

Цифровизация как драйве развития индустрии гостеприимства

Digitalization as a driver for the development of the hospitality industry

Болтоносова А. С.
A. Boltonosova

В данной статье автором исследованы различные направления цифровизации гостиничной индустрии как для повышения ее конкурентоспособности и эффективности, так и для повышения качества обслуживания клиентов. Основной целью исследования является определение перспектив развития индустрии гостеприимства в условиях цифровизации гостиничного рынка. В статье проанализирован опыт зарубежных сетей в части внедрения цифровых технологий в деятельность гостиничных предприятий, а также отмечены основные принципы их внедрения.

In this article, the author examines various directions of digitalization of the hotel industry both to increase its competitiveness and efficiency, and to improve the quality of customer service. The main purpose of the study is to determine the prospects for the development of the hospitality industry in the context of the digitalization of the hotel market. The article analyzes the experience of foreign networks in terms of the introduction of digital technologies into the activities of hotel enterprises, and also highlights the basic principles of their implementation.

Ключевые слова: цифровизация, гостеприимство, цифровые технологии, цифровая экономика, гостиничный бизнес.

Keywords: digitalization, hospitality, digital technologies, digital economy, hotel business.

Введение

Актуальность темы обусловлена важностью внедрения цифровых технологий в деятельность гостиничного предприятия с целью повышения его операционной и экономической эффективности. На данном этапе цифровизации гостиничной индустрии препятствует множество факторов, основными из которых являются высокая стоимость имплементации данных технологий, а также длительный период их окупаемости.

Однако в долгосрочной перспективе цифровизация гостиничного предприятия способствует его повышению социально-экономической эффективности.

Целью настоящего исследования является определение перспектив развития индустрии гостеприимства в условиях цифровизации гостиничного рынка.

Результаты: автором рассмотрены примеры внедрения цифровых технологий в деятельности гостиничных предприятий, исследованы основные принципы их внедрения, а также определены основные преимущества внедрения цифровых технологий для гостиничного предприятия.

Основная часть

В последние годы цифровизация является драйвером развития множества отраслей экономики, в том числе и индустрии туризма и гостеприимства, что обусловлено высокой эффективностью цифровых технологий, внедрение которых ведет к оптимизации бизнес-процессов на предприятии, а также к повышению конкурентоспособности и рентабельности бизнеса [2].

Цифровизация гостиничной индустрии направлена на внедрение информационных технологий в части автоматизации бизнес-процессов внутри гостиничного предприятия, в том числе в части бронирования, управления номерным фондом, закупок, маркетинга и продаж и др. Действительно, в эпоху развития различных интернет-технологий для предприятия гостиничной индустрии становится важным внедрение инноваций не только в части управления бизнеса, но также и в части обслуживания гостей для повышения своей конкурентоспособности [3].

Учеными и экспертами выделяются основные цифровые технологии, составляющие основу цифровизации туристической индустрии:

- технологии блокчейн и больших данных, позволяющие хранить и обрабатывать большие объемы данных в целях повышения эффективности бизнес-процессов;
- интернет вещей, представляющих собой сеть физических устройств со встроенными сенсорами, программным обеспечением, которые позволяют

обмениваться данными с другими устройствами для автоматизации процессов гостиничного предприятия;

- искусственный интеллект, позволяющий создавать виртуальных помощников, распознавание лиц, чат-боты, а также автоматизировать ряд бизнес-процессов гостиничного предприятия;

- робототехника (использование роботов в организационном и производственном процессе);

- машинное обучение, позволяющее также автоматизировать ряд бизнес-процессов гостиничного предприятия, например, управление бронированием или маркетинговую деятельность [1].

Можно выделить основные принципы внедрения цифровых технологий в гостиничном бизнесе (рис. 1).

