

Організувати роботу співробітників з будь-якої точки планети можна завдяки службі Azure Virtual Desktop та пакету офісних програм Microsoft 365. З ним бізнес може налаштувати віртуальний робочий простір своєї команди з необхідним набором програм, індивідуально адаптуючи його під кожного співробітника або окремих відділ. Для підключення до віддаленого робочого стола працівнику потрібен буде лише доступ до інтернету та будь-який пристрій – ноутбук, смартфон, планшет тощо.[5]

Міграція даних у хмарні технології, надає можливість готельно-ресторанному бізнесу покращити та автоматизувати його функціонування, забезпечити захист даних та їх резервування задля подальшого активного функціонування. Це сприяє подальшому розвитку підприємств, збереження фінансів та активів, належному управлінню ризиками та підвищенню якості діяльності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Врятувати бізнес від війни. Навіщо державі та бізнесу IT-платформа для релокації. URL;
<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/14/685722/index.amp>
2. ГУРТ. URL; <https://gurt.org.ua/articles/38359/>
3. Хмари на озброєнні : 5 сценаріїв роботи бізнесу під час війни і не тільки. URL;
<https://delo.ua/telecom/xmari-na-ozbrojenni-pyat-scenariyiv-roboti-biznesu-pid-cas-viini-i-ne-tilki-404619/>
4. Новини ринку. URL; <https://deps.ua/ua/news/novosti-rynka/9164.html>
5. Хмарні технології рятують бізнес під час війни. URL;
<https://hub.kyivstar.ua/news/hmarni-tehnologiyi-ryatuyut-biznes-pid-chas-vijny/>

УДК 339.9

БУРКОВСЬКА Анна,

*асистент кафедри менеджменту та маркетингу,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

УПРАВЛІННЯ ТРЕНДАМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У 2021 році індустрія гостинності намагалася відродитися після наслідків пандемії COVID-19. З початком 2022 року та третього року COVID-19, який ознаменував ще один новий штам, омікрон, тестування продовжуватиметься [1]. Креативність у поєднанні з гострою концентрацією на управлінні ризиками буде ключовою для руху вперед у бізнес-середовищі.

Для туристичної індустрії 2022 рік — це більше, ніж просто спостерігати за збільшенням кількості авіапасажирів і зростанням заповнюваності готелів, коли відвідувачі повертаються до міст і на пляжі. Деякі з цих змін, ймовірно, продовжуватимуть впливати на подорожі після того, як криза охорони здоров'я вщухне. Глобальні туристичні поїздки зростуть на 30% у 2023 році після зростання на 60% у 2022 році, але залишаться нижче рівня до пандемії. Економічний спад та стратегія Китаю щодо нульової боротьби з ковідом затримають відновлення [1].

Наслідки пандемії не проходять безслідно і для страховиків. Андеррайтери дедалі частіше проводять перевірки нерухомості на місці та перевіряють відгуки в соціальних мережах на наявність ознак потенційного ризику [2]. Те, як ресторани справляються зі зростанням продажів алкоголю, також перевіряється, як і ретельність готелів у вживанні заходів безпеки від COVID.

Особливо сильно постраждали ресторани, які повернулися з кращою оплатою праці, бонусами за підписку та кращими пільгами, як, наприклад, обмежене медичне обслуговування та зобов'язання оплачувати навчання. Готелі певною мірою наслідують цей приклад. Але вони знайшли й інші рішення, як, наприклад, скорочення витрат на прибирання. Технології також допомогли, полегшивши обслуговування за допомогою таких рішень, як мобільні програми та чат-боти [3].

Захист тих співробітників, які повернуться, і надалі залишатиметься великим пріоритетом, особливо тому, що COVID та його штами все ще присутні, з ймовірністю ще більшої шкоди. Поліпшення умов праці залучить більше працівників, а також компенсує ризики.

У 2022 році бізнес у сфері гостинності буде зосереджений на відновленні своєї робочої сили. Ці зусилля будуть домінувати в тенденціях гостинності в осяжному майбутньому. Менеджери почнуть із основ — запропонують конкурентну оплату праці та додаткові переваги працівникам [2]. Управлінці у готельно-ресторанному бізнесі також використовуватимуть технології, щоб залучати й утримувати таланти, покращуючи досвід роботи співробітників крок за кроком. Підвищення кваліфікації у сфері гостинності також стане ключовою стратегією менеджменту готелю.

