

проблемы науки: от теории к практике / материалы IV Всероссийской научно-практической конференции РГСУ / Под редакцией Ю. П. Кожаева, О. Ю. Зевеке. 2016. 33-с.

6. Кулагина Л. М. Иран: экономика, история, культура [Текст] / Кулагина Л.М.// сборник статей / ответственный редактор М. Кулагина. Москва, 2010.

7. Коновалова Е. Е. Выставки как эффективное средство продвижения туристического продукта [Текст] / Коновалова Е.Е.; Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2011. № 7. 72-с.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В МЕЙНСТРИМЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Т.Б. Климова,

*кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса*

О.В. Яковенко,

*старший преподаватель
кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса*

Аннотация. Цифровая экономика меняет деятельность многих компаний и гостиничный бизнес не является исключением. Цифровые инновации активно внедряются в процесс обслуживания клиентов. В статье рассмотрены составляющие цифровых инноваций, использование которых направлено на привлечение потребителей и повышение качества их обслуживания.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостиничная индустрия, цифровые технологии, мобильные приложения.

Современный бизнес все в большей степени переходит в плоскость цифровой экономики, особенностью которой является взаимодействие субъектов экономических отношений на основе бизнес-платформ. Платформа заменяет пошаговую цепочку передачи ценности от производителя к потребителю, требующую длительного времени, на площадку, позволяющую мгновенно передавать ценности всем заинтересованным сторонам - участникам платформы. Цифровая трансформация меняет деятельность компаний: бизнес-процессы автоматизируются, время обработки запросов и выполнения операций сводится к минимуму.

Самыми инновационными компаниями мира в рейтинге по итогам 2017 года традиционно являются IT-компании – Apple, Google и Microsoft. Четверть списка занимают бренды, продающие цифровые продукты и услуги [].

В 2017-м году в список 50 самых инновационных компаний мира вошли Airbnb, Marriott, Expedia и IHG, заняв, соответственно, 11, 20, 24 и 44 места. Несмотря на то, что Hilton выпал из списка, а в 2016-м находился на 37-м месте, стоит отметить, что до 2015-го года компании гостиничной индустрии в рейтинге вообще отсутствовали []. Таким образом, усиление гостиничных операторов и появление онлайн-трел агентств – очевидным образом говорит о тренде – сдвиге инноваций в сторону сервисных компаний.

Уже сейчас клиенты создают запрос на более гибкое и персонализированное обслуживание, что вынуждает отельеров искать идеальный баланс между традиционным стилем и цифровым обслуживанием. Возникает вопрос: нужно ли полностью компьютеризировать отель, или лишь настолько, чтобы привлечь больше гостей?

Традиционные гостиницы имеют простую архитектуру и хороший дизайн, бизнес строится на прочном фундаменте и хорошей репутации. Клиенты считают такие гостиницы надежными и удобными. Из всего цифрового многообразия предпочитают беспроводный Интернет.

Более молодое поколение туристов рассматривают компьютеризированные гостиницы, как более модные и шикарные. У них современный дизайн интерьера и особая атмосфера, они отлично вписываются в их стиль жизни.

Важно подчеркнуть, что именно для поколения миллениалов новой потребностью является требование мгновенного доступа к информации. В организационном отношении потребители этого поколения ценят скорость, гибкость и эффективность обслуживания в путешествиях, бронирование средств размещения и билетов на транспорт чаще осуществляют через Интернет. Такие туристы повсюду носят с собой смартфоны. Они используют свои девайсы для решения любых проблем во время путешествия. Их называют «безмолвными путешественниками».

Учитывая то, что технологии начинают доминировать в обществе, отельерам необходимо играть на опережение. Привлечение миллениалов будет неразрывно связано с внедрением высокотехнологичных инноваций в обслуживании гостей.

В стратегии гостиничных цепей можно выделить два основных направления. Во-первых, создание нового типа гостиниц, изначально оснащенных всем необходимым для потребителей поколения Y и соответствующих их потребностям. Во вторых, модернизация всей сферы гостиничного обслуживания на основе внедрения новых цифровых технологий (мобильных), изменения дизайна основных пространств отеля и расширения спектра дополнительных услуг.

Гостиничный комплекс, реагирующий на одно-единственное прикосновение к его компьютерной системе, планшеты, установленные в каждой комнате, выступающие в роли виртуального консьержа, смартфоны или программы, которые позволят зарегистрироваться без непосредственного общения с людьми, и попасть в свой номер, открыв дверь при помощи мобильного телефона, цифровые киоски – все это основные тренды гостиничного бизнеса, которые будут пользоваться популярностью, особенно среди поколения миллениалов.

