ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ГОСТИННОСТІ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

BASIC DIRECTLY DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL HOTELS AND HOSES IN ADDITIONAL DIAALNESS OF DEVICES OF THE HOTEL AND RESTAURANT STATE

УДК 338.24:640.41(045)
DOI: https://doi.org/10.32843/infrastruct62-22

Язіна В.А.
к.е.н., доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Університет митної справи та фінансів
Сабіров О.В.
к.т.н., доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Університет митної справи та фінансів
Вишнікіна О.В.
к.х.н., доцент, доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Університет митної справи та фінансів

Yazina Viktoriia
University of Customs and Finance
Sabirov Oleksandr
University of Customs and Finance
Vishnikina Olena
University of Customs and Finance

Статтю присвячено засадам успішного розвитку та функціонування міжнародної індустрії гостинності в сучасних умовах. Висвітлено сучасний стан розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. Наведено особливості сучасного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. Розглянуто актуальність створення та розроблення інструментів для підприємств готельно-ресторанного господарства на міжнародному рівні та обґрунтовано необхідність їх застосування на практиці як багатоелементної системи, що має позитивний вплив на функціонування міжнародної індустрії гостинності. Готельно-ресторанне господарство розглянуто як один із головних детермінантів індустрії гостинності. Зазначено підходи до використання інструментів в управлінській діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства. Охарактеризовано діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства та визначено методи їх управління. Запропоновано шляхи вдосконалення підприємств готельно-ресторанного господарства.

Ключові слова: *інструменти управління, міжнародна гостинність, пандемія COVID-19, підприємства готельно-ресторанного господарства, стандарти безпеки.*

Статья посвящена принципам успешного развития и функционирования международной индустрии гостеприимства в современных условиях. Освещено современное состояние развития предприятий гостинично-ресторанного хозяйства. Приведены особенности современного развития предприятий гостинично-ресторанного хозяйства. Рассмотрена актуальность создания и разработки инструментов для предприятий гостинично-ресторанного хозяйства на международном уровне и обоснована необходимость их применения на практике как многоэлементной системы, что оказывает положительное влияние на функционирование международной индустрии гостеприимства. Гостинично-ресторанное хозяйство рассмотрено как один из главных детерминантов индустрии гостеприимства. Указаны подходы к использованию инструментов в управленческой деятельности предприятий гостинично-ресторанного хозяйства. Охарактеризована деятельность предприятий гостинично-ресторанного хозяйства и определены методы их управления. Предложены пути усовершенствования предприятий гостинично-ресторанного хозяйства.

Ключевые слова: *инструменты управления, международное гостеприимство, пандемия COVID-19, предприятия гостинично-ресторанного хозяйства, стандарты безопасности.*

The article is devoted to the principles of successful development and functioning of the international hospitality industry in modern conditions. The current state of development of hotel and restaurant enterprises is covered. Features of modern development of the enterprises of hotel and restaurant economy are resulted. The urgency of creating and developing tools for hotels and restaurants at the international level is considered and the need for their application in practice as a multi-element system, which has a positive impact on the functioning of the international hospitality industry. The hotel and restaurant industry is considered as one of the main determinants of the hospitality industry. Approaches to the use of tools in the management of hotel and restaurant enterprises are indicated. The activity of hotel and restaurant enterprises is characterized and the methods of their management are determined. Ways of improvement of the enterprises of hotel and restaurant economy are offered. It is established that the environment of the world hospitality industry is the world market of tourist services. The world market of tourist services consists of national tourist markets, which have their own characteristics. Tourism services are based on all the characteristics of services, such as intangibility, inseparability, inconsistency and variability of quality. The world market of tourist services is affected by such phenomena as changes in the international division of labor, internationalization of finance, new technologies, unification of the consumer market, increasing competition, the process of transnationalization. It was found that the main actors in the global hotel and restaurant industry are enterprises of various types. A certain type of enterprise is formed depending on the specifics of available services. The formation of the type of management and operating costs depends on the type of enterprise. Hotels and restaurants have been found to have a significant impact on the global hospitality industry. It is investigated that the largest participant in the international tourist exchange is the European region. The most competitive countries by all indicators are European countries. The 2020 pandemic has caused significant damage to the global market for travel services, several times more than the losses during the 2009 crisis.