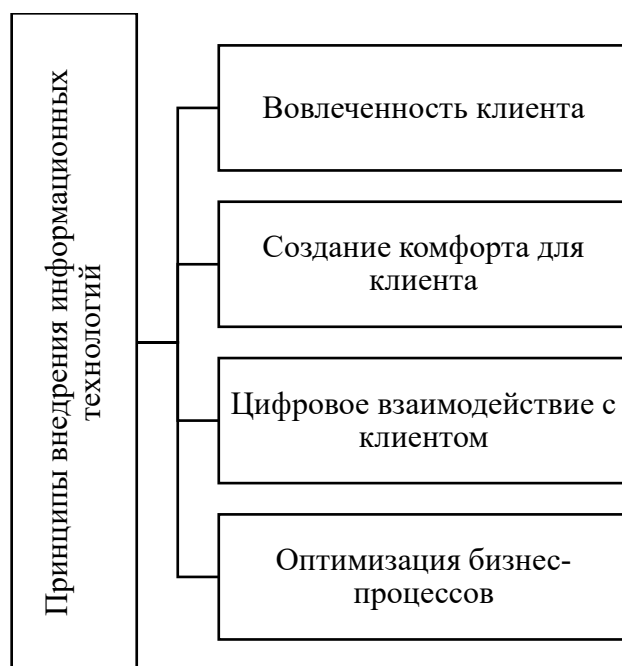


Рис. 1. Принципы внедрения цифровых технологий в гостиничном бизнесе/ (составлено автором на основе [1])

Таким образом, можно отметить, что принципы внедрения цифровых технологий в гостиничном бизнесе направлены, в первую очередь, на создание определенной ценности для клиента. Внедрение цифровых технологий само по себе не гарантирует успеха, особенно на рынке гостиничного бизнеса, где удовлетворение потребностей клиентов имеет решающее значение. Необходимо отметить, что внедрение цифровых технологий в гостиничном

предприятию способствует созданию комплексного гостиничного продукта, а не просто предоставлению услуг по размещению гостей. Важно убедиться, что цифровые инструменты используются для удовлетворения потребностей клиентов и повышения качества их обслуживания.

Принцип вовлеченности клиента в процессе цифровизации гостиничного бизнеса ярко иллюстрирует пример интеграции технологий виртуальной реальности в гостиничный бизнес. Так, например, сеть отелей «Мариотт» интегрировала технологию виртуальной реальности, что позволило гостям на этапе бронирования проводить оценку номера [6].

Создание комфорта для клиента является одним из важнейших принципов внедрения цифровых технологий. В связи с этим многие отели по всему миру, в том числе и в России, внедряют технологии «Интернет-вещей» (IoT).

IoT-системы направлены не только на повышение качества гостиничных услуг, но и на экономию ресурсов и снижение затрат гостиничного бизнеса. Благодаря IoT-системам клиенты могут самостоятельно управлять микроклиматом в номере, регулируя температуру и уровень влажности, управлять освещением номера, мультимедиа через мобильное приложение в телефоне [7].

Внедрение технологии «Интернет-вещей» отвечает так же еще одному принципу, а именно принципу цифрового взаимодействия с клиентом. Ряд отелей, например, в зарубежных отелях сети «Мариотт» активно внедряется технология «Интернет-вещей». Так, посетители гостиницы через специальное мобильное приложение могут управлять микроклиматом и освещением номера, регулировать открытие/закрытие штор, управлять мультимедиа, связываться с голосовым помощником. Через мобильное приложение гости отеля могут также быстро и оперативно связаться со стойкой регистрации, пополнить мини-бар, заказать рум-сервис. Использование мобильных приложений гостем вовремя его пребывания позволяет минимизировать контакт с обслуживающим персоналом, а также повысить уровень удовлетворенности гостя за счет ускоренного решения проблем и повышения

уровня комфортности его пребывания. Например, через мобильное приложение гость может продлить пребывание в гостинице, произвести мобильный «чек ин» или «чек аут» [6].

Кроме того, внедрение мобильных приложений поможет гостиничному бизнесу в сборе и аналитике данных о предпочтениях и потребностях гостя, среднем времени пребывания, среднем чеке, на основе анализа которых менеджмент сможет внедрять верные управленческие решения, направленные на улучшение взаимодействия с клиентами.

Что же касается роботизации, то здесь имеется как положительный, так и отрицательный опыт внедрения робототехники. Активно роботизация гостиничного бизнеса начала проявляться в Японии, где роботы встречали гостей на стойке, помогали с багажом, убирали номера. Однако гости раскритиковали такой подход, указав на то, что роботы слабо справляются со своими обязанностями, плохо ориентируются в пространстве. По итогу процесс роботизации был приостановлен. Однако в период пандемии процесс роботизации возобновился: так, ряд отелей интегрировал роботов в качестве помощников в дезинфекции помещений и разносе еды и напитков по номерам.