Уже сегодня все больше гостиниц устанавливают в своих фойе цифровые терминалы, чтобы гости попадали в привычное hi-tech окружение. Активно начинают использовать электронные системы регистрации в виде киосков-автоматов. Среди представителей поколения миллионеалов 36% предпочитают check-in-автомат. Киоски-автоматы также используют для получения материалов или информации о гостинице и местных достопримечательностях. Информацию с них можно легко загрузить на смартфон или планшет в виде файла PDF.

Все внимание уделяется качеству обслуживания клиентов. Социальные сети играют в этом огромную роль, делают обслуживание приятнее. Некоторые отели как бы привносят третье измерение, устанавливая доступ к социальным сетям прямо в фойе. На табло показывают контент, созданный пользователями, лучшие фото гостей и данные страничек в социальных сетях тех, кто посетил этот отель. Такие новинки показывают гостям фото и события, а также продвигают разные услуги.

В Marriott в фойе стоит огромный интерактивный цифровой экран и приложение под названием Шесть градусов (Six Degrees), которое позволяет людям общаться друг с другом. Оно работает в сфере загрузки информации и соединяет со страницей на LinkedIn. Этот экран нацелен на бизнес путешественников, которые много переезжают с места на место по делам и хотят легко находить единомышленников в новых местах. Цель экрана – познакомить между собой как можно больше гостей, которые проживают в гостинице. Лишь немногие приложения выполняют подобную функцию. Таким образом, социальные сети становятся публичными и позволяют гостям связаться друг с другом.

В фойе 1000 hotel в Сиэтле размещен игровой интерактивный стол Microsoft, на котором можно поиграть в виртуальные шахматы или узнать все о гостинице от цифрового консьержа.

В перспективе и традиционные функции консьержа могут выполняться роботизированными автоматами. Экспериментальный образец прототипа такого работа-

консьержа, разработанного компанией Savioke, уже апробирован на практике. Робот-дворецкий A.L.O Botlr может самостоятельно передвигаться по отелю, вызывать для гостей лифт, выполнять функцию гида по гостинице, доставлять во встроенном в корпус контейнере в номер необходимые гостю вещи и продукты. Однако самые необычные модели роботов встречают гостей японского отеля The Henn на Hotel в городе Сасебо. На стойке регистрации трудятся человекообразные роботы. Разработки собственных гостиничных роботов уже представили такие крупные гостиничные бренды как Marriott, Starwood и Hilton.

Широкое использование получают мобильные приложения, которые автоматически загружаются на смартфоны гостей и позволяют общаться с обслуживающим персоналом и руководством гостиницы. Это дает возможность сделать заказ без прямого контакта с оператором, что позволяет избежать ошибок, недопонимания, т.е. нивелировать «человеческий фактор» и получить желаемую услугу. Исследование западноевропейских абонентов, проведенное компанией McKinsey показало, что удовлетворенность абонентов растет при переводе взаимодействия в цифровые каналы.

В качестве примера можно привести мобильное приложение HOTEZA: Это приложение разработано в интуитивно понятном для поколения миллениалов дизайне в стиле Facebook и Google, автоматически распознает язык гостя и может осуществлять перевод. В мобильном приложении содержится вся необходимая информация обо всех основных объектах туристской инфраструктуры и сервис интерактивных карт, что позволяет гостю оптимально спланировать туристский маршрут. Приложение предполагает интеграцию с основными социальными сетями (Facebook, Twitter и пр.) и позволяет гостю сообщить своё мнение об отеле.

В Starwood Hotels and Resorts разработали мобильное приложение для регистрации, которое позволяет гостям открывать свои номера при помощи мобильного телефона. Система SPG Keyless – это первая в мире система, позволяющая клиентам открывать свои номера, просканировав смартфон (с приложением SPG). Когда номер готов, клиентам приходит сообщение и код. Они могут приехать в отель и пройти в номер, регистрация на стойке не требуется. Аналогичные технологии есть и у других гостиничных брендов, например у Hilton.

Не так давно компания dormakaba запустила проект BlueSky Access по организации мобильного доступа и быстрого заселения в отелях. BlueSky Access dormakaba – это система доставки ключей для организации доступа при помощи мобильных устройств с использованием облачных технологий, которая, объединяя безопасность и удобство, повышает степень удовлетворенности гостей. Крупные отельные сети, такие как Marriott и Hilton, уже внедрили этот сервис, как обязательную составную часть превосходного уровня клиентоориентированности, однако указанные бренды имеют собственные мобильные приложения, и компания dormakaba является одним из утвержденных поставщиков отельных замков для этих брендов.

