

БУДУЩЕЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А.А. Василевская**К.В. Гороховик, студент***Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь*

В статье исследуется влияние цифровизации на туристическую отрасль, которая, как и другие сферы экономики, претерпевает значительные изменения под воздействием новых технологий. Особое внимание уделено автоматизации процессов, бесконтактным технологиям и использованию аналитики больших данных в управлении гостиничным бизнесом. Рассмотрены преимущества внедрения систем управления отелями (PMS), CRM-систем и технологий виртуальной реальности, а также примеры их использования на практике. Автор подчеркивает, что цифровизация способствует повышению эффективности работы предприятий, улучшению качества обслуживания и персонализации услуг, но также связана с рядом вызовов, таких как высокая стоимость внедрения и необходимость постоянного обновления технологий.

Ключевые слова: *туризм, гостиничный бизнес, цифровизация, цифровая трансформация, современные технологии.*

Цифровизация кардинально меняет мировую экономику, изменяя все сферы деятельности – от производства до сферы услуг. Уже сегодня начинает появляться разрыв между странами, которые только начинают развиваться в сфере цифровизации и теми, что уже достаточно развиты в ней. Внедрение новых технологий в повседневную жизнь и бизнес способствует ускорению обмена информацией, упрощению коммуникации, а также открывает доступ к глобальным рынкам для компаний любого масштаба.

Туризм, как одна из наиболее глобальных и динамичных сфер, не стала исключением и также сталкивается со значительными изменениями, связанными с влиянием цифровых технологий. При этом стоит отметить, что изменения затрагивают не только внутренние бизнес-процессы, но и саму природу взаимодействия с клиентами.

Актуальность темы состоит в необходимости всестороннего анализа влияния цифровизации на сферу туризма и определении перспектив дальнейшего развития. Цель статьи заключается в исследовании влияния цифровых технологий на процессы обслуживания и управления в организациях сферы туризма, а также выявлении перспектив и вызовов, которые эти изменения несут для данной отрасли.

В условиях растущей глобальной конкуренции и ускоряющейся цифровой трансформации, предприятия туристической отрасли вынуждены адаптироваться к новым вызовам. Современные туристы предъявляют высокие требования к обслуживанию. Они ожидают от компаний быстрых решений, качественный сервис и возможность индивидуализировать отдых. В этом контексте ключевую роль начинают играть цифровые технологии, способные трансформировать традиционные формы взаимодействия с клиентами [1].

Одним из главных направлений этой трансформации является влияние технологий на управление отелями и туристическими предприятиями. Внедряемые новшества существен-

но изменяют сложившиеся на предприятии внутренние процессы и подходы к управлению, что способствует повышению их эффективности.

Рассмотрим, как автоматизация, бесконтактные технологии и аналитика больших данных влияют на рабочие процессы и открывают новые возможности для улучшения обслуживания и повышения конкурентоспособности.

Необходимо понимать, что гости останутся довольны сервисом в том случае, если в отеле эффективно организованы все бизнес-процессы. Этого можно добиться с помощью автоматизации. Существуют специальные программы, позволяющие собрать всю информацию о деятельности организации в одном месте и оптимизировать множество рутинных задач, обеспечивая организованную работу персонала и позволяя избежать большинства ошибок [2].

Примером таких программ являются системы управления гостиничным бизнесом Property Management System (PMS), позволяющие эффективно управлять бронированиями, регистрацией гостей, учётом платежей и другими ключевыми функциями. Это позволяет сотрудникам сосредоточиться на более важных задачах, таких как персонализированное обслуживание, и минимизирует вероятность ошибок, связанных с ручным вводом данных.

Также широко распространено применение CRM-систем, которые играют ключевую роль в управлении отношениями с клиентами. Они позволяют собирать, анализировать и хранить данные о клиентах, их предпочтениях и истории взаимодействий с компанией. За счет этого происходит экономия времени на рутинных задачах, что обеспечивает возможность предоставления персонализированных услуг и улучшения качества клиентского сервиса.

Таким образом, автоматизированные системы позволяют снизить нагрузку на персонал и ускорить некоторые бизнес-процессы в отеле; снизить вероятность ошибок в работе за счет минимизации влияния человеческого фактора; улучшить качество обслуживания и повысить уровень персонализации сервиса за счет хранения в системе точной и организованной информации о клиентах. Следовательно, современное управление в гостиничном и туристическом бизнесе невозможно без автоматизации внутренних процессов.

Важным шагом к повышению комфорта и безопасности для клиентов является внедрение в управление отелями и туристическими предприятиями бесконтактных технологий. Они упрощают взаимодействие гостей с отелем, сокращая необходимость в личных контактах и обеспечивая более удобное пребывание.

Примером таких технологий являются смарт-замки. Во многих современных отелях электронные замки уже вытеснили механические – они не только обеспечивают надежную защиту от посторонних, но и освобождает сотрудников от части задач. Их использование предполагает дистанционное управление через специальные программы, позволяющие открывать и закрывать доступ, видеть свободные и занятые номера и многое другое. При этом, как и любые технологии, смарт-замки имеют свои минусы, к которым относятся более высокая стоимость в сравнении с механическими, зависимость от электропитания и риск возникновения программных ошибок [3].

Сегодня сложно представить отель, не предоставляющий возможности для безналичной оплаты. Данная технология, включая оплату картой и через мобильное приложение, облегчает проведение финансовых транзакций, повышает их безопасность и сокращает количество ошибок, связанных с обработкой платежей. Таким образом, внедрение бесконтактных технологий – это шаг к модернизации гостиничного сервиса.

Для любого современного бизнеса жизненно важны данные. Чтобы оставаться конкурентоспособным, отель должен оказывать услуги, соответствующие потребностям и ожиданиям клиентов. И одним из лучших способов их выявления является анализ данных, позволяющий оценить рынок и понять, какие тренды в большей степени влияют на гостиничный бизнес.

