

Верезомська І.Г.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного
і туристичного бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв

Губернюк А.

студентка,
Київський національний університет культури і мистецтв

Verezomska Irina, Huberniuk Anna

Kyiv National University of Culture and Arts

УПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН ЯК ПЕРЕТВОРЕННЯ ЗАГРОЗ У МОЖЛИВОСТІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19

*У статті зазначено необхідність внесення коректив у діяльність підприємств сфери гостинності в умовах карантинних заходів під час пандемії коронавірусу, коли конкуренція стрімко зростає та почалася боротьба за виживання на ринку готельних послуг. Виявлено стрімке зменшення іноземних туристів і переорієнтацію ринку в бік внутрішнього туризму. Досліджено динаміку *Rake rates* за категоріями готелів м. Київ та динаміку туристичних потоків. Визначено значущість та перспективність упровадження нових технологій для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств гостинності на світовому ринку. Запропоновано конкретні технологічні зміни для готельно-ресторанних підприємств, що допоможуть підвищити не лише безпеку та зручність гостей під час перебування, а й дадуть змогу оптимізувати діяльність підприємства.*

Ключові слова: зміни, адаптація, розвиток, технологія, пандемія, організація, готельно-ресторанне підприємство, управління змінами, сфера гостинності.

Постановка проблеми. Нове для світу явище – пандемія COVID-19 вимагає подальших пошуків та розроблення як варіантів змін та трансформацій для адаптації до «нової реальності», так і моделей реагування та впровадження змін. Дана тематика не втрапить свою актуальність навіть після завершення пандемії, адже механізми адаптації до непередбачуваних умов функціонування необхідні завжди.

Створення сприятливих умов для стійкої діяльності підприємств гостинності у сучасних умовах пандемії та наростання швидкості та масштабів змін вимагає пошуку нових шляхів та варіантів упровадження змін для адаптації підприємств до динамічного та непередбачуваного зовнішнього середовища.

Сучасне готельно-ресторанне підприємство не зможе вижити та бути успішним на ринку, якщо не реагуватиме на зміни середовища функціонування і змінюватиметься. Найбільш перспективним є впровадження технологічних змін, що висуває на перший план необхідність розгляду та аналізу варіантів технологій, що можуть допомогти підприємствам гостинності вижити в час кризи, спричиненої пандемією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Управління змінами та процес їх упровадження був об'єктом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Зокрема, розробленням підходів, моделей та мето-

дів управління змінами займалися: І. Адізес, І. Ансофф, С. Бай, О. Бесєдіна, Д. Воронкова, О. Гарафонова, Л. Грейнер, Ф. Гуїяр, Дж. Дак, Дж. Келлі, Д. Коттер, К. Левін, Р. Ліпітт, М. Мескон, Д. Мутон та ін. Однак із таким явищем, як пандемія COVID-19, світ стикнувся вперше і наукові пошуки за цим напрямом та дослідження можливих варіантів дій та змін лише починають формуватися. Зокрема, дослідженням стратегічних альтернатив упровадження змін та управління ними за умов економічної мінливості та невизначеності під час пандемії COVID-19 займаються Л. Баратті, А. Парашів, Дж. Холландер, О. Розметова, О. Стрижак.

Формулювання цілей статті. Мета статті – дослідження технологій, придатних до впровадження на підприємствах готельно-ресторанного та туристичного бізнесу під час пандемії коронавірусу, з метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та максимальної адаптації до потреб гостей і «нової реальності» сучасного туризму.

Виклад основного матеріалу. Пандемія коронавірусу та наслідки соціального дистанціювання, самоізоляція та акцент на санітарії призвели до того, що індустрія подорожей та гостинності зіткнулася з різким падінням попиту споживачів та основними питаннями про те, як підготуватися до модифікованої подорожі клієнтів у подальшому.

«З початку року потік туристів у Київ упав на 90% порівняно з таким самим періодом 2019 р. Найнижчий показник завантаженості готелів припав на квітень – період найжорсткіших карантинних обмежень. Тоді, за даними аналітиків CBRE Ukraine, рівень завантаженості становив рекордно мінімальні 4,1%. У кінці першого півріччя, станом на червень, заповнюваність готелів зросла до 7,3%. Найбільше постраждала завантаженість люксового сегменту. Прослідковується така динаміка: чим нижче сегмент, тим вище показник завантаження» [1, с. 2].