Готовое решение BlueSky Access dormakaba также подходит для независимых и несетевых отелей. В этом случае отелю или управляющей компании нет необходимости разрабатывать приложение своими силами и можно быстро сделать шаг на встречу клиенту с помощью готового решения для организации мобильного доступа. Преимуществами приложения BlueSky Access dormakaba являются: безопасность (приложение включает в себя SDK комплект для разработки ПО, дополненный средствами защиты LEGIC Connect), активация Bluetooth-замков (все отельные замки dormakaba можно использовать совместно с приложением BlueSky Access dormakaba), гости могут бесплатно скачать приложение BlueSky Access dormakaba. Приложение BlueSky Access dormakaba доступно на английском языке для загрузки пользователями мобильных устройств под управлением ОС iOS и Android. Процесс регистрации в приложении очень прост. Навигация приложения понятна и последовательно проводит по всем этапам для получения мобильного ключа. Вне

зависимости от времени суток можно попасть в номер, минуя стойку регистрации или бесконечно длинную очередь.

Руководители предприятий гостиничной индустрии инвестируют в развитие своего бизнеса, формируют адекватные маркетинговые стратегии, направленные на привлечение потребителей, с осознанием того, что мы находимся в цифровом веке. Новые возможности для общения и снятия стресса во время путешествий позволяют гостям погрузиться в атмосферу гостиницы и воспользоваться всеми ее услугами и удобствами. Но это не значит, что отель будущего должен быть лишен человеческого общения. Суть в том, чтобы применить новые интерактивные технологии и популярные новинки и поставить их на службу людям, сделать их жизнь проще.

Все ожидают, что искусственный интеллект в 2018 году значительно повлияет на индустрию. GBTA ссылается на отчет IBM, в котором говорится, что примерно треть крупнейших участников туристической и гостиничной индустрии продолжают разрабатывать когнитивные проекты. Так, IBM упоминает «глобальную авиакомпанию», которая вложила в разработку коммуникации с путешественниками по образцу Siri для создания персонализированного плана поездки. Благодаря технологиям Qantas уже удалось на 90% сократить время регистрации; Amadeus создает типовые предложения на основании профилей путешественников в соцсетях, а у Hipmunk есть приложение, с которым можно разговаривать, как с живым человеком. В то же время стартапы вроде Lola Tech, созданного одним из основателей Кауак Полом Инглишем, тоже используют искусственный интеллект «с человеческим лицом», который, как они считают, предоставляет значительные возможности для развития бизнеса.

Еще одно существенное изменение в области бизнес-путешествий, которое, по мнению GBTA, может произойти в 2018 году, - сдвиг в сторону блокчейнов. American Express уже анонсировала запуск трансграничных B2B-транзакций на основе блокчейна. Visa объявила о том же решении в октябре, их примеру собирается последовать и MasterCard.

Общепринятым изменением стало и начало вхождения экономики совместного потребления в мейнстрим индустрии туризма и гостеприимства. Сегодня цивилизация движется к новой модели все более децентрализованных организаций, где крупные операторы отвечают за агрегирование ресурсов множества людей для предоставления услуг гораздо более активной группе потребителей. Онлайн-платформы, позволяющие людям и компаниям совместно использовать принадлежащие им ресурсы, уже создали мировой рынок с объемом более 15 млрд. долларов и перспективой роста до 335 млрд долларов к 2025 году.

Таким образом, рынок двигают мобильные продукты и возможности, аналитика больших данных, цифровое проектирование, скорость внедрения новых технологий. Гостиничный бизнес вынужден идти в ногу с новыми потребностями клиентов, трансформироваться гораздо быстрее, а значит лучше конкурировать в динамичной, постоянно изменяющейся экономической среде.

Литература

1. Аналитика. Тренды гостиничного бизнеса, которые невозможно игнорировать [Электронный ресурс]. URL: <https://hotelier.pro/sales/item/211-l-trends/211-l-trends>
2. Airbnb, Marriott, Expedia и IHG вошли в список 50 самых инновационных компаний мира 2017-го года [Электронный ресурс]. URL: <https://hotelier.pro/news/item/3248-innovation>
3. Муминова С.Р., Феоктистова В.М., Вагина У.В. Инновации в туризме на основе информационных технологий // Сервис в России и за рубежом. 2018. Т. 12. Вып. 1. С. 6-15. DOI: 10.24411/1995-042X-201810101.
4. Экономика совместного потребления против классической схемы бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://hotelier.pro/hostels/item/3376-sharingeconomy>