Анализ огромного массива данных о клиентах, их поведении и предпочтениях, а также о взаимодействиях с организацией, позволяет более точно понимать их потребности и прогнозировать запросы. Хранение информации о клиентах в одной системе делает возможным предложение гостям индивидуальных планов и наиболее актуальных акций, а знание о периодах с наибольшей загрузкой или наиболее популярных услугах позволяет адаптировать отелю свои предложения, что приведет к росту прибыли [4].

Таким образом, применение аналитики больших данных в гостиничном бизнесе открывает владельцам множество возможностей, создавая условия для более глубокого использования аналитических возможностей и принятия решений на основе точных данных.

Рассмотрим текущие тенденции цифровизации в туризме на примере КСУП «Отель «Европа» – пятизвездочного отеля в центре г. Минска. Для того чтобы оставаться конкурентоспособным и соответствовать своей категории, данный отель должен развиваться согласно мировым тенденциям, включая внедрение цифровых технологий.

Системы онлайн-бронирования отелей используются во всем мире, делая данный процесс более простым и доступным для клиентов. Во-первых, клиенты получают возможность осуществлять бронирование в любое удобное для них время суток. Во-вторых, значительно снижается нагрузка на сотрудников, задействованных в данном бизнес-процессе. В-третьих, мобильность данных систем позволяет клиентам осуществлять бронирования вне зависимости от их местоположения и используемого устройства. Таким образом это побуждает клиентов не откладывать бронирования на более удобное время.

Отель «Европа» предоставляет клиентам возможность осуществлять онлайн-бронирование через собственный веб-сайт [5].

Отметим, что система онлайн-бронирования имеет удобный, интуитивно понятный интерфейс. Для получения информации о наличии свободных номеров, удовлетворяющих всем требованиям, необходимо выбрать даты заезда и выезда, указать количество взрослых и детей с уточнением возраста. При вводе промокода пользователи получают доступ к специальным предложениям.

Также отелем активно применяется технология «pop-up» – элемент веб-дизайна, всплывающих при просмотре страницы [5]. Цель применения такой технологии заключается в привлечении внимания посетителей сайта к акциям и специальным предложениям.

Новые горизонты для презентации туристических объектов открывает применение виртуальной реальности. Клиенты могут «посетить» отель заранее, что способствует более осознанному выбору услуг и повышает уверенность в необходимости бронирования.

На сайте отеля «Европа» все заинтересованные лица могут осуществить 3D-тур, позволяющий ознакомиться с интерьером отеля, лобби, видом номеров, конференц-залов, спа и т.д. [5].

Цифровизация кардинально меняют сферу туризму, улучшая качество обслуживания и оптимизируя бизнес-процессы в организации. Существующие в данной сфере тенденции соответствуют ожиданиям современных туристов и способствуют повышению конкурентоспособности организации на рынке.

Применение цифровых технологий в туристической индустрии связано с рядом преимуществ, включая персонализацию обслуживания и повышение его качества за счет минимизации влияния человеческого фактора на результаты некоторых бизнес-процессов. Использование различных методов анализа и работы с большими данными позволяет лучше отслеживать и управлять ресурсами. Следовательно, результатом быстрой адаптации туристических предприятий к изменяющимся условиям внешней среды и внедрения цифровых технологий в свою деятельность является повышение эффективности работы организации, снижение затрат и улучшение взаимодействия с клиентами.

Однако, несмотря на очевидные преимущества, цифровизация влечет за собой и ряд вызовов. Внедрение инновационных решений наиболее характерно для крупных предприятий, т.к. требует значительных финансовых вложений, что может быть проблематично для малых и средних предприятий. Также, стоит понимать, что цифровизация – это постоянный процесс: технологии необходимо регулярно обновлять, а сотрудников обучать их правильному применению. Следовательно, это может стать серьезной нагрузкой для организации. Сегодня еще не все предприятия готовы быстро адаптироваться к новым условиям, что в конечном счете может привести к снижению их конкурентоспособности. Главным вопросом является защита персональных данных клиентов и создание надежных мер безопасности.

В условиях цифровизации многие испытывают опасения относительно возможных увольнений и сокращений рабочих мест. Данные опасения вполне обоснованы, однако, цифровая трансформация также создает спрос на совершенно новые профессии, требующие актуальных навыков.

Цифровизация сегодня – это важный фактор повышения конкурентоспособности отелей и туристических предприятий. Помимо серьезной трансформации внутренних бизнес-процессов, речь также идет о переводе коммуникации с клиентом в цифровую среду. Внедряемые отелями инновационные технологии позволяют оптимизировать процессы, повысить качество обслуживания и оставить у клиентов хорошие впечатления. Дальнейшее развитие технологий будет открывать для сферы туризма новые возможности и вызовы.

Список использованных источников

1. Цифровизация туризма: формы проявления / Т.В. Черевичко, Т.В. Темякова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-turizma-formy-proyavleniya/viewer>. – Дата доступа: 20.09.2024.
2. Автоматизация гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kontur.ru/hotel/spravka/627-avtomatizaciya_gostinichnogo_biznesa. – Дата доступа: 20.09.2024.
3. Электронные замки для гостиницы: какие выбрать и как установить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://travel.yandex.ru/pro/elektronnye-zamki-dlya-gostinicy-kakie-vybrat-ikakustanovit/>. – Дата доступа: 20.09.2024.
4. Большие возможности больших данных: как Big Data меняет индустрию гостеприимства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.it-world.ru/it-news/market/218284.html>. – Дата доступа: 20.09.2024.
5. Отель «Европа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hoteleurope.by/>. – Дата доступа: 21.09.2024.