельного бізнесу показують, що пандемія сприяла активному використанню передових інформаційно-комунікаційних технологій. Так, хмарні PMS-системи дозволяють управляти бізнес-процесами у дистанційному режимі на відміну від старих локальних систем. Автоматизація процесів обслуговування за допомогою технологій штучного інтелекту, інтегровані гостьові додатки та безконтактне обслуговування стали реальністю в літньому сезоні 2020 р. Водночас інноваційні рішення в питанні дотримання санітарних норм безпеки стали практично ключовими для залучення клієнтів різноманітними готельними мережами. Так, таїландська

«A-One Hotels Group» застосувала нову тактику для залучення замовлень, запропонувавши в готелях Бангкока туристичні пакети концепції FB за ціною на 20% нижче стандартного тарифу BB. Доставка харчування здійснюється в кожен номер окремо, а спеціальна бригада забезпечує щоденне прибирання і дезінфекцію всіх приміщень. При цьому гості два рази на день проходять температурний скринінг. Аналогічні пакети одними з перших почали пропонувати і деякі елітні готелі Гонконгу та Сінгапуру (зокрема, «Park Lane Hong Kong» і «Fairmont Singapore»). В Австралії «Novotel Sydney Brighton Beach», що входить до «Accor Hotels Group», пропонує знижку в розмірі 40% від кращої доступної ціни при бронюванні на 14 ночей і більше. Пропозиція передбачає також апгрейд номеру, комплексне обслуговування, безкоштовний швидкісний wi-fi та паркінг [5].

У Швейцарії «Vijou Hotel & Resort» наразі позиціонує себе як «ідеальне місце для самоізоляції», включивши в пакетну ціну на 14 або 28 ночей тест на COVID-19. Check-in в готелі проходить без участі персоналу. На сайті мережі підкреслюється, що всі готелі знаходяться недалеко від лікарень, завдяки чому гості можуть відчувати себе в безпеці. Доступні до замовлення також послуги особистого кухара: їжу доставляють з дотриманням гігієни та під контролем медперсоналу. Крім того, готелі мережі запрошують всіх медичних працівників, які потребують відпочинку, зупинитися в «Vijou Hotel & Resort» безкоштовно [5]. Така стратегія може принести компанії великі вигоди в майбутньому, оскільки практика показує, що саме маркетинг, заснований на взаєминах, може стати головним інструментом для розвитку підприємств індустрії гостинності.

Іспанська мережа готелів «Palladium Hotel Group» в розпал пандемії запустила англomовний канал про подорожі, а група готелів «Mandarin Oriental» запустила онлайн-продаж подарункових карт, якими можна буде

скористатися в будь-якому з 33 готелів по всьому світу в будь-який час з моменту відкриття кордонів [5]. В цілому, мережеві готелі зараз широко використовують ваучери: так, «Marriott» продає електронні подарункові картки зі знижкою 20%, а багато готелів цієї мережі в Індонезії пропонують придбати дві ночі за ціною однієї.

В свою чергу, у вітчизняному секторі індустрії гостинності компанія DEOL Partners має намір відкрити нові будиночки та альтанки в комплексі «Два Бобри», розташованому під Києвом, наголошуючи на тому, що будь-яка криза дає можливість переглянути цінності, поглянути на досягнення зі сторони, навчитися чомусь новому, що дасть поштовх для реалізації і зростання майбутніх проектів.

У комплексі готелів «Favor Park» і «Favor Sport» готують серію власних авторських заходів із врахуванням норм соціального дистанціювання. А компанія «Ribas Hotels Group», користуючись нагодою, проводить у всіх готелях дрібний ремонт, який складно було виконати в постійно працюючому об'єкті, проводить профілактику обладнання відповідно до санітарних норм.

Сьогодні вітчизняний готельний бізнес, хоча і з великими труднощами, але знову повертається до нормального режиму функціонування. Очевидно, що готельна галузь вже зараз знаходиться на етапі поступового відновлення, однак терміни повернення до докризового рівня завантаження і прибутку викликають певні різночитання у експертів.