Про суттєві зміни у стані готельного ринку Києва свідчать основні показники. Аналізуючи показник Rack rates, спостерігаємо, що на кінець першого півріччя 2020 р. він знизився для всіх категорій готелів порівняно з аналогічним періодом попереднього року. При цьому, зазначають аналітики, зниження вартості проживання для готелів, що функціонують у сегментах Upscale і Upper Midscale, виявилось найбільшим.

Динаміка Rack rates була різною і залежно від типу готелю. Одне з найбільших знижень Rack rates відбулося для апартаментів – у середньому близько 30% в доларах США. Така ситуація пояснюється тим, що готелі у цьому сегменті пропонували більш істотні знижки до вартості проживання порівняно з іншими готелями – учасниками ринку.

Запроваджені карантинні заходи, закриті кордони і відсутність іноземних туристів та бізнес-клієнтів змусили готельний бізнес переорієнтуватися на внутрішній туризм. Це позначилося позитивно переважно в рекреаційному регіоні у літній короткостроковий період. У літній сезон спостерігався стабільний попит на готельні послуги в Південному регіоні: Одеській, Херсонській, Запорізькій та Миколаївській області

з виходом до Чорного моря, а також у Карпатському регіоні. У популярних готелях цінової категорії вище середньої і високої заповнюваність становила до 85%. Ця тенденція може мати і середньостроковий ефект під час другої хвилі коронавірусу [1, с. 4].

Сьогоднішня нова «норма» щодо споживацького досвіду є особливим результатом усесвітньої кризи в галузі охорони здоров'я, яка вже спонукала кожен туристичну та гостинну компанію до швидких і рішучих дій. Оскільки терміни та результати пандемії залишаються невизначеними, вони вимагатимуть продуманості і значних інвестицій у цифрові технології для поліпшення досвіду споживачів.

У всіх галузях бізнесу у світі спостерігаються зусилля, спрямовані на зміцнення довіри споживачів та підтримання економіки. Протоколи, такі як носіння масок, дезінфекція рук та соціальне дистанціювання, приймаються як нові норми, і тактика тримання людей на відстані, продовжуючи вести бізнес (тобто «безконтактні» рішення) є розпорядком дня.

COVID-19, безперечно, пришвидшив уведення нових технологій та програм у готельні операції. Технологічні особливості, які спочатку могли бути призначені для впровадження як новинки чи додаткові зручності, раптом стають необхідністю в епоху, коли деякі люди не наважуються навіть вийти за свої двері.

Спочатку паперові меню були замінені QR-кодами, потім усе частіше можемо спостерігати безконтактні можливості реєстрації в готелі, ключі від номерів у телефоні, безконтактні платежі та бронювання зустрічей у програмі. Тепер можна отримати майже кожен аспект гостинності через власні мобільні пристрої за умови, що готелі прийняли та впровадили в діяльність сучасне програмне забезпечення.

