

Скалько А. В.
здобувач вищої освіти
Науковий керівник:
ст.викладач Босецька Н. Г.
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

Поширення пандемії COVID-19 у світі суттєво вплинуло та змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання. Цей процес не оминув жодної галузі, серед яких індустрія гостинності залишається однією з найбільш помітних та проблемних.

Епідемія коронавірусу завдала величезного удару світовій та українській готельній та ресторанній індустрії. Закриті кордони держав, припинення авіасполучення, обмеження пересування та ізоляція країн створило чимало проблем у готельному та ресторанному господарстві.

Наслідками пандемії та запровадження карантину для готельної індустрії України стали; брак гостей, закриття кордонів і зменшення доходів населення, що призвело до зменшення доходів і навіть закриття. З цієї причини деяким компаніям довелося відправити багатьох працівників у відпустку за власний рахунок, обмежити рекламні послуги та інші витрати. Багато готелів мусили закритися, а ті, хто в перші дні працював хоча б у дещо обмеженому режимі, отримували з продажу мінімальну частку доходів.

Відповідно з дослідженням, 93% респондентів підтвердили загальне зниження доходу свого готелю, 21% готелів спостерігали зниження валового доходу на 25-40%, третина готелів – на 40-60%, а 30% готелів – падіння сягає 60%, лише 4% готелів продемонстрували річний приріст доходів і 3% залишилися без змін, так, 66% оптимізували свої витрати за рахунок скорочення штату працівників, 2/3 знизили ціни на свої послуги, 63% респондентів покращили свої послуги (ремонт, переїзд, оновлення умов праці з постачальниками, обмін обладнання тощо), 1/3 респондентів цифрові та маркетингові інструменти, 27% альтернативні послуги (коворкінг, оренда офісу тощо), 7% вирішили змінити профіль частини приміщень, наприклад під оренду азартних ігор.[1]

На початку пандемії спеціалісти робили прогноз , що закриється майже половина закладів ресторанного господарства, тому що вони закривалися першими, відкривалися останніми, мали багато перевірок і відповідно штрафів. Наслідки та втрати поширення пандемії дуже значні, оскільки вводилося обмеження на скупчення людей, дозволялося лише приготування їжі і доставка її замовнику. Підприємці багато втрачали, тому майже чверть закладів припинили

своє існування. Багато працівників ресторанної галузі стали безробітними, частина з них шукала роботу за межами України, частина перекваліфікувалася.

За даними аналітичного центру "Ресторани України" у 2020 році було приблизно 18 600 закладів. На початок 2021 року їх залишилося 14,7 тис. Обсяг ринку за рік скоротився на 30% і склав 14,1 мільярда гривень, за рік втратили близько 6 мільярдів грн. За таких умов обсяг доставки їжі зріс на 25%, хоча це все одно не допомогло рестораторам покрити всі збитки[5].

Щоб утриматися на плаву, деякі ресторани, які займаються виробництвом і доставкою напівфабрикатів, запустили онлайн-ресторани, скоротили кількість співробітників або зарплати, впровадили гнучкий графік роботи.

За даними Державної статистики України, під час закриття навесні 2021 року кількість ресторанів, що працювали, скоротилася на 14%, а їхній товарообіг - на 12%. Також є інші цифри: після закриття лише 2% ресторанів відкрилися знову, а їхній товарообіг збільшився на 2%. [4]

Пандемія внесла свої корективи в роботу закладів гостинності. Необхідністю є дотримання санітарних та гігієнічних норм. Готелі та ресторани повинні дотримуватися спеціальних правил від COVID-19, це регулярне прибирання, дезінфекція приміщень, використання захисних масок та рукавиць (для персоналу), дотримання соціальної дистанції (1-1,5м), що спонукало до зміни у структурі витрат та їх збільшення.

Карантинні обмеження змусили українські та зарубіжні готелі розвивати нові пропозиції та шукати інші шляхи до залучення клієнтів.

Серед способів адаптації та розвитку під час пандемії COVID-19 - послуги швидкої доставки, дистанційне спілкування з клієнтами та активне використання цифрового маркетингу та реклами.

Стрімке падіння попиту змусило власників готелів застосувати маски і антисептики та серйозно переглянути асортимент продукції. Захисне скло на рецепції, доставка сніданку у номер, замість відвідування ресторану, зниження цін – усе це стало основними методами ведення бізнесу. Щоб забезпечити найвищий рівень безпеки, роботу намагалися перевести в онлайн-режим. Піклування стало головним продуктом індустрії, яке змогло завоювати довіру споживачів і тим самим зберегти свій контингент. Карантин змусив підприємців змінити ставлення до самої організації і ведення бізнесу, створив нові передумови для впровадження інноваційних технологій.

Онлайн-ресторани, а також ресторани концепції (з місцями для сидіння, касовим вікном або продуктами RTE (готові до вживання) і RTC (готові до приготування) в існуючих магазинах та на заправках.

Touchless.ai - це нова технологія, яка може бути використана у сенсорних меню для запобігання поширенню інфекційних захворювань. Вона дозволяє користувачам замовляти їжу у цифрових кіосках, використовуючи голосові команди і не торкаючись сенсорних екранів.

– Розвиток штучного інтелекту та автоматизація.

- Фінансові резерви та діджиталізація
- Безконтактна оплата.
- Онлайн-замовлення.
- Доставка їжі.
- Self-Ordering-Kiosk Для Ресторану (кіосків самообслуговування).
- QR-коди.
- Технологія очищення повітря.
- Чатботи.
- Роботизовані бари.

Готелі також використовують інноваційні технології, щоб замінити фізичні контакти на цифрові, зокрема;

- онлайн-реєстрація для заїзду та виїзду;
- "розумні" ключі та готельні замки, які підключаються до "хмарних" ресурсів готелю, без необхідності використання ключів або карток-ключів, а також можливе використання Bluetooth-замків.
- безготівкова оплата;
- комунікаційні сервіси, що включають в себе миттєвий обмін повідомленнями з персоналом.

Отже, карантин, запроваджений під час пандемії, став поштовхом для запровадження інноваційних програм у готельній та ресторанній індустрії. Підприємці стали розробляти стратегії розвитку для протидії внутрішнім та зовнішнім ризикам. Виділено дві групи стратегій розвитку: стратегії підтримки позитивного іміджу на ринку та стратегії подолання негативних наслідків пандемії Covid-19.

Ресторани, що вижили і мають потенціал для процвітання на ринку послуг після пандемії, – це власне ті, хто зумів вчасно визначити нові способи ведення бізнесу, реалізувати інноваційні технології, реалізувати механізми із своїми споживачами а також дбати про своїх працівників.

Список використаних джерел:

1. Ukrinform. Готельний бізнес в Україні зазнав серйозних збитків через пандемію – готельєри. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3174593-gotelnij-biznes-v-ukraini-zaznav-serjozних-zbitkiv-cerez-pandemiu-goteleri.html> (дата звернення: 09.05.2023).

2. Балацька Н. Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Економіка та управління підприємствами. 2020. № 42. С. 117–122.

3. Чаркіна Т.Ю. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. Економічна наука.2021. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/5.pdf.

4. Звіти Державної служби статистики України. UR: <http://www.ukrstat.gov.ua>