Проведений аналіз свідчить про те, що навіть в існуючі наразі часи часткових обмежень на подорожі і певний застій в індустрії гостинності готельні компанії використовують потенціал поточної ситуації, адаптуючись до мінливості ділового середовища, створюючи і надаючи нові пакети для нових типів клієнтів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Підводячи підсумки проведеному

дослідженню, визначимо три ключові тренди, які відкривають нові можливості для індустрії гостинності у 2021 році.

По-перше, автоматизація послуг за допомогою штучного інтелекту. Завдяки досягненням в області штучного інтелекту, готелі шукають нові способи взаємодії з гостями в цифровому форматі, вивільняючи персонал готелю для роботи над іншими завданнями. Це також покращує враження від подорожі, оскільки мовний бар'єр може бути усунений, забезпечуючи чітке спілкування з мандрівниками, звідки б вони не приїхали.

По-друге, безконтактне обслуговування. Пандемія змусила переглянути те, як гості можуть використовувати ті чи інші зручності в готелі: від датчиків руху, які вмикають світло, до голосового управління приладами - дали готелям інструментарій, що дозволяє зв'язати ці нові технології з їх інтегрованими гостьовими додатками. Навіть існуючі функції, такі як цифрові ключі від номерів, які дозволяють гостям відкривати двері за допомогою своїх телефонів, викликають новий інтерес. Зменшення контакту з часто використовуваними інтерфейсами дозволяє гостям залишатися в безпеці, а обслуговуючий персонал швидше дезінфікувати і готувати номери.

По-третє, хмарні рішення. Популярність замського перебування в період віддаленої роботи продовжить рости, а, отже, буде з'являтися все більше малих засобів розміщення - екоготелів, глемпінгів, замських будинків, що не мають великої кількості персоналу і знаходяться далеко від міської інфраструктури. Відповідно, їм теж потрібні інструменти для автоматизації щоденних завдань. При цьому затребувані будуть саме хмарні сервіси, а не локальні системи управління, які треба встановлювати на комп'ютер і оновлювати вручну.

Література

1. Буторов С.А. Пандемия COVID-19 и её влияние на мировую туристическую индустрию // Вестник МГУКИ. 2020. № 2 (94). С.116-125.
2. Шумакова Е.В. Проблемы гостиничного бизнеса в условиях пандемии (коронавируса) // Экономика. Серия: Экономика и Право. 2020. №6. С. 103-106.
3. Юванен Е.И., Сандрина В.Е. Инновационные технологии как фактор повышения качества организации обслуживания в гостинично-ресторанном бизнесе // Sciences of Europe. 2017. №13 (13). С. 51-54.
4. Bakar N.A., Rosbi S. Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry // International Journal of Advanced Engineering Research and Science. 2020. №7 (4). PP. 189-193.
5. Walker V.M. Need to self-isolate? These hotels are offering «quarantine packages». URL: <https://thepointsguy.com/news/hotel-quarantine-packages-coronavirus/> (дата звернення: 20.12.2020)

References

1. Butorov S.A. (2020) Pandemiya COVID-19 i ee vliyanie na mirovuyu turisticheskuyu industriyu [The COVID-19 pandemic and impact on the world tourist industry]. Vestnik MGUKI, no. 2 (94), pp.116-125.
2. Shumakova Ye.V. (2020) Problemy gostinichnogo biznesa v usloviyakh pandemii (koronavirusa) [Hospitality challenges in a pandemic (coronavirus)] Ekonomika. Seriya: Ekonomika i Pravo, no. 6, pp. 103-106.
3. Yuvanен Ye.I., Sandrina V.Ye. (2017) Innovatsionnye tekhnologii kak faktor povysheniya kachestva organizatsii obsluzhivaniya v gostinichno-restorannom biznese [Innovative technologies as a factor in improving the quality of service organization in the hotel and restaurant business]. Sciences of Europe, no. 13 (13), pp. 51-54.

4. Bakar N.A., Rosbi S. (2020) Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, no. 7 (4), pp.189-193.
5. Walker V.M. Need to self-isolate? These hotels are offering «quarantine packages». Available at: <https://thepointsguy.com/news/hotel-quarantine-packages-coronavirus/> (accessed: 20.12.2020).