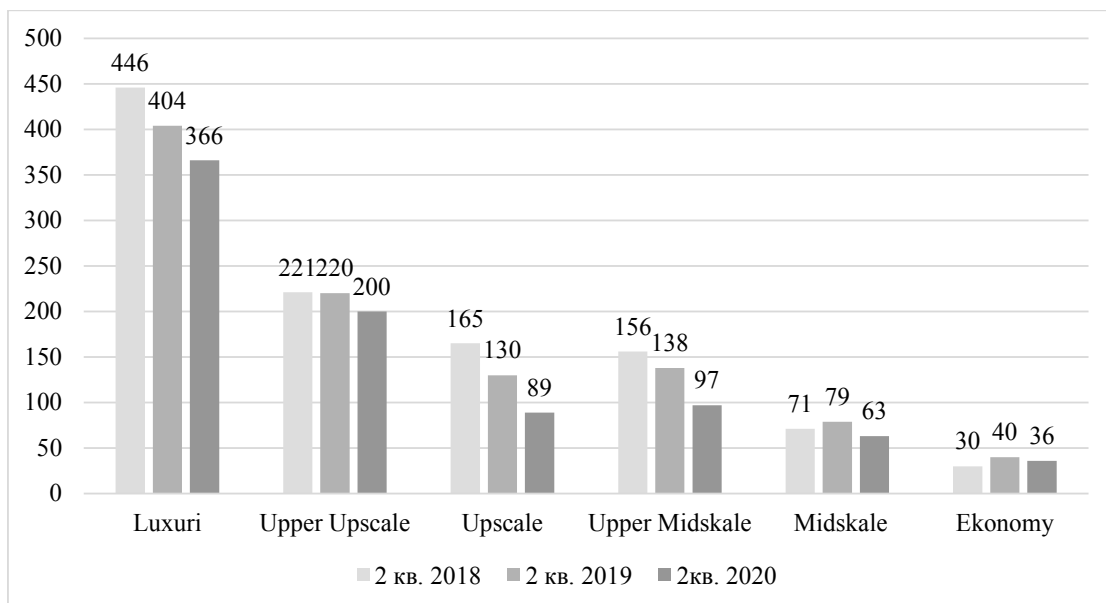


Рис. 1. Динаміка Rack rates за сегментами ринку, м. Київ, I півріччя 2018–2020 рр. (дол. США з ПДВ)

Джерело: Cushman & Wakefield Ukraine

Технологічні інструменти, спрямовані на досвід клієнтів, використовуються також для забезпечення віддаленого доступу до стійки реєстрації, консьєржа та служб обслуговування гостей за допомогою чат-ботів або чатів у прямому ефірі з персоналом. Такі технології надають гостям негайну допомогу без необхідності спілкуватися з ними особисто.

Окрім використання мобільних технологій та технологій самообслуговування, щоб допомогти персоналізувати перебування гостей та забезпечити економічно ефективно управління операціями на тлі COVID-19, включення такого роду передових технологій швидко стало пріоритетним для готелів, просто щоб залишатися в бізнесі.

У нещодавньому звіті Sitel Group «Тенденції досвіду споживачів у світі після COVID-19» генеральний директор Мартін Вілкінсон-Браун написав: «Коли ми переходимо до «нової реальності», а готелі знову відкриваються для бізнесу, очікування клієнтів стає вищим ніж будь-коли» [2, с. 1].

Рухаючись уперед, гості очікуватимуть удосконалених інструментів, таких як канали підтримки живого агента або AI (штучний інтелект) та персоналізовані комунікації, не кажучи вже про підвищені гігієнічні стандарти. Готелі, які задовольняють дані нові потреби гостей, завоюють лояльність до бренду, сприймаючи «нову реальність» на довгострокову перспективу.

Тиск пандемії змушує готельєрів та рестораторів удаватися до впровадження рішучих та агресивних змін. І тут варто розуміти, що така стресова ситуація дасть змогу в майбутньому отримати набагато більше переваг для підприємств сфери гостинності. Ще П. Друкер (2004 р.) зазначав, що центральним завданням менеджменту XXI ст. є перетворення організацій на лідерів змін [3, с. 104].

Саме тому варто розглянути різні типи технологій, які мають вплинути на майбутнє вітчизняного готельного сектору та дадуть змогу підвищити конкурентоспроможність українських готельно-ресторанних підприємств на світовому ринку.

Моніторинг відповідності. Продукт FaceMe від Cyberlink – один із найточніших у світі механізмів розпізнавання обличчя, додає нові функції, розроблені спеціально для того, щоб допомогти компаніям відновити роботу в умовах COVID-19. Сюди входить виявлення маски, яке все ще може ідентифікувати людей, поки вони носять маски, і допомагає керуванню сповіщеннями, коли хтось заходить у приміщення без маски або носить її неналежним чином; інтеграція теплових камер, оскільки дистанційні протоколи вимірювання температури швидко стають загальноновизнаною практикою в епоху постпандемії.

Безконтактний зв'язок. Grace – це нова платформа, яка дає змогу гостям повідомляти персонал готелю в режимі реального часу за допомогою вибраного додатка (наприклад, WhatsApp, Telegram, WeChat) про свої потреби чи побажання. Цей варіант безпечного зв'язку дає змогу персоналу готелю миттєво реагу-

вати на потреби гостей, навіть не запитуючи їхні ім'я та номер кімнати. Наприклад, надсилання текстових повідомлень про «додаткову подушку» – це все, що потрібно для виконання запиту.

Також використання чат-ботів є вельми перспективним та дешевим способом зв'язку гостей із персоналом. Чат-бот – це особистий порадник і помічник, що дасть відповіді на основні питання щодо послуг та режиму роботи сервісів готелю, підкаже цікаві місця у місті та порадить які страви замовити в меню. В умовах карантину такий бот може замінити дзвінки на рецепцію з різного роду стандартними питаннями, що дасть змогу розвантажити відділ фронт офісу.