Key words: *management tools, international hospitality, COVID-19 pandemic, hotel and restaurant enterprises, safety standards.*

Постановка проблеми. У сучасних складних економічних умовах вітчизняний розвиток міжнародної індустрії гостинності, зокрема його головний детермінант – підприємства готельно-ресторанного господарства, потребує нових шляхів удосконалення функціонування та розвитку. Механізм управління підприємствами готельно-ресторанного господарства нині потерпає від недосконалої стратегії управління, яку можна суттєво покращити через сучасні інструменти його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням та аналізом проблем розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства займається велика кількість вітчизняних та зарубіжних учених. Дослідження розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства висвітлено

у наукових працях таких учених, як: Г.Я. Круль, П.Р. Пуцентейло, М.П. Мальська, М.В. Аріфуллін, Л.С. Морозова, В.А. Жуков, М.І. Олеськів, В.О. Ткач, О.С. Камушкова та ін.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити особливості та тенденції розвитку світової індустрії гостинності, розглянути і проаналізувати сучасний стан розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства, визначити шляхи вдосконалення розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з дослідженнями консалтингової компанії Deloitte, перспективними напрямами розвитку світової індустрії гостинності є:

1) розширення пропозиції на перспективних зростаючих ринках та вдосконалення цифрових і соціальних стратегій;

2) підвищення рівня безпеки (прийняття та/або вдосконалення перспективних рішень у галузі безпеки щодо біометрії, електронних віз, передової кіберрозвідки та аналітики);

3) скорочення витрат, у тому числі вдосконалення методів управління доходами, оптимізація ланцюжка поставок і підвищення коефіцієнта завантаження авіакомпаній;

4) залучення до готельно-ресторанного сектору перспективних фахівців, підвищення рівня утримання співробітників і пошук шляхів використання нових технологій для розширення можливостей більш інтелектуальної робочої сили;

5) упровадження персоналізованого підходу до обслуговування клієнтів. Необхідно впроваджувати у діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства аналіз великих даних для розуміння своїх клієнтів, вимірювання та моніторинг мінливих очікувань клієнтів, а також створення автентичного досвіду;

6) діджиталізація готельно-ресторанних послуг. Вона охоплює інвестиції в технології та способи реструктуризації організацій для адаптації і зміни корпоративної культури з метою впровадження інновацій, що використовують технології.

Спалах коронавірусу та подальші заходи безпеки мали значний вплив на гостинність протягом 2020–2021 рр. і продовжуватимуться надалі. Деякі реакції на цю надзвичайну ситуацію, спроби залучити меценатів до закладів харчування та розміщення і запевнити відпочиваючих, що насолоджуватися перебуванням у готелях справді безпечно, пришвидшили існуючі тенденції індустрії гостинності та спричинили тривалі зміни. В останні роки з'явилося декілька нових напрямів розвитку у світовій індустрії гостинності (рис. 1).

Деякі найбільші зміни, пов'язані зі стандартами безпеки, відбулися в помешканнях, місцях розташування готелів та курортів. Якщо групи людей тривалий час залишаються в одному місці, це створює підвищений ризик для здоров'я. Стандарти прибирання одними з перших змінилися, коли вперше були оголошені новини про COVID-19 [1].

Щоб уникнути поширення хвороб, заклади гостинності збільшили зусилля щодо прибирання, особливо у вестибюлях та місцях загального користування. Хоча санітарна обробка поверхонь завжди була важливою для забезпечення безпеки та задоволення споживачів, пандемія привернула багато уваги до протоколу компаній. Величезна зміна з COVID-19 відбулася у сфері якості повітря. Хоча якість повітря давно є проблемою охорони здоров'я, COVID-19 змусив підприємства дуже серйозно ставитися до своїх систем фільтрації та вентиляції [2].

Іншим рішенням стало розроблення методів резервування доступу до різних зручностей закладу, таких як списки реєстрації, які встановлюють часові обмеження для вільних місць. Гості можуть зарезервувати годинний слот у фітнес-центрі або басейні, щоб забезпечити максимальну кількість гостей менше 50%.