В 2020 году рынок гостиничных роботов оценивался в 295,5 млн долларов, однако к 2030 году прогнозируется рост рынка до 3,1 млрд долларов [5]. По мнению авторов, роботизация гостиничного бизнеса возможна преимущественно в back office, так как в гостиничной услуге основной составляющей является обслуживание клиента, процесс которого зависит от компетентности и профессионализма работника. Роботы не способны обеспечить высокий уровень коммуникативной эффективности, обеспечив высокий уровень эмоциональной вовлеченности, а также индивидуальный подход к каждому гостю с учетом культурных различий. Кроме того, многие задачи в отелях требуют гибкости и креативности, например, решение конфликтов, адаптация к уникальным запросам клиентов или управление нестандартными ситуациями. Однако внедрение роботов возможно в процессы, не связанные с прямым взаимодействием клиента, например, уборка общественной территории отеля, дезинфекция помещений и др.

Кроме того, цифровизация гостиничной индустрии должна быть также направлена на оптимизацию бизнес-процессов, а именно на повышение скорости обслуживания, сбора и обработки информации, ускорение принятия управленческих решений. Так, технологии искусственного интеллекта могут быть внедрены в программные продукты для гостиничного бизнеса с целью повышения эффективности ценообразования, оптимизации структуры затрат, а также для прогнозирования поведения клиентов с учетом рыночной конъюнктуры. Цифровизация гостиничного бизнеса имеет множество преимуществ в долгосрочной перспективе (рис. 2).

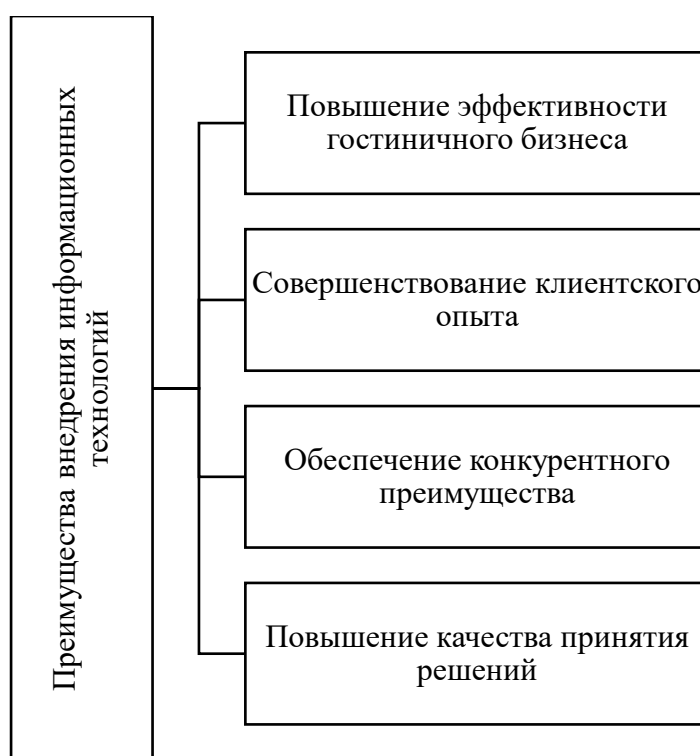


Рис. 2. Преимущества цифровизации гостиничного бизнеса.

(составлено автором на основе [1])

Несмотря на высокую стоимость внедрения инновационных технологий и долгий период их окупаемости, в долгосрочной перспективе цифровизация способствует повышению эффективности гостиничного предприятия за счет автоматизации ряда процессов, которые позволяют сократить затраты на персонал, оптимизировать цепочку поставок и процесс закупок, улучшить управление номерным фондом, а также повысить производительность труда. Помимо этого, внедрение цифровых технологий во front office, например, технологии «Интернет-вещей», технологий виртуальной реальности

способствует повышению удовлетворенности и лояльности клиентов за счет создания персонализированного подхода и адаптации условий в номере к индивидуальным предпочтениям клиента. Тем самым внедрение цифровых технологий создает конкурентное преимущество гостиницы на рынке.

Внедрение систем аналитики больших данных позволяет собирать и обрабатывать различные данные о клиенте, конкурентах, контрагентах, на основе чего могут приниматься тактические и стратегические решения по управлению и улучшению гостиничного продукта. Однако одновременно с этим хранение большого объема данных создает определенные риски кибербезопасности для гостиничного бизнеса и требует особого подхода к применению систем защиты персональных данных клиентов и стейкхолдеров.

