

УДК 338.48

Киричок А.К.¹, Жученко В.Г.²

¹ студ. гр. ФТБ-2-15, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

² канд. екон. наук, доцент, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ЯПОНІЇ

Туристичний бізнес – це галузь економіки, яка надає широкий спектр послуг, спрямованих на задоволення потреб людей, які подорожують з метою відпочинку, роботи, навчання або інших цілей.

В японській готельно-ресторанній індустрії є поняття «omotenashi», яке описує концепт гостинності та турботи про гостей з теплом, люб'язністю та уважністю. Ключовими елементами є: увага до дрібних деталей, передбачення потреб клієнтів і готовність зробити все можливе, щоб їх задовольнити [2].

В готелях Японії поєднуються традиційність та сучасність. Японські готелі демонструють місцеві звичаї та традиції через дизайн, декор та їжу, розкішні готелі інтегрують місцеве мистецтво та ремесла у свої інтер'єри. При цьому в останні роки стало помітно тенденцію збільшення роботизації роботи

готелів в зв'язку з нестачею працівників, та збільшується кількість готелів, які намагаються стати екологічно чистими.

Ідея екологічної чистоти в готельній індустрії Японії полягає в інвестиціях в енергоефективні технології та системи для зменшення вуглецевого сліду, встановлення сонячних панелей, енергоефективного освітлення та систем збереження води [6].

Пандемія Covid-19 та поява на ринку Японії міжнародних готельних мереж як Hilton, Marriott та InterContinental, підштовхнули місцеві підприємства до роботизації готелів для збільшення конкурентноспроможності та підвищення якості сервісу, адже іноземні мережі мають іншу концепцію, яка більше зосереджується на ефективності без надто великих зусиль з боку персоналу. Тому звернення до роботизації є виграною стратегією для японських готелів, які потерпають від нестачі робочого персоналу, завдяки роботі якого і здійснюється концепція «omotenashi».

Сьогодні японські готелі активно використовують технологічні інновації як: штучний інтелект (ШІ), роботи, чат-боти, програми лояльності, digital guest experience (DX), customer relationship management (CRM) systems, Інтернет речей (Internet of Things) та стратегії цифрового маркетингу.

Internet of Things (IoT) з'явилося в готельній індустрії внаслідок пандемії Covid-19, коли з'явилися вимоги в збільшенні соціальної дистанції та через зменшення кількості кваліфікованих працівників в сфері. Завдяки технологіям IoT гості можуть зарезервувати кімнату, самостійно зареєструватися, отримувати доступ до кімнати через телефон чи смарт-годинник, змінювати температуру та освітлення, канали, замовляти додаткові послуги, отримувати рекомендації для відвідування пам'яток та виселятися з кімнати – без допомоги персоналу.

Для готелю IoT не лише дозволяє полегшити роботу персоналу, але також допомагає з заощадженням електроенергії, відслідковує витрати води та утворення відходів, що допомагає готелям ставати більш екологічними. Датчики, які контролюють обладнання можуть виявляти відхилення від норми

(надмірну температуру або тиск, витік газу або води) та попередити про необхідність проведення профілактичних робіт. Завдяки використанню біометричних даних для реєстрації в готель полегшується охорона готелю від неуповноважених осіб, також камери з розпізнаванням обличчя дозволяють ШІ зчитувати поведінку людей, аби попереджати небезпечні ситуації [3].

IoT включає: штучний інтелект, роботів, мобільні додатки, апаратне та програмне забезпечення, Bluetooth та Wi-Fi, хмарні сховища тощо.

Голосовий ШІ зручний своєю невеликою вартістю в встановленні та експлуатації порівняно з роботами, для роботи голосового ШІ не потрібне значне навчання персоналу. При цьому голосовий ШІ допомагає впоратися з дефіцитом робочої сили, підтримувати високий рівень сервісу та створювати легкий цифровий досвід [7].

Digital Guest Experience – це платформа, що дозволяє завдяки телефону резервувати кімнату, платити за послуги, мати безключовий доступ та замовляти додаткові послуги. Так само як IoT вирішує проблему з нестачею працівників, допомагає лишатися конкурентоспроможними, надавати кращі послуги та збільшує дохід готелю [5].

Ресторанна індустрія Японії звернулася до роботизації підприємств не тільки через нестачу кваліфікованих кадрів, а й через старіння нації та виключення людей з інвалідністю з життя суспільства.

Робото-технічна компанія Ory Laboratory Inc представила рішення в вигляді кафе Dawn – Avatar Robot в Токіо. Ініціатива передбачає впровадження дистанційно керованих роботів-аватарів. Ідея створення дистанційно керованих роботів-аватарів виникла у генерального директора компанії Кентаро Йошифудзі після того, як він майже три роки був прикутий до ліжка в лікарні [1].

Роботів-аватарів контролюють «пілоти» - особи, які не можуть виходити з дому через важку інвалідність або з інших причин, така діяльність не лише вирішує нестачу працівників, але і дозволяє людям з інвалідністю працювати в кафе через робота і брати участь у житті суспільства. Такі роботи-аватари були

схильно прийняті суспільством і почали поширюватися закладами харчування [4].

Інший робот, який може частково контролювати людина, але який використовується лише для полегшення роботи офіціантів, це роботи для доставки підносів (tray delivery robots). Вони зручні для подачі страв та збору брудного посуду, можуть ідентифікувати та оминати предмети навколо них завдяки датчикам, 3D камері та сенсорному обладнанню. Роботи для доставки підносів, за задумом розробників, дозволять офіціантам приділити більше уваги безпосередньо гостям та ефективніше використовувати свій час [4].

Готельно-ресторанне господарство Японії зосереджується на вирішенні актуальних проблем таких як брак кваліфікованих працівників та підвищення безвідходності підприємств, застосовуючи сучасні інноваційні технології. Інноваційні технології допомагають японським підприємствам в підвищенні якості сервісу, конкурентоспроможності в порівнянні з міжнародними мережами та дозволяють не втрачати головний принцип гостинності – «omotenashi».

Список використаних джерел:

1. Inclusive design innovations powering a dining revolution. Yourstudio - Inclusive Spaces. URL: <https://inclusivespaces.io/research/the-inclusive-design-innovations-powering-a-dining-revolution-in-japan/>
2. Luthfi Yani A. Omotenashi: how japanese treat their customer with extra care. Tokhimo. URL: <https://www.tokhimo.com/post/omotenashi-how-japanese-treat-their-customer-with-extra-care-1>
3. Oberhummer F. IoT in hotels: solutions that are transforming the industry. Internet of Things. URL: <https://intellias.com/internet-of-things-iot-hospitality-industry/>
4. The latest technology in japan's dining industry. Kizuna. 2023. URL: https://web-japan.org/trends/11_tech-life/tec202309_restaurant.html

5. Transforming hotel guest experiences with digital platforms. DigitalGuest. URL: <https://digitalguest.com/digital-guest-experience-platforms-hotel-industry/>

6. ViJapan. Key developments and innovations in the japanese hotel industry for global tourists. VisitInside japan. 2024. URL: https://visitinsidejapan.com/travel-in-japan/key-developments-and-innovations-in-the-japanese-hotel-industry-for-global-tourists/#2_Key_Developments_in_Japanese_Hotels

7. What we saw at HCJ 2023: A peek into the future of the hospitality industry in Japan | Aiello. Aiello – Voice AI Assistant for Hotels. URL: https://aiello.ai/blog-en/hoteres-japan-aiello/#pll_switcher