

Обзор новостей в гостиничном бизнесе

Применение роботов в гостиницах: гости по-прежнему будут ездить к людям, а не к роботам, или же предпочтут роботизированные отели?

Hotel Industry News Review

Robots in Hotels: Will Guests Still Choose Humans Over Robots, or Will They Prefer Robotic Hotels?

В июне текущего года нескольких изданиях их появилось сообщение о том, что в Китае планируется открытие отеля, в котором совсем не будет сотрудников, потому что всю работу в нём будут выполнять роботы. Этот проект стали называть одним из самых необычных в гостиничном бизнесе за последние годы.

Открыть этот отель планируется в 2027-м году. В нем роботами будет осуществляться регистрация гостей, доставка багажа, уборка в общих, служебных и гостевых зонах, доставка еды, навигация по отелю, а также основная часть коммуникаций с гостями.



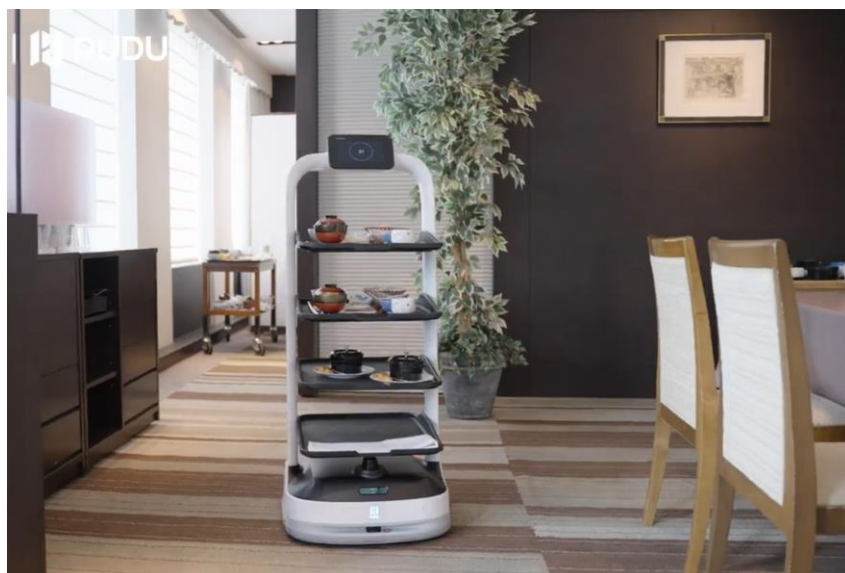


Рис. 1 Фрагменты презентации китайского отеля с роботами
 Источник фото: <https://max.ru/portierdenuit/AZ8YocOrXTc>

Однако, если рассмотреть уже имеющиеся опыт использования роботов в гостиницах, то мы можем вспомнить примеры такого применения роботов, например, в отелях в Японии.

В качестве неудачного примера использования роботов в гостиничном бизнесе можно привести опыт японской гостиницы Henn-na, которая была открыта в 2015-м году, и в ней за обслуживание гостей отвечали различные роботизированные устройства, но уже в 2019-м году менеджмент гостиницы принял решение сократить половину из имеющихся на тот момент 243 механических сотрудников вследствие их низкой эффективности.

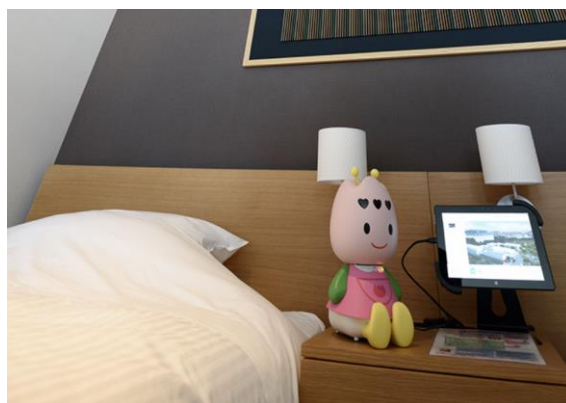


Рис. 2 Механизированные «сотрудники» японской гостиницы Henn-na за стойкой регистрации и робот-помощник в номерах гостиницы
 Источник фото: <https://style.rbc.ru/repost/5c3f0bd79a79476ea2b15c25>