В России внедрению цифровых технологий в гостиничном бизнесе препятствуют высокая стоимость их имплементации, длительный период окупаемости данных технологий, а также достаточно низкий уровень маржинальности гостиничного бизнеса. Кроме того, процесс цифровизации индустрии гостеприимства, как и других сфер экономики, замедлился в связи с возникновением барьеров в импорте высоких технологий из-за рубежа вследствие введения санкций в отношении России. Однако имеются и яркие примеры цифровизации отечественного гостиничного бизнеса.

Так, например, «Сбер» разработал голосового помощника для отелей «Салют», который функционирует на основе умных ТВ со специальной приставкой SberBox. Через голосового ассистента гости могут заказать и оплатить услуги отеля, заказать трансфер, продлить время пребывания и др. [5].

При внедрении цифровых технологий в гостиничный бизнес важно учитывать важность персонализированного подхода к обслуживанию клиентов и важность человеческого фактора. Основу гостиничного продукта составляет размещение гостя и качественный сервис, предоставляемый персоналом гостиницы. Его улучшение возможно лишь благодаря внедрению цифровых технологий в совокупности с повышением компетенций сотрудников гостиничного предприятия.

Полная замена персонала роботами и иными цифровыми технологиями способна привести к снижению лояльности со стороны гостей. Сегодня цифровые технологии используются лишь в немногих российских отелях. Однако с развитием рынка цифровых технологий, повышением предложения и их доступности цифровизация гостиничного бизнеса будет только расти. Вероятно, приобретение таких цифровых технологий для бизнеса будет становиться также доступнее за счет различных форм пользования и оплаты, например, некоторыми технологиями можно будет пользоваться по подписке, взять в аренду или лизинг, без приобретения исключительных прав.

Заключение

Подводя итог написанному, необходимо отметить, что цифровизация гостиничной индустрии является одним из важнейших аспектов повышения эффективности функционирования данного сектора экономики. Важно подчеркнуть, что цифровизация отельного бизнеса затрагивает не только производственные и управленческие процессы, но и процессы, связанные с обслуживанием непосредственного клиента, его получением гостиничной услуги. Внедрение цифровых технологий в гостиничной индустрии способствует созданию дополнительной стоимости и ценности гостиничного продукта, его кастомизации, а также повышению общей операционной и экономической эффективности гостиничного предприятия за счет автоматизации бизнес-процессов. В связи с этим при внедрении цифровых технологий управленческому персоналу важно оценить потенциальный вклад данной технологии в создание ценности гостиничной услуги для конечного потребителя, а также общий эффект для предприятия.

Литература

1. Морозов М.А., Морозова Н.С. Импортозамещение и цифровизация в индустрии туризма и гостеприимства в новых реалиях // Вестник Академии знаний. 2023. №2 (55). [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/importozameschenie-i-tsifrovizatsiya-v-industrii-turizma-i-gostepriimstva-v-novyh-realiyah> (дата обращения: 01.01.2025).

2. Гао Муян, Си Фуюань. Цифровизация и устойчивое развитие: точки пересечения // Московский экономический журнал. 2022. №4. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-i-ustoychivoe-razvitie-tochki-peresecheniya> (дата обращения: 01.11.2025).
3. Главные инновации, которые прямо сейчас меняют гостиничный бизнес [Электронный ресурс] [Электронный ресурс] Режим доступа: https://secrets.tinkoff.ru/blogi-kompanij/innovacii-v-gostinichnom-biznese/?internal_source=copypaste (дата обращения: 01.11.2025).
4. Применение IoT-систем в гостиничном бизнесе: повышение эффективности и комфорта [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://sofiot.ru/blog/poleznye-materialy-iot/primenenie-iot-sistem-v-gostinichnom-biznese-povyshenie-effektivnosti-i-komforta/?ysclid=m260y4s9ts233094052> (дата обращения: 03.02.2025).
5. Теплый прием и ноль контактов: как технологии меняют сферу гостеприимства [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/61ae32589a79477422d6216d> (дата обращения: 11.01.2025).
6. Формирование виртуального пространства «Интернет вещей» в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] Режим доступа: https://spravochnick.ru/gostinichnoe_delo/formirovanie_virtualnogo_prostranstva_internet_veschey_v_gostinichnom_biznese/ (дата обращения: 07.02.2025).
7. Digital transformation in the hospitality industry driving servitization [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/digital-transformation-facilitating-servitization> (дата обращения: 11.01.2025).