Компанія NevoTouchless – ще один новаторський продукт, який дає змогу гостям отримати доступ до готельних послуг через власні мобільні пристрої. Гості можуть з'єднати свої пристрої зі своїми телевізорами в номері для використання як пультів дистанційного керування, доступу до онлайн-сервісів, замовлення обслуговування номерів тощо, просто скануючи персональний QR-код на своєму телевізорі.

Визначення місцезнаходження. Технологія, яка використовує дані про місцезнаходження, стає обов'язковою умовою для туристичних брендів для стимулювання продажів, обміну актуальною інформацією та відновлення довіри споживачів до загальної безпеки туризму.

Дані про місцезнаходження можуть допомогти активувати безконтактну реєстрацію заїзду після прибуття гостей. Також за допомогою відстеження геолокації можна повідомляти про обмеження пропускної спроможності та кількість людей у місці призначення в режимі реального часу, щоб уникнути великого скупчення людей.

Геоінформаційні сповіщення також можуть бути дуже корисними для інформування гостей про протоколи безпеки та іншу важливу інформацію про їх візит.

Стерильність та чистота. Сьогодні використання фільтрів HEPA забезпечує фільтрацію повітря від вірусів та бактерій, що переносяться в повітрі, на 99,9%. Але є також нові альтернативні продукти, які швидко вбивають повітряно-крапельні патогени, такі як очищувач повітря Molekule Air Pro RX, який щойно отримав дозвіл на отримання медичних пристроїв FDA для використання в лікарняних умовах та відповідає критеріям ефективності FDA для знищення вірусу COVID-19.

Є також такі пристрої, як Safeology Tower, що використовують потужну UVC-технологію, яка може бути використана для безпечного, швидкого й ефективного усунення до 99,9% поверхневих та повітряних патогенів у приміщеннях готелів, круїзних суднах, розважальних закладах, СПА-центрах, ресторанах, магазинах тощо, не використовуючи хімічних речовин та не залишаючи за собою залишків.

Роботи-покоївки. Компанія KT Corporation щойно випустила свого робота для готелю GiGA Genie під назвою NBot, який забезпечує доставку пляшок із

водою, свіжих рушників та інших зручностей для гостей у сеульському Novotel Ambassador Dongdaemun Hotels & Residences.

Hyundai Robotics також розробив сервісних роботів, оснащених штучним інтелектом, що можуть похвалитися передовими інформаційно-комунікаційними технологіями, включаючи картографування простору, здатність автономного водіння та розпізнавання голосу.

Такі роботи не зможуть на 100% замінити людину в процесі прибирання, але значно зменшать обсяг роботи, що виконують покоївки, та зменшать контакт людей між собою. За умови використання роботів-покоївок прибирання номерів під час перебування гостя може цілком виконувати робот, а вже після виїзду необхідне прибирання кімнати людиною [4, с. 2].

Висновки. Зараз спалах коронавірусу може бути темною хмарою над готельною індустрією, але коли пандемія пройде, можна буде спостерігати приплив

інновацій та креативності від компаній сфери гостинності, які стануть лідерами змін. Сьогодні пандемія виглядає каталізатором для сфери готельно-ресторанного бізнесу та туризму, але насправді це поштовх до більш високотехнологічної та ефективної діяльності в майбутньому.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у дослідженні нових технологічних розробок, придатних до впровадження на вітчизняних готельно-ресторанних підприємствах.

Практичне значення одержаних результатів виявляється у можливості отримання додаткових конкурентних переваг та лояльності гостей у результаті впровадження запропонованих технологічних змін та інновацій.

Подальші наукові розробки можуть бути спрямовані на розроблення комплексного механізму імплементації технологічних змін у готельно-ресторанних комплексах з урахуванням обмежень пандемії.

Список літератури:

1. Настич І. Падіння завантаженості, зниження Rack rates та складне відновлення: готельний бізнес під час COVID-19. URL: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/padinnya_zavantazhenosti_znizhennya_rack_rates_ta_skladne_vidnovlennya_gotelnyy_biznes_pid_chas_covid_19 (дата звернення: 01.11.2020).
2. Baratti L. How Technology Will Reshape the Hotel Industry Post-COVID-19 Pandemic. *Travelpulse*. 2020. URL: <https://www.travelpulse.com/news/travel-technology/how-technology-will-reshape-the-hotel-industry-post-covid-19-pandemic.html> (дата звернення: 01.11.2020).
3. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / пер. с англ. Москва : Вильямс, 2004. 272 с.
4. Hollander J. Hotel digital transformation in the aftermath of coronavirus. *PhocusWire*. 2020. URL: <https://www.phocuswire.com/Hotel-digital-transformation-post-coronavirus> (дата звернення: 01.11.2020).

