SECTION 6. PROBLEMS OF ENTREPRENEURIAL SPHERE, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-159-6-38

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ І АВТОМАТИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

Кожевнікова В. О.
кандидат технічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Одеської національної академії харчових технологій

Коротич О. М.
старший викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Одеської національної академії харчових технологій
м. Одеса, Україна

За останні десятиліття сфера готельно-ресторанного бізнесу та тісно пов'язана з нею індустрія туризму постійно зростала та стала одним із найбільш динамічних секторів глобальної економіки в світі. Проте пандемія коронавірусу нанесла важкий удар на діяльність як світового туризму, так і закладів готельно-ресторанної сфери. За 2020 р. кількість міжнародних туристів знизилась на 73% у порівнянні з попереднім роком у всьому світі, а експортні доходи від туризму знизились на 63% [1, с. 19].

Готельний і ресторанний бізнес також зустрівся з масою проблем, зазнав кардинальної трансформації поглядів на ефективні форми організації роботи закладів та моделі їх розвитку. В кожній країні за 2020–2021 рр. значна частина ресторанів закрилась, скоротились попит та об'єми виробництва, упали прибутки в сфері гостинності. На перший план вийшло завдання «залишитися на плаву», пошук нових механізмів, які б забезпечили збереження життєздатності готелю, ресторану, туристичної індустрії та дали змогу швидко адаптуватися до нових динамічних умов бізнес-середовища [2, с. 117].

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій є світовим явищем, але сфера туризму та гостинності був одним із перших секторів, які діджиталізували бізнес-процеси в глобальному масштабі, перевівши бронювання авіаквитків та готелів онлайн. Обмеження у переміщенні туристів в період пандемії тільки прискорило тотальну діджиталізацію галузі, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології для збереження життєздатності підприємств та подальшого розвитку бізнесу. Протягом карантину суб'єкти туристичної індустрії в різних країнах винаходили креативні способи підтримати зацікавленість в тих, чи інших туристичних дестинаціях: від онлайн-турів з ефектом майже присутності до різноманітних кулінарних шоу, висвітлюючих кухні різних країн світу [3, с. 118].

Спеціалісти зазначають важливість використання мобільних додатків та соціальних мереж для більш ефективного контакту зі споживачами. Соціальний медіа-маркетинг є важливим фактором успішного просування бренду і залучення цільової аудиторії, адже соціальні мережі відрізняються відкритим доступом і великою кількістю споживачів. Це робить їх незамінним джерелом інформації, яку заклади індустрії гостинності можуть використовувати для стратегічного аналізу й цифрового маркетингу, що є важливим елементом підтримання розвитку підприємств [2, с. 119].

Експерти Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) також приділяють увагу діджиталізації галузі та стимулюванню пов'язаних з нею проектів для подолання негативних ефектів пандемії. Так, наприклад, цифровий додаток MUST Travel & Tech функціонує в 60 країнах, збираючи всю інформацію, яка цікавить мандрівників, в одному місці. Співробітництво з UNWTO дозволить інтегрувати ключову інформацію та аналіз, що може перетворити MUST на провідний туристичний додаток і створити нові можливості для дестинацій, що сприяє реактивації сектору [4].

Hospitality Challenge, конкурс інноваційних проектів, розпочатий UNWTO та Sommet Education в червні 2020 р. та завершений у жовтні 2021 р., був спрямований на виявлення ідей та осіб, здатних прискорити відновлення готельно-ресторанного та туристичного сектору після пандемії COVID-19. На цей конкурс було подано більше 600 проектів з усього світу, але з 30, що вийшли у фінал конкурсу, більше половини мали своєю метою створення автоматизованих систем управління, інформаційних платформ або онлайн-додатків. З трьох переможців конкурсу, один проект мав на мету створення програмного забезпечення для співпраці в готелях, що дозволяє співробітникам продуктивно

працювати, незважаючи де вони знаходяться, а інший проект представив собою віртуальний ринок реальних і цифрових гастрономічних вражень [5].

Можна зробити висновок, що у складних умовах сьогодення інформаційні технології стають все більш цінним ресурсом для підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Діджиталізація галузі не тільки надає закладам можливість збереження життєздатності, а й відкриває нові перспективи розвитку.

Література:

1. UNWTO. (2021). *The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19*. World Tourism Organization. 34 p.

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. Вовчанська О.М., Іванова Л.О. Конфігурація світового ринку туристичних послуг в умовах пандемії COVID-19. *Матеріали І Міжнародної науково-теоретичної конференції «Débats scientifiques et orientations prospectives du développement scientifique»*. Vinnytsia-Paris : Plateforme scientifique européenne & La Fedeltà, 2021. Vol. 1, 115–118.

4. UNWTO. (2021). Digital Tools to Revitalize Tourism. URL: https://www.unwto.org/news/digital-tools-to-revitalize-tourism.

5. Sommet Education. (2021). UNWTO and Sommet Education Reveal the Top 3 Talents of Tomorrow. URL: https://hospitalityinspired.sommet-education.com/media-center/unwto-and-sommet-education-reveal-top-3-ta-lents-tomorrow.