Технологічні рішення продовжують змінювати гостинність. Починаючи із систем торгових точок, які додають швидкості та ефективності процесу продажів, управлінню запасами та грошовим потоком. Ще однією перевагою під час обмеженої

взаємодії із клієнтами є поширення додатків, які, наприклад, можуть полегшити навчання водіїв і передпоїздковий огляд автомобіля для доставки з ресторану. Проте, спроби онлайн-шахрайства, що впливає на гостинність, продовжують зростати, збільшившись на 155,9% лише за другий квартал 2021 року [3]. Отже, організаціям потрібно розуміти ризик кібератак і запровадити запобіжні заходи, починаючи від брандмауерів і закінчуючи навчанням співробітників уникненню зломів.

Під час пандемії споживачі звикли до двох речей: технологій і можливості залишатися вдома. Незважаючи на те, що компанії готові знову повернутися до звичної взаємодії із клієнтами, вони використовуватимуть технології, щоб зробити обслуговування гостей персоналізованим і легким [4]. Готелі, зокрема, намагатимуться заманити бізнес-мандрівників назад, обладнавши готельні номери всіма необхідними технологіями.

Підприємства готельно-ресторанного бізнесу прискорили свою цифрову трансформацію, щоб адаптуватися під час пандемії. Це допомогло їм перейти до нових бізнес-моделей, а також створило нові способи взаємодії з клієнтами та додало нові джерела доходу. З мобільними платформами такі завдання, як нарахування заробітної плати, графіки та відкрита реєстрація, будуть оцифровані [4]. Працівники можуть використовувати чат-ботів на своїх пристроях, щоб ставити питання, і матимуть прямий доступ до важливої інформації. Автоматизація також може спростити та оптимізувати складний, трудомісткий процес — адаптацію. Автоматизація кадрів буде безпрограшною як для адміністраторів, так і для працівників.

Отже, у 2023 році індустрія гостинності стане більш орієнтованою на дані. Від побудови систем до платформ CRM компанії створюють пов'язане середовище, де різні мережі та програмне забезпечення зможуть об'єднати всю організацію для підвищення ефективності. Компанії інвестуватимуть у інтелектуальні технології, щоб отримати ефективну інформацію про свій бізнес, клієнтів і співробітників, щоб приймати рішення, які принесуть кращі результати.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Посібник EIU з туризму в 2023 році. URL: <https://cutt.ly/jMDGGfJ>.
2. Ніколайчук Ольга Анатоліївна. (2021). Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах COVID-19. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм, (13), 108-114. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-11>.

3. Дишкантюк О.В., Потьомкін А.М., Власюк К.В. Індустрія гостинності та туризму в умовах covid-19: світова практика та українські реалії. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 61 С. 11-17.

4. Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Стратегічні напрями управління готельнохресторанним бізнесом в умовах кризи. Економіка та держава. 2021. №2. С. 19-23.

УДК 338.483.13

ВЕЛИЧКО Олена,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
Державний торговельно-економічний університет,
м.Київ. Україна*

БАНЄВА Ірина,

*доктор економічних наук, професор кафедри готельно-
ресторанної справи та організації бізнесу*

*Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

ЧУПРУН Катерина,

*здобувач 4 курсу освітнього ступеня «бакалавр»
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна*

ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

За даними аналітиків, останніми роками середня дохідність готельної нерухомості в Україні становила 11%, Саме тому до початку повномасштабних бойових дій в Україні готельний бізнес вважався однією з найприбутковіших інвестицій. Незважаючи на жорсткі вимоги пандемії у 2021 році попит на послуги закладів розміщення мав тенденцію до зростання. За даними, що наводяться [1] у 2021 році західний регіон України відвідали понад 200 тис. туристів із країн Аравійського півострова. На півдні спостерігався приріст мандрівників із Ізраїлю, Туреччини й Балканів. Щороку кількість іноземних туристів збільшувалася на 20-30%, що значно вплинуло на платоспроможність внутрішнього туризму та привабливість готельного бізнесу для інвесторів.

Через воєнні дії співвідношення попиту та пропозиції в готельному бізнесі України змінились: значна кількість об'єктів не працює з міркувань безпеки, через брак попиту, з технічних причин, через пошкодження від обстрілів або повністю зруйновано. В цілому простежується чітка регіональна залежність від активності бойових дій. Так, на півдні обсяг грошових надходжень від готельного бізнесу становить 3–5% від планового, в Києві й області