References:

1. Nastich I. (2020) *Padinnia savantazhenosti, snyzennia Rack rates ta skladne vidnovlennia: gotelnyi biznes pid chas COVID-19*. Available at: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/padinnya_zavantazhenosti_znizhennya_rack_rates_ta_skladne_vidnovlennya_gotelnyy_biznes_pid_chas_covid_19 (accessed 01 November 2020).
2. Baratti L. (2020) How Technology Will Reshape the Hotel Industry Post-COVID-19 Pandemic. *Travelpulse*. Available at: <https://www.travelpulse.com/news/travel-technology/how-technology-will-reshape-the-hotel-industry-post-covid-19-pandemic.html> (accessed 01 November 2020).
3. Druker P. F. (2016) *Zadachi menedzmenta v XXI veke* [Management challenges in the XXI century]. (Trans. In Eng.). Moscow: Wiiliams. (in Russia)
4. Hollander J. (2020) Hotel digital transformation in the aftermath of coronavirus. *PhocusWire*. Available at: <https://www.phocuswire.com/Hotel-digital-transformation-post-coronavirus> (accessed 01 November 2020).

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЕРЕМЕН КАК ПРЕОБРАЗОВАНИЕ УГРОЗ В ВОЗМОЖНОСТИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

В статье отмечена необходимость внесения корректив в деятельность предприятий сферы гостеприимства в условиях карантинных мероприятий во время пандемии коронавируса, когда резко выросла конкуренция в условиях выживания на рынке гостиничных услуг. Исследованы динамика *Rack rates* по категориям гостиниц г. Киева и динамика туристических потоков. Выявлено стремительное уменьшения иностранных туристов и переориентацию рынка в сторону внутреннего туризма. В исследовании определена значимость и перспективность внедрения новых технологий для повышения конкурентоспособности отечественных предприятий гостеприимства на мировом рынке. Предложены конкретные технологические изменения для гостинично-ресторанных предприятий, которые помогут повысить не только безопасность и удобство гостей во время пребывания, а но и позволят оптимизировать деятельность предприятия.

Ключевые слова: изменения, адаптация, развитие, технология, пандемия, организация, гостинично-ресторанное предприятие, управление изменениями, сфера гостеприимства.

INTRODUCTION OF TECHNOLOGICAL CHANGES AS A TRANSFER FROM THREATS TO OPPORTUNITIES DURING THE COVID-19 PANDEMIC

The COVID-19 pandemic has overturned the traditional approach to the hotel business and the digital transformation of the hospitality industry. The rapid decrease of the foreign tourists flow and the reduction of Rack rates are forcing hotel businesses to change and transform, to a greater extent by automating and informatizing operational processes. Restoring customer confidence in a hotel today is not an easy task, and hospitality companies and their travel ecosystem partners are measured by the ways how well and how quickly they manage their customers' safety. The purpose of the article is to consider the dynamics of tourist flows during the COVID-19 pandemic in combination with the dynamics of hotel rates and to propose new technological changes that can be implemented in the hotel, restaurant and tourism enterprises due to the COVID-19 pandemic. The article examines the dynamics of Rate rates by categories of Kiev hotels and the dynamics of tourist flows. The reorientation of the market towards domestic tourism and the rapid decrease of foreign tourists has been revealed. The study identifies the importance and prospects of introducing new technologies to increase the competitiveness of domestic hospitality companies in the global market. Specific technological changes for hotel and restaurant enterprises were proposed, which can help not only to increase the safety and convenience of guests during their stay, but also to optimize the operational processes in hospitality enterprises. The COVID-19 pandemic has made significant adjustments to the hospitality industry, but the threats and constraints that exist in the modern world offer great opportunities for development. During the COVID-19 pandemic, competition increased sharply and the struggle for market survival began. Technology is evolving rapidly and it is technology that will allow hospitality enterprises to respond quickly and adapt to external factors and changes. Improvement of work of modern enterprises of hotel and restaurant business, in our opinion, should occur by means of a technological component, partially considered in this research.

Key words: changes, adaptation, development, technology, pandemic, organization, hotel and restaurant enterprise, change management, sphere of hospitality.