Багато закладів просять гостей відмовитися від прибирання номерів, доки перебування не буде завершено. Протягом цього часу заклад може економити воду, уникаючи зайвої білизни, а також утримує персонал від непотрібного перебування у зайнятих приміщеннях, які все ще переповнені

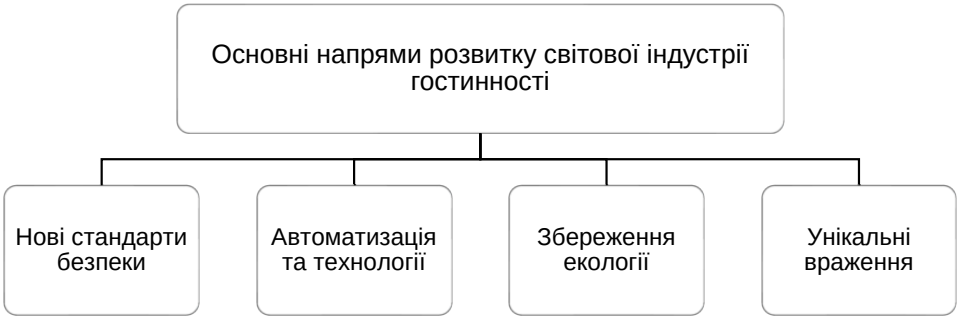

Рис. 1. Основні напрями розвитку світової індустрії гостинності

Джерело: систематизовано авторами на основі [6]

мікробами та вірусами. Ця тенденція дає змогу менеджерам готелів зменшити навантаження на працюючий санітарний персонал.

Готелі, ресторани та інші заклади гостинності також рухаються до нових варіантів здорової їжі та напоїв – від вегетаріанських та безглютенових страв до органічних продуктів; багато гостей шукають широкий вибір продуктів харчування та напоїв, які відповідають їхньому особистому стилю життя. Хоча це не обов'язково очікується пересічним клієнтом, пропонування особливої їжі та напоїв є ключовим маркетинговим пунктом для закладів гостинності [3].

Тим часом еволюція на суспільному рівні, наслідок частково змінених цінностей після найгострішої фази пандемії та підвищення обізнаності споживачів про заходи безпеки, встановила нові еталони для підприємств гостинності. Обмеження на поїздки в 2020 р. сприяли зростанню кількості відпусток, проведених у рідній країні, а не за кордоном, відпусток удома та одноденних поїздок до місцевих визначних пам'яток. Деякі відпочиваючі також вирішують залишатися ближче до дому з екологічних або бюджетних міркувань.

Безконтактні технології, додатки стають усе більш важливими в тому, як готельєри та ресторатори управляють послугами, які вони надають своїм клієнтам, і тепер вони можуть контролювати багато аспектів гостьового циклу та досвіду. Тенденція до цифрових та безконтактних послуг набрала нових темпів у 2020 р. Традиційно послуги, спрямовані на клієнтів, отримують пере форматування завдяки більш широкому використанню технологічних можливостей, таких як мобільна реєстрація, безконтактні платежі, голосовий контроль та біометрія.

Споживачі, які звикли розблоковувати свої смартфони та ноутбуки за допомогою розпізнавання обличчя та відбитків пальців, незабаром очікують такої ж зручності під час доступу до своїх готельних номерів. На жаль, для установ, які бажають їх прийняти, ці оновлення можуть бути дорогими для встановлення та обслуговування [4].

Автоматизація та технології – широка категорія, що говорить про технологічний розвиток, який, як виявляється, скорочує час очікування, делегує роботам важкі завдання та використовує великі дані для оптимізації процесів, наприклад. Чатботи, що працюють на основі штучного інтелекту, виявилися перевагою в обслуговуванні клієнтів як під час процесу бронювання, так і у відповідь на періодичні запитання щодо захисних заходів, які стосуються COVID-19.

Загалом готельні операції все частіше формуються завдяки використанню систем управління для моніторингу та оптимізації доходів, відносин із клієнтами, майна, каналів збуту та репутації. Мобільні, хмарні та інтегровані системи особливо популярні, не кажучи вже про зростаючу важливість інтегрованого обміну повідомленнями, прогнозної аналітики, профілювання клієнтів та проміжного програмного забезпечення, яке прагне з'єднати будь-які системи [4].