Дело в том, что за первые годы работы гостиницы её жалобная книга постоянно пополнялась различными жалобами на неудобства, исходящее от

роботов. Например, робот-ассистент не мог справиться даже с самыми простыми просьбами гостей, которые под силу было решить голосовому помощнику в смартфоне. Также много жалоб гостей было на робота-помощника, установленного в каждой комнате, который принимал различные звуки, в том числе храп гостей, как сигнал к активации и произносил стандартную фразу: «Чем я могу помочь?» будя гостей.

В итоге менеджмент данного отеля принял решение о том, что в будущем они все равно полностью не откажутся от роботов, но будут их использовать как часть такого необычного, футуристического интерьера отеля, а работать с гостями будут все же люди.

Российские гостиничные сети активно внедряют зарубежный опыт, в том числе в части инноваций и роботизации. Так Александр Биба, президент российской гостиничной сети Cosmos Hotel Group в одном из своих интервью отмечает: «Взаимоотношения между людьми и душой никакой искусственный интеллект пока заменить не может. Всё-таки «люди едут на людей». У нас был опыт, когда мы изучали отель, который работает «как бы» без людей, но на самом деле люди (гости) там с ума сходят, потому что они все хотят кого-то видеть».

Вместе с тем, как отмечает Александр Биба, безусловно внедрение новых технологий способствует снижению затрат отелей и соответственно - повышению эффективности деятельности, но необходимо понимать пределы в такой автоматизации, потому что в гостиничном бизнесе гости всё-таки по-прежнему едут к людям, а не к роботам.

В качестве российского примера использования роботов в гостиницах можно привести опыт отеля Radisson Blu Олимпийский, Москва, в котором стали использовать двух автономных роботов-пылесосов, имеющих соответственно имена: имена Алекс и Алекса.

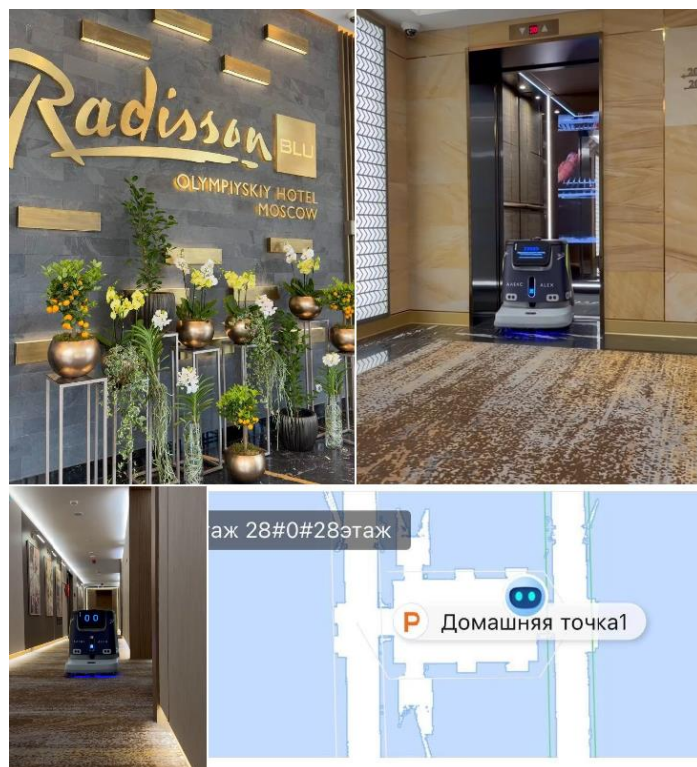


Рис. 3 Роботы-пылесосы в гостинице Radisson Blu Олимпийский, Москва
Источник фото: <https://max.ru/portierdenuit/AZ6xRr6VFH1>