Сьогоднішні гості закладів розміщення більше очікують до себе особливого, індивідуального ставлення. Організації докладають великих зусиль, щоб особисто привітати своїх гостей, тоді як такі інструменти, як Mailchimp та Zoho, зробили персоналізований маркетинг електронною поштою доступним для широких мас, забезпечуючи комунікації з конкретною цільовою аудиторією. Це далеко не просто додавання імені клієнта до привітань електронною поштою, такі дані дають змогу зрозуміти минулі звички покупок, що дає змогу готелям адаптувати свої пропозиції та акції й автоматично надавати послуги, подібні до попереднього проживання.

Сьогодні багато подорожуючих цінують час, проведений наодинці. Намагаючись зробити так, щоб одинокі мандрівники почувалися комфортно, бар'єри між співробітниками готелю або ресторану та гостями знижувалися, вони вибирають дизайн інтер'єру, щоб викликати почуття домашньої та неформальної атмосфери. Це поряд із менш різким розривом між гостями та місцевими жителями спонукає до відчуття готельно-ресторанної спільноти [5].

Як тільки світ заблокувався, а рейси були скасовані, аеропорти та кордони були закриті, соціальний статус подорожей змінився. Мандрівники почали стикатися з негативними реакціями людей, які вважали, що подорожі під час пандемії піддавали інших ризику. Мандрівники все менше шукають пишних проявів багатства, воліючи натомість витрачати розумно, цілеспрямовано та створювати позитивний вплив на світ. Попитом користуються унікальні враження, авантюрні канікули та релаксаційні ретрити.

Не менш важлива тенденція гостинності, яка є одночасно актуальною та характерною рисою останніх років, – «сталість» довкілля. Це означає задоволення власних потреб без шкоди для здатності прийдешніх поколінь задовольняти власні потреби. Природне продовження уникання одноразових пластмас, усунення непотрібного споживання паперу завдяки електронним чекам та зменшенню харчових відходів, більш далекосяжні етичні та екологічні міркування формують рішення, прийняті на рівні управління гостинністю. Прості дії для зменшення шкоди екології включають заміну мініатюрних туалетно-косметичних засобів більшими дозаторами місцевого виробництва, вибір простирадл, виготовлених етично, з органічних матеріалів та зменшення споживання енергії «розумними лампочками» тощо [5].

Виходячи з орієнтації на візуально привабливий уміст, здається цілком природним, що підприємства індустрії гостинності повинні прагнути виграти від таких функцій, як віртуальні екскурсії, створюючи цифрове середовище, щоб споживачі могли себе в ньому уявити. Відео, що забезпечують 360-градусний вид атмосфери ресторану, маленьких кафе-терас, огороджених зеленню, або готельні пляжні локації – це спосіб, щоб зробити заклад відомим цього року.

Пропонування цієї послуги також дає вам чітку перевагу серед усіх суперників, які ще не скористалися цією конкретною тенденцією гостинності, а вебхарактер сучасних VR-турів означає, що вони повинні бути легкодоступними на багатьох пристроях, навіть без гарнітури VR [5].

Висновки з проведеного дослідження. Підприємства індустрії гостинності реагують на це, щоб задовольнити ці вимоги. Готелі можуть пропонувати місцеві продукти, тоді як інші варіанти, такі як Airbnb (онлайн-сервіс із розміщення, пошуку та короткострокової оренди житла по всьому світу) та розміщення у фермерському будинку, можуть запропонувати більш колоритні враження для гостей. Більше того, туристичні агенти та туроператори можуть допомогти мандрівникам взяти участь у місцевих заходах.

Публічне розповсюдження вакцини залишається критичним кроком для відновлення рівня заповнюваності в короткостроковій перспективі, але пристосування до потенційних структурних змін функціонування ринку, накладених пандемією, буде ключовим для довгострокового відновлення. Майбутнє групових та ділових поїздок під питанням, ураховуючи швидке впровадження віртуальних методів роботи, які спостерігалися під час пандемії. Опитування компанії Barclays щодо бізнес-подорожей підрахувало, що до 34% ділових поїздок до COVID-19 можуть бути назавжди замінені технологіями, і навіть частка цього оціночного рівня втрат може мати руйнівні наслідки індустрії, орієнтованої на бізнес-туризм.

У світлі непередбачених та нерівномірних впливів на попит, спричинених COVID-19, оцінка стратегічних рішень щодо активів гостинності вимагає повного переосмислення прогнозування результатів діяльності. Незалежно від оцінки придбання, розподілу капітальних витрат, переговорів із позикодавцями, управління активами або оцінки та прийняття рішень щодо найкращого використання пандемія COVID-19 змусила готельно-ресторанний сектор прийняти новий план для оцінки основних результатів діяльності.

Традиційні методології прогнозування кількісно не визначають унікальних наслідків пандемії, таких як темпи відновлення ділових поїздок або постійні втрати бізнесу через віртуальні альтернативи. Як результат, команда консалтингової компанії EY-Parthenon розробила власну модель економічного прогнозування для сектору гостинності, що враховує нетрадиційні елементи прогнозування, такі як терміни розподілу вакцин, заходи соціального дистанціювання та державні програми стимулювання. Використовуючи модель EY-Parthenon для вивчення характеристик, унікальних для кожного об`єкта готельно-ресторанного типу, ринку та джерела попиту, власники та оператори готелів, ресторанів та їхні консультанти матимуть кращі дані для прогнозу відновлення бізнесу.

Пройде багато часу, перш ніж індустрія гостинності досягне прибутку або рівня заповнюваності до пандемії. Важливим викликом для підприємств готельно-ресторанного господарства є відновлення довіри клієнтів, оскільки для них важливо почуватися у безпеці під час пандемії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гоблик-Маркович Н.М. Напрями формування сучасної маркетингової стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку :* тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. Мукачево : РВВ МДУ, 2018. 113 с.

2. Кривошей В.В. Трудовий капітал ресторанного господарства: теорія та методологія управління : монографія. Харків : ФОРТ, 2011. 255 с.

3. Максимюк С.О. Організаційний механізм економічної безпеки на прикладі підприємств індустрії гостинності. *Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції :* матеріали наукової конференції. Львів : ЛТЕУ, 2017. С. 428–430.

4. Миронова М.І., Миронов Ю.Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. *Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції :* матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. С. 517–520.

5. Revfine – платформа знань з індустрії гостинності та туризму. URL: https://www.revfine.com/hospitality-trends.

6. Університет Джонсона та Уельсу (JWU). URL: https://online.jwu.edu/blog/hospitality-trends-watch-2021.

REFERENCES:

1. Goblyk-Markovych N.M. (2018) Napryamy formuvannya suchasnoyi marketyngovoyi strategiyi rozvytku pidpryyemstv gotelno-restorannogo biznesu [Directions of formation of modern marketing strategy of development of the enterprises of hotel and restaurant business]. Mukachevo: RVV MDU, pp. 113. (in Ukrainian)

2. Krivoshej V.V. (2011) rudovij kapital restorannogo gospodarstva: teoriya ta metodologiya upravlinnya [Labor capital of the restaurant industry: theory and methodology of management]. Kharkiv: FORT. 255 p. (in Ukrainian)

3. Maksimyuk S.O. (2017) Organizacijnij mekhanizm ekonomichnoï bezpeki na prikladi pidpriєmstv industriï gostinnosti [Organizational mechanism of economic security on the example of enterprises of the hospitality industry]. Lviv: LTEU, pp. 428–430. (in Ukrainian)

4. Mironova M.I., Mironov Y.B. (2020) Pokazniki efektivnosti diyal'nosti pidpriєmstv industriï gostinnosti [Indicators of efficiency of enterprises of the hospitality industry]. Cherkasy: Eastern European University of Economics and Management, pp. 517–520. (in Ukrainian)

5. Revfine» – platforma znan z industriï gostinnosti ta turizmu. URL: https://www.revfine.com/hospitality-trends.

6. Universitet Dzhonsona ta Uelsu (JWU). URL: https://online.jwu.edu/blog/hospitality-trends-watch-2021.