Эти роботы самостоятельно убирают гостевые этажи с ковровым покрытием по определенному графику. Управляются роботы через мобильное приложение, в котором отражены маршруты уборки, отчёты об уборке, статус работы и так далее. Роботы в этом отеле отличает одна любопытная деталь – то, что они умеют самостоятельно перемещаться между этажами гостиницы. Они сами вызывают лифт, могут выбрать необходимый этаж и продолжить свою работу без дополнительного участия кого-либо из сотрудников. Помимо ковровых покрытий используемые в гостинице роботы способны убирать различные твёрдые поверхности, включая плитку.

Вместе с тем использование в отеле таких роботов-пылесосов имеет и эмоциональный эффект. Гости часто удивляются самостоятельности роботов, тому, что робот здоровается, предупреждает о своем движении и т. п. Всё это становится частью общего впечатления от пребывания в данном отеле. Кроме того, гости часто фотографируют этих роботов и размещают фото в социальных сетях, что способствует продвижению услуг отеля.

Понимание того, что роботы нужны не только для выполнения простейших операций, но и для коммуникаций, привело сотрудников стартапа Fauna к разработке робота-компаньона Sprout.



Рис. 4 Робот-компаньон Sprout от стартапа Fauna

Источник фото: <https://max.ru/portierdenuit/AZwKOK3tFqI>

Этот робот понимает голосовые команды, умеет работать с различными языковыми моделями и обладает способностью объяснить происходящее вокруг. Так, на его презентации робот сам подошел к холодильнику и смог прокомментировать всё, что лежит на полках этого холодильника.

Такой подход к разработке роботов означает что акцент стал смещаться с робота, который «умеет ходить», к роботу, который «умеет общаться». Например, в ночную смену в гостиницах на ресепшен такой робот может объяснить навигацию по отелю, дать ответы на основные, наиболее часто задаваемые вопросы, может сопровождать гостей, и при этом у него не будет усталости или плохого настроения.

Вывод

По мнению многих экспертов гостиничного бизнеса, примерно на горизонте от трех до пяти лет появление каких-либо роботов в лобби отелей станет достаточно привычным, как в свое время стало появление, например, киоска в саморегистрации.

Важно кто из отельеров первым станет использовать этих роботов именно как эффективный сервис, а не дорогую игрушку, способную создать временный эмоциональный эффект.

Как показывают результаты отраслевых исследований, впечатления гостей от нахождения в отелях прежде всего связаны с людьми, то есть с сотрудниками отеля. Запоминаются ситуации, когда сотрудники отеля быстро смогли помочь решить какие-то проблемы гостя, найти, например, билеты в театр, предложить интересную экскурсионную программу, посоветовать хороший ресторан, кафе, просто даже подобрать какие-то слова, которые запомнятся гостю.

Поэтому говорить о том, что перспективы гостиничного бизнеса — это всеобщая роботизация, не состоятельны. Всегда будут гости, которые едут в отель за живым общением.

Но вместе с тем, есть любители повсеместной автоматизации и роботизации, и для этой целевой аудитории гостей концепция роботизированного отеля может оказаться вполне конкурентоспособной.

Автор обзора – Зайцева Н.А.

При подготовке обзора использовались материалы канала «Ночной портье»:

<https://max.ru/portierdenuit/AZwKOK3tFqI> (29 января 2026 г.)

https://max.ru/portierdenuit/AZziM6_NMr0 (12 марта 2026 г.)

<https://max.ru/portierdenuit/AZ6xRr6VFHI> (10 июня 2026 г.)

<https://max.ru/portierdenuit/AZ8YocOrXTc> (30 июня 20206 г.)

и материалы канала РБК:

<https://style.rbc.ru/repost/5c3f0bd79a79476ea2b15c25> (16 